PROYECTO MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD Y ACCESO A EMPLEOS DIGNOS, EQUITATIVOS Y SOSTENIBLES DE JUVENTUDES Y MUJERES DE 03 REGIONES DE LA COSTA Y SIERRA RURALES DEL NORTE DEL PERÚ

ESTUDIO LÍNEA BASE

Carlos Daniel Soto Wilson
Alex Zavaleta Montalvan
Francisco M. Martell Aguilar

Equipo Consultor

Impacto Joven
Manos Unidas
Cofinanciado por la Unión Europea
cedepas norte

ÍNDICE

RESUMEN....2

INTRODUCCIÓN....7

METODOLOGÍA....8

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE EVALUACIÓN....8
DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA....9

PERFIL DE LAS BENEFICIARIAS Y BENEFICIARIOS....14

INFORMACIÓN SOCIO ECONÓMICA....21

EDUCACIÓN....32

GÉNERO....43

EMPLEABILIDAD....56

EMPRENDIMIENTO....65

ANÁLISIS DEL ENTORNO (SOCIOS LOCALES)....83

GOBIERNOS LOCALES....83
DIRECCIONES DE EDUCACIÓN....84
INSTITUTOS....84
DIRECCIONES DE TRABAJO....85
EMPRESAS....85

ANÁLISIS CUALITATIVO POR POBLACIÓN OBJETIVO....86

ORGANIZACIONES DE JÓVENES....86
MUJERES JÓVENES EMPRENDEDORAS....87
JÓVENES Y EMPLEABILIDAD....89

RECOMENDACIONES....93

EQUIPO TÉCNICO Y GESTIÓN....93
EMPRENDIMIENTO....93
EMPLEABILIDAD....95

BIBLIOGRAFÍA.....97

RESUMEN

Cuadro Nº 01: Resumen de indicadores

INDICADOR	LINEA DE BASE	META POR INTERVENCIÓN DEL PROYECTO
Indicador de impacto 1: Al finalizar el proyecto se habrá creado un espacio inclusivo (Observatorio Macrorregional) entre el ámbito público-privado y las organizaciones de la sociedad civil para el diálogo y reflexión sobre la generación de empleo en la zona del proyecto.	0 (cero) Observatorio Macro Regional	1 Observatorio Macro Regional
Indicador de impacto 2: Al finalizar el proyecto, se han mejorado las oportunidades y el acceso a empleos dignos, equitativos y ecológicamente sostenibles de juventudes y mujeres para al menos 300 jóvenes (en donde más del 40% son mujeres) y 150 mujeres rurales emprendedoras fortalecidas en la zona del proyecto	90 jovenes con empleos dignos. 15,02% de los jovenes entrevistados en el componente empleabilidad cuentan con contrato vigente 0 mujeres rurales emprendedoras han mejorado oportunidades y/o acceso 0 han incrementado sus ingresos en 30% (ingreso por ventas promedio mensual de los emprendedores de S/. 555.19). 42,86% utilzan material reciclado 65,35% utilizan Redes Sociales	300 jóvenes (50.0% de las y los beneficiarios del componente EMPLEABILIDAD) 150 mujeres rurales emprendedoras (50.0% de las beneficiarias del componente EMPRENDIMIENTO)

COMENTARIO En el caso del Indicador de impacto 2, la definición del indicador establece que, para el caso de empleabilidad el indicador se cumple cuando el beneficario o beneficiaria cuenta con contrato vigente y/o se encuentra en planilla. En este caso el hallazgo es del 15,02%, que extrapolado al total de beneficarios (600) resulta en 90 jóvenes actualmente. La meta al final del proyecto será 390 jovenes de los cuales 156 (40%) deben ser mujeres. Por otro lado, en el caso de emprendimiento, mejora en la oportunidad y acceso establece el cumplimiento de tres caracteristicas descritas en la matriz de consistencia (operacionalización). Es evidente que ningun emprendimiento ha incrementado los ingresos, por ello el hallazgo es cero. Sin embargo los hallazgos de uso de material reciclado y uso de redes sociales son porcentajes importante al inicio de la intervención.		
1.1 – Indicador 1 del efecto 1: Al finalizar el proyecto en, al menos 15 gobiernos locales de los 20, se han instalado y fortalecido dos mecanismos de promoción de empleo juvenil con enfoque de género (ventanillas de empleo y ferias de empleo municipales, entre otros) en alianza con el sector privado	01 Gobierno local con mecanismos de promocion del empleo (Municipalidad de Castilla)	15 Gobiernos locales
COMENTARIO En el caso del Indicador 1 del efecto 1, el hallazgo de LB señala un gobierno local, siendo la meta final de 16 gobiernos locales de los 22 distritos intervenidos por el proyecto.		
1.2 – Indicador 2 del efecto 1: Al finalizar el proyecto, al menos en 15 de los 20 municipios se han gestado ordenanzas u otros documentos normativos para la promoción, divulgación y fomento de empleo para las juventudes	0 Gobiernos locales	15 Gobiernos locales
1.3.- Indicador 3 del efecto 1: Al finalizar el proyecto, al menos el 50% de las y los jóvenes del proyecto acceden a empleos dependientes formales y autoempleo, en donde más del 30% son mujeres.	15,02% de los jovenes entrevistados en empleabilidad cuentan con un contrato vigente	50% (300 de las y los jóvenes del proyecto) acceden a empleos dependientes formales y autoempleo, en donde más de 90 son mujeres.

COMENTARIO Referente al Indicador 3 del efecto 1 es un indicador muy similar a la primera parte del Indicador de impacto 2, diferenciandose unicamente en el porcentaje de mujeres. En este indicador se exige solamente el 30%.		
1.4. Indicador 4 del efecto 1: Al finalizar el proyecto, al menos el 50% de 300 mujeres destinarias del proyecto de la región de La Libertad, Piura y Cajamarca cuentan con emprendimientos fortalecidos que ven sus ingresos incrementados en un 30%.	Ingreso promedio mensual de emprendimientos S/. 555.19	50% (150 mujeres emprendedoras beneficiarias del proyecto) han incrementado sus ingresos promedio a S/. 721,75
1.1.1 Al finalizar el primer año del proyecto, juventudes organizadas en redes macrorregionales de juventudes y de mujeres, impulsan 03 iniciativas (1 en cada región) de incidencia ciudadana (aprobación de ordenanzas municipales, regionales) en materia de integración económica y social con especial atención en poblaciones vulnerables.	0	03 iniciativas de incidencia ciudadana
1.1.2 Al finalizar el segundo año del proyecto, gobiernos subnacionales de las regiones de Piura, La Libertad y Cajamarca, promueven 01 política pública por cada región en fomento de empleo juvenil, integración económica y social a favor de juventudes organizadas, mujeres y poblaciones vulnerables.	0	03 politicas publicas
1.1.3 Al finalizar el tercer año del proyecto la Red macrorregional de Juventudes consolida la implementación de 01 observatorio digital de empleabilidad.	0	01 Observatorio digital consolidado

1.2.1 Al finalizar el primer año del proyecto, el 50% de mujeres rurales (300 mujeres) cuentan con los conocimientos, habilidades y competencias para gestionar iniciativas de emprendimiento formales e innovadoras.	20,54% de los emprendedores encuestados cuentan con cinco habilidades y competencias	50% (150 mujeres rurales con competencias)
COMENTARIO En lo referido al indicador 1.2.1, de los 112 emprendedores encuestados, solamente 23 repondieron satisfactoriamente a por lo menos cinco de los siete criterios de aprobación del indicador, detallados en la matriz de operacionalización. Este 20,54% extrapolado a las 300 mujeres emprendedoras rurales beneficarias asciende a 61 mujeres, siendo la meta 150, el logro al final del proyecto deberá ser 211 mujeres.		
1.2.2 Al finalizar el segundo año del proyecto, se han implementado 95 emprendimientos con enfoque en economía circular, liderado por mujeres organizadas	el 42,86% de los emprendedores encuestados indicó que utiliza algún tipo de material reciclado	95 emprendimientos (31,6% de las 300 emprendedoras)
COMENTARIO Si bien es una condición la veracidad de la información vertida por las personas encuestadas, no es ampliamente difundido el uso de materiales reciclados en la producción de bienes o servicios. Es sugerencia que esta caracteristica sea verificada en campo, en cada emprendimiento, en la fase de monitoreo de los mismos, por cuanto de confiormarse que el 42,86 % de los emprendedores realmente utiliza algûn tipo de material reciclado, este porcentaje extrapolado a la población beneficiaria significaria que 128 mujeres emprendedoras ya utilizan materiales reciclados, elevando la meta al final del proyecto a 223 emprendedoras.		
1.2.3 Al finalizar el proyecto, 95 emprendimientos incorporan herramientas digitales para la promoción y venta de sus productos y/o servicios.	el 65,35% de los emprendedores encuestados utiliza redes sociales	95 (31,6% de las 300 emprendedoras)
COMENTARIO Siendo la población objetivo, y encuestada, mayoritariemente joven, es lógico encontrar que el 65,35% de ellos utilice las redes sociales. En este caso, extrapolado a las 300 emprendedoras beneficarias, son actualmente aproximadamente 196 las emprendedoras que ya utilizan alguna de las redes sociales, con lo que la meta a alcanzar al final del proyecto se incrementa a 291 emprendedoras.		

1.3.1 Al finalizar el primer año del proyecto, el 50% de titulares de derecho (300 jóvenes) cuentan con habilidades, competencias y conocimientos acreditados que les permita acceder a empleos formales	6,77% de los encuestados cuenta con oficio y certificación DRT u ONG	300 jóvenes (50% de los 600 jovenes – empleabilidad)
COMENTARIO Si bien el 56,25% de la muestra afirma contar con un oficio o habilidad para el trabajo, solamente el 11,16% reporta contar con certificado del mismo. Sin embargo el indicador hace referencia al componente de empleabilidad, en cuyo caso de los 192 jovenes encuestados unicamente 94 reportan contar con un oficio (48,95%) y contar con certificado 13 encuestados (6,77%). Este ultimo porcentaje extrapolado a los 600 beneficairios asciende a 40 beneficiarios que actualmente tendrían un oficio certificado, con lo cual la meta al final del proyecto ascenderia a 340 beneficiarios.		
1.3.2 Al finalizar el segundo año del proyecto, 15 Centros de Formación no universitaria (Institutos Técnicos, Centro de Educación Básica Alternativa CEBAS, Centro de Educación Técnico Productiva - CETPROS, Centro Rural de Formación en Alternancia -CRFA) incorporan en sus planes formativos temas de derechos y deberes laborales, protección social y competencias que faciliten la inserción laboral de las juventudes.	0	15 Centros de formación NO universitaria
1.3.3. Al finalizar el tercer año del proyecto, 10 Empresas empleadoras formales, se encuentran sensibilizadas en brechas de inserción laboral de juventudes y mujeres, y participan en espacios de articulación de planes de formación con centros de formación no universitaria	0	10 Empresas

INTRODUCCIÓN

El presente documento sistematiza los principales resultados obtenidos en el marco del estudio de línea de base del proyecto "Mejora de la empleabilidad y acceso a empleos dignos, equitativos y sostenibles de juventudes y mujeres de tres regiones de la costa y sierra rurales del norte del Perú" – IMPACTO JOVEN, ejecutado por CEDEPAS Norte en alianza con Manos Unidas, con el cofinanciamiento de la Unión Europea.

La línea de base tendrá como propósito establecer los valores iniciales de los indicadores de resultado y efecto planteados en la formulación del proyecto, a fin de permitir la medición comparativa de los avances logrados a lo largo de su implementación. Para ello, se aplicó una encuesta estructurada a jóvenes entre 18 y 29 años, así como a mujeres rurales emprendedoras entre 18 y 35 años de las regiones de Cajamarca, La Libertad y Piura. Asimismo, se utilizó técnicas cualitativas como entrevistas y grupos focales, que permitirán complementar el análisis cuantitativo.

En este documento se presenta los principales hallazgos en formato de gráficos y tablas, acompañados de su respectiva interpretación y análisis. Cada interpretación se elaborará considerando el enfoque metodológico del estudio, los objetivos estratégicos del proyecto, su marco lógico, y los principios de equidad de género, interseccionalidad, sostenibilidad social, económica y ambiental. El análisis buscará identificar brechas, oportunidades y desafíos que orienten la planificación estratégica de las acciones durante el ciclo de intervención.

De acuerdo al perfil del participante planteado en el proyecto, el 82,52% de los entrevistados se encuentran en el rango de edad, aproximadamente el 71% de los entrevistados son mujeres y el mismo porcentaje son solteras o solteros. Alrededor del 41% de los entrevistados tienen hijos siendo el mismo porcentaje los que tienen un solo hijo.

Si bien una alta tasa de jóvenes cuenta con smartphone (el 87,9%), la mayoría de ellos cuenta con internet unicamente en el celular (63,72%) y manifiestan un calidad regular en la trasmisión de datos (65,58%), esto obliga a que las intervenciones de capacitación, formación técnica, difusión y comunicación del proyecto adopten formatos accesibles, de bajo consumo de datos que no generen exclusión. Por otro lado, el gasto promedio anual calculado, por distritos, va en un amplio rango desde los S/. 12,014.40 hasta los S/. 36,090.00 por cada familia.

El perfil educativo refleja una preferencia por carreras técnicas y de rápida inserción laboral, aunque con concentración en áreas de baja remuneración o alta informalidad, especialmente en el caso de las mujeres.

El documento destaca además la percepción de desigualdades de género en el acceso a empleo y salarios, con un 61,84% de los encuestados creyendo que las mujeres ganan menos que los hombres y el hecho que el 84,21% considera que existen trabajos más adecuados para hombres que para mujeres, reflejando la persistencia de roles de género tradicionales.

Se sugiere fortalecer la formación técnica con un enfoque en la demanda laboral, promover la formalización de emprendimientos solo como parte del crecimiento del negocio o demanda del

mercado y sensibilizar a las comunidades sobre la equidad de género en el acceso a empleo. Además, es fundamental fomentar la creación de redes de apoyo entre emprendedores y la participación activa de mujeres en espacios de decisión.

El informe concluye que es esencial implementar estrategias inclusivas y sostenibles que promuevan la empleabilidad de jóvenes y mujeres rurales, abordando las brechas de género y las necesidades específicas de cada región.

La información contenida en este documento constituirá un insumo clave para fortalecer los procesos de seguimiento, evaluación y toma de decisiones del proyecto, contribuyendo a la implementación de estrategias más pertinentes, inclusivas y sostenibles que promuevan la empleabilidad y el emprendimiento de juventudes y mujeres rurales en la macrorregión norte del país.

METODOLOGíA

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

La presente evaluación contó con tres fases:

I. Fase de planificación

En coordinación con CEDEPAS NORTE se realizó una revisión de todos los documentos relevantes del proyecto.

Durante reuniones virtuales con la coordinadora de proyecto se identificaron las herramientas e instrumentos con los cuales se recopiló la información para la Línea de Base.

En esta etapa, además, se identificaron a los socios estratégicos del sector público y privado, así como los miembros del personal del proyecto. Se coordinó con una semana de anticipación las encuestas a realizar.

Se ajustó el cronograma propuesto, considerando el desarrollo de las herramientas, las coordinaciones de campo y la retroalimentación por parte del consultor. Se privilegió la aplicación de encuestas fisicas debido a las caracteristicas del perfil de las beneficiarias.

II. Fase de recolección de datos

Se solicitó información de los participantes del proyecto (padrón de productores o beneficiarias, beneficiaros si lo hubiere), grupos de jóvenes organizados, organizaciones de mujeres identificadas, grupos de beneficiarias de otras organizaciones cercanas como la DEMUNA, etc. Esta información fue alcanzada por la Coordinación del proyecto.

La labor de recolección de datos de campo empezó una vez que se coordinó con las personas a encuestar, entrevistar y asistentes a los focus group.

Las principales herramientas de recolección de información fueron:

i. Encuesta semi estructurada, aplicada a todos los posibles beneficiarios del proyecto.

ii. Entrevistas a las personas clave tales como; socios estratégicos del sector público y privado. Se realizó una reunión con los miembros del personal del proyecto para la elaboración de la matriz de operacionalización y definición de indicadores.

iii. Focus groups, se realizaron reuniones con pequeños grupos representativos de beneficiarios del proyecto. Se realizaron focus group con grupos de integrantes de mujeres emprendedoras, jóvenes líderes, etc.

III. Fase de Informe

Recogida la información se elabora el presente informe de avance considerando los hallazgos y resultados.

El informe final indicará en detalle la metodología utilizada, los hallazgos encontrados sobre cada uno de los resultados, las lecciones aprendidas y las recomendaciones.

DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

Revisión documentaria:

En esta primera etapa de recopilación de información relevante, se solicitó a CEDEPAS NORTE toda la información relevante. Además, se recurrió a la revisión de la información secundaria relativa al objetivo de la evaluación.

Durante el proceso de línea de base se implementó la matriz de operacionalización de Indicadores.

Encuesta Semi-estructurada

La encuestas semi-estructuradas tienen como finalidad conocer a profundidad la intervención en el alcance de los indicadores del proyecto. Para la aplicación de la encuesta semi-estructurada, dirigido a las beneficiarias y beneficiarios, se desarrollo la herramientas a partir de las definiciones de los indicadores de la matriz respectiva.

Tomando en cuenta el numero de beneficiarios, 900 entre emprendedoras y jóvenes, la dispersión señalada (tres regiones, y veintidos distritos), se tomó una muestra representativa en todo el ámbito de 300 encuestas presenciales utilizando un muestreo por conveniencia.

Cuadro Nº 02: Beneficiarios totales del proyecto por distrito y región

REGIÓN	PROVINCIA	DISTRITO	POBLACIÓN
La Libertad	Trujillo	Moche	40
		Laredo	40
		El porvenir	80
	Pacasmayo	Pacasmayo	85
	Chepén	Guadalupe	25
		Chepén	55
		Pueblo Nuevo	25
Cajamarca	Cajamarca	Cajamarca	55
		Magdalena 30	35
		Baños del Inca	45
	San Pablo	San Pablo	40
	Contumaza	Yonan - tembladera	40
		Chilete 40	35
Piura	Piura	Piura	44
		Catacaos	40
		Curamori	30
		La Arena	32
		Castilla	44
		Veintiséis de Octubre	43
		La Unión	30
		Tambogrande	37
		TOTAL	900

Cuadro Nº 03: Beneficiarios totales del proyecto por componente de intervención

DISTRITO	POBLACIÓN	DESAGREGADO POR DISTRITO		
		EMPLEABILIDAD		EMPRENDIMIENTO
		HOMBRES JÓVENES	MUJERES JÓVENES	MUJERES JÓVENES RURALES
Moche	40	15	10	15
Laredo	40	15	10	15

El porvenir	80	30	20	30
Pacasmayo	85	45	30	10
Guadalupe	25	10	5	10
Chepén	55	25	20	10
Pueblo Nuevo	25	10	5	10
Cajamarca	55	25	10	20
Magdalena 30	35	10	10	15
Baños del Inca	45	15	10	20
San Pablo	40	15	10	15
Yonan - tembladera	40	15	10	15
Chilete 40	35	10	10	15
Piura	44	18	12	14
Catacaos	40	15	10	15
Curamori	30	12	8	10
La Arena	32	12	8	12
Castilla	44	18	12	14
Veintiséis de Octubre	43	18	12	13
La Unión	30	12	8	10
Tambogrande	37	15	10	12
TOTAL	**900**	**360**	**240**	**300**

MARCO MUESTRAL

El modelo estadístico se describe, primero en un modelo de muestreo NO probabilístico, a realizar en los veintidos distrito (tres regiones) identificados en la intervención del proyecto, el cual permitirá describir las principales características de la población objetivo. La inferencia estadística nos permitirá obtener conclusiones respecto a la población a partir de datos observados en la muestra.

Se tomará una muestra por conveniencia. El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizada para crear muestras de acuerdo con la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un intervalo de tiempo dado. Cuando se utiliza esta técnica, se pueden observar hábitos, opiniones, y puntos de vista de manera más fácil. Se utiliza el método de muestreo por conveniencia para recopilar información sobre problemas críticos que deben abordarse casi de inmediato, o cuando se está recopilando información sobre una característica o producto.

El tamaño de la muestra se basó en la población beneficiaria (u objetivo) registrados en el documento de proyecto, en este caso 900 jóvenes y/o emprendedoras individuales, aplicando para tal fin el siguiente modelo estadístico.

Cuadro Nº 04: Cálculo de muestra

ERROR	5.0%
TAMAÑO POBLACIÓN	900
NIVEL DE CONFIANZA	95%
TAMAÑO DE LA MUESTRA =	**269**

Cuadro Nº 05: Modelo estadistico

$$\frac{N*(\alpha_c*0{,}5)^2}{1+(e^2*(N-1))}$$

Cuadro Nº 06: Muestra calculada

DISTRITO	POBLACIÓN	MUESTRA POR DISTRITO
Moche	40	13
Laredo	40	13
El porvenir	80	27
Pacasmayo	85	28
Guadalupe	25	8
Chepén	55	18
Pueblo Nuevo	25	8
Cajamarca	55	18
Magdalena	35	12

Baños del Inca	45	15
San Pablo	40	13
Yonan - tembladera	40	13
Chilete	35	12
Piura	44	15
Catacaos	40	13
Curamori	30	10
La Arena	32	11
Castilla	44	15
Veintiséis de Octubre	43	14
La Unión	30	10
Tambogrande	37	12
TOTAL	900	300

Entrevistas a profundidad

Dirigido a personas relacionadas a la intervención del proyecto recogidas de manera presencial por el equipo consultor. Estas entrevistas fueron aplicadas entre Representantes de instituciones aliadas, públicas y/o privadas identificados, con los cuales se pudo tener acceso y coordinar la aplicación de la entrevista. Su función fue obtener información sobre sus opiniones, actitudes y experiencias o incluso explicitar sus opiniones respecto a la intervención del proyecto.

Grupos Focales

Los Grupos Focales (focus group, o grupos de enfoque), son una técnica que se utiliza en la investigación cualitativa, que consiste en generar diálogos (empleando una guía semiestructurada) y consensos con grupos de población determinados y homogéneos donde se discuten temas establecidos en forma abierta y participativa.

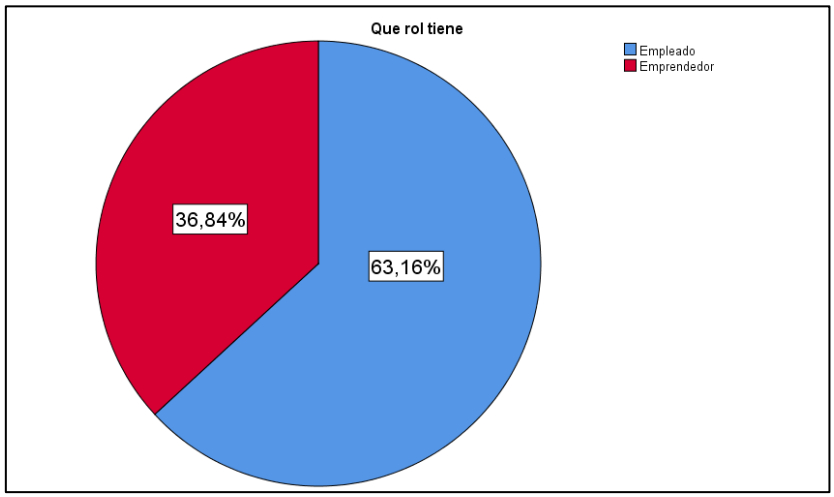
Este método se utilizó para conocer las diferentes percepciones y perspectivas de la población objetivo.

El trabajo de campo se realizó a partir del 17 de marzo iniciando en la región La Libertad, para concluir en la región Cajamarca el 08 de abril de 2025.

El recojo de las últimas encuestas se dilató hasta el 12 de mayo.

PERFIL DE LAS BENEFICIARIAS Y BENEFICIARIOS

Gráfico 1: Categoría laboral de la persona encuestada



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico de distribución porcentual muestra que el 63,16% de las personas encuestadas se identificará como empleado(a) y el 36,84% como emprendedor(a). Este hallazgo evidencia que una ligera mayoría se encuentra actualmente en una relación de empleo dependiente, mientras que una parte significativa ya desarrolla actividades económicas de manera autónoma.

Esta situación es clave para orientar las acciones del proyecto, dado que permitirá diseñar estrategias diferenciadas: fortalecimiento de competencias de empleabilidad para empleados y fortalecimiento de capacidades de gestión empresarial y acceso a financiamiento para emprendedores. Asimismo, resalta la necesidad de integrar transversalmente el enfoque de género, para garantizar igualdad de oportunidades en ambos caminos laborales.

Es importante señalar que, ambos frentes de acción son coherentes con los objetivos estratégicos definidos en el proyecto y su marco lógico.

Cuadro 07: Distrito de las personas encuestadas

DISTRITO DEL ENCUESTADO		
	Frecuencia	Porcentaje
BAÑOS DEL INCA	14	4.6
CAJAMARCA	18	5.9
CASTILLA	15	4.9
CATACAOS	15	4.9
CHAO - VIRÚ	30	9.9
CHEPÉN	1	0.3

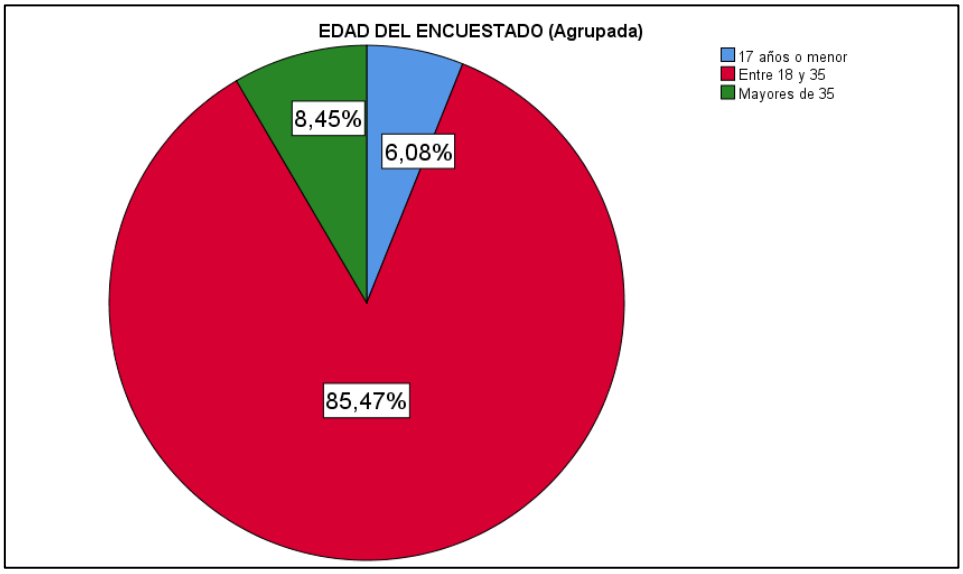
CONTUMAZA	13	4.3
CURA MORI	7	2.3
EL PORVENIR	27	8.9
GUADALUPE	3	1.0
LA ARENA	11	3.6
LA ESPERANZA	2	0.7
LA UNIÓN	11	3.6
LAREDO	5	1.6
MAGDALENA	11	3.6
MOCHE	22	7.2
PACANGA	17	5.6
PACASMAYO	1	0.3
PIURA	15	4.9
SAN PABLO	12	3.9
TAMBOGRANDE	12	3.9
TEMBLADERA	12	3.9
TRUJILLO	16	5.3
VEINTISIETE DE OCTUBRE	14	4.6
Total	**304**	**100.0**

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El cuadro presenta la distribución de las personas encuestadas en los veinticuatro (24) distritos de residencia. Los distritos con mayor proporción serán Chao-Virú (9,90%), Moche (7,20%), El Porvenir (8,90%) y Cajamarca (5,90%). El resto de distritos muestra una distribución más dispersa, reflejando una adecuada cobertura territorial en zonas urbanas, periurbanas y rurales de Cajamarca, La Libertad y Piura.

Esta dispersión territorial será fundamental para planificar acciones adaptadas a las condiciones específicas de cada distrito, considerando aspectos como infraestructura, accesibilidad a servicios, dinámicas económicas locales, debilidades o fortalezas de instituciones socias locales y barreras específicas para mujeres y juventudes rurales.

Gráfico 2: Edad agrupada de las personas encuestadas

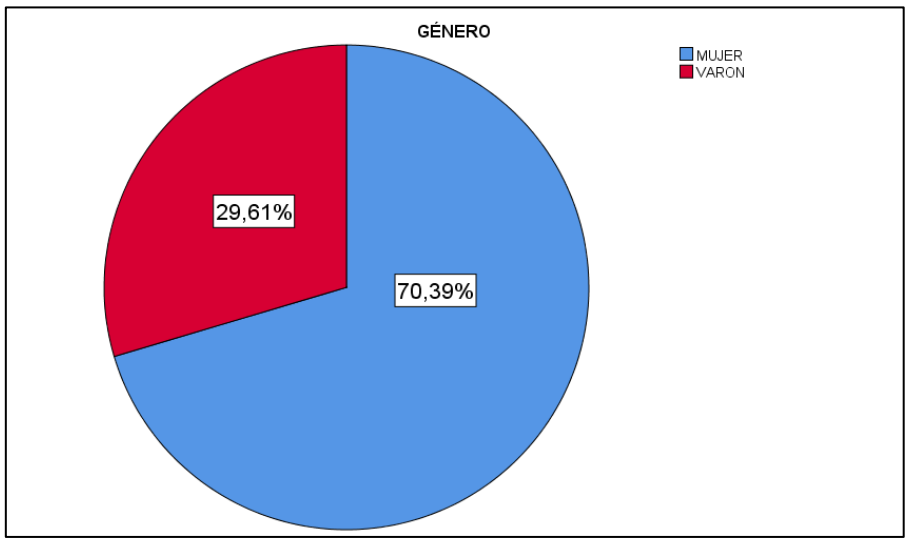


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico de distribución etaria evidencia que el 85,47% de las personas encuestadas se ubica en el grupo de 18 a 35 años, correspondiente al segmento poblacional priorizado por el proyecto. Sólo un 6,08% es menor de 18 años y un 8,45% es mayor de 35 años. Estos resultados confirman la adecuada focalización de la muestra en relación con el perfil de beneficiarios previstos, y orientan el diseño de estrategias específicas que respondan a las necesidades y desafíos de empleabilidad y emprendimiento de juventudes rurales en etapa activa de inserción laboral.

El predominio del grupo entre 18 y 35 años es particularmente relevante, ya que se trata de la población objetivo que enfrenta mayores desafíos de empleabilidad y acceso a oportunidades económicas formales, según el diagnóstico previo. Esta distribución también refuerza la pertinencia de las estrategias formativas, de inserción laboral y de fortalecimiento de emprendimientos que el proyecto implementará, focalizando su impacto en el rango de edad que presenta mayores brechas en acceso a empleo digno en las regiones de Cajamarca, La Libertad y Piura.

Gráfico 3: Género de las personas encuestadas

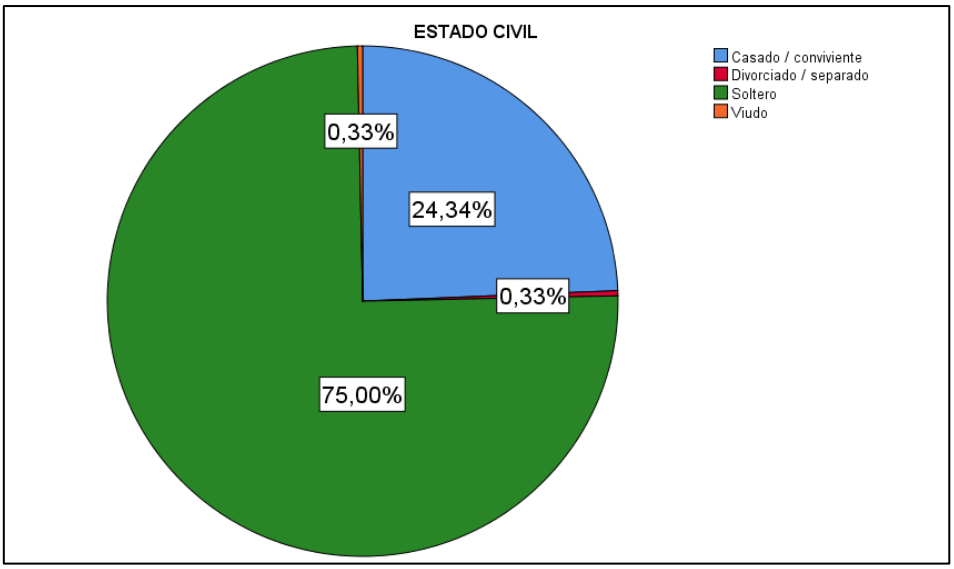


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 70,39% de las personas encuestadas fueron mujeres y el 29,61% son varones. Esta distribución es coherente con el enfoque de equidad de género del proyecto, que prioriza la inclusión de mujeres jóvenes en procesos de empleabilidad y mujeres rurales jóvenes emprendimiento. Es así como, la amplia participación femenina permitirá analizar de manera desagregada las brechas de género existentes en el acceso a empleo y recursos productivos, y diseñar intervenciones que promuevan su autonomía económica y su empoderamiento en el mercado laboral.

Además, la sobrerrepresentación de mujeres respecto a varones también es consistente con el diseño de las actividades del proyecto, que promueve modelos de negocio sostenibles y programas de capacitación técnica dirigidos a mujeres jóvenes rurales. Este resultado inicial facilitará el posterior monitoreo del impacto del proyecto en la reducción de brechas de acceso a empleo digno, formalización de emprendimientos y fortalecimiento de habilidades empresariales en las regiones de Cajamarca, La Libertad y Piura.

Gráfico 4: Estado civil de las personas encuestadas

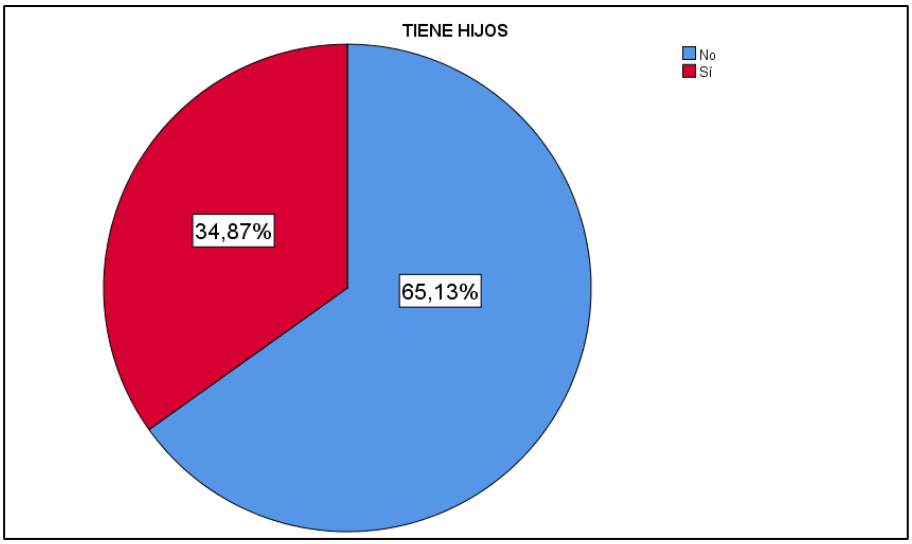


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico refleja que el 75,00% de las personas encuestadas se declara soltera, el 24,34% casada o conviviente, y porcentajes muy pequeños corresponden a divorciadas/separadas (0,33%) o viudas (0,33%). Esta alta proporción de personas solteras se alinea con el perfil de la población objetivo del proyecto, compuesta principalmente por jóvenes entre 18 y 35 años en proceso de inserción laboral o de emprendimiento inicial.

La confirmación de una alta proporción de personas solteras permite confirmar el desarrollo de estrategias de formación y empleabilidad con mayor flexibilidad de tiempo y movilidad, mientras que el análisis específico de mujeres casadas o convivientes permitirá identificar barreras adicionales relacionadas a las cargas familiares y responsabilidades de cuidado.

Gráfico 5: Encuestadas y encuestados con hijos

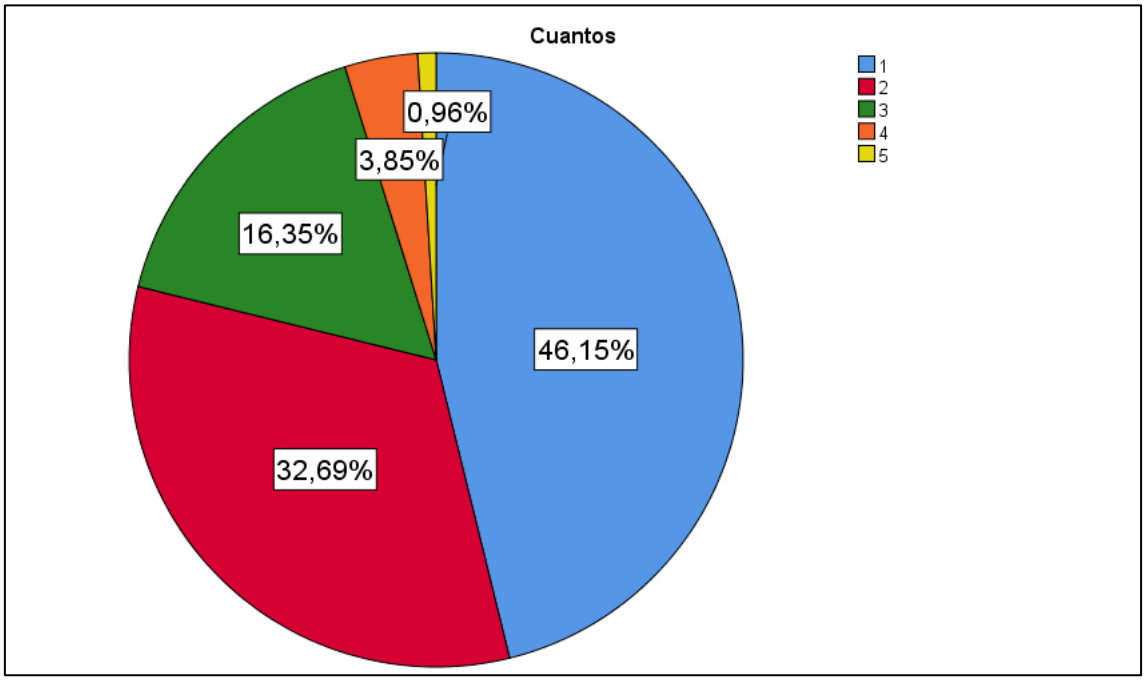


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 34,87% de las personas encuestadas afirma tener hijos, mientras que el 65,13% no tiene hijos. Esta proporción refleja que, aunque la mayoría de los beneficiarios no tiene responsabilidades directas de cuidado de menores, existe un porcentaje considerable que combina su inserción laboral o su actividad emprendedora con las responsabilidades de cuidado familiar, aspecto especialmente relevante entre las mujeres jóvenes rurales.

La presencia significativa de personas con hijos subraya la necesidad de integrar medidas de corresponsabilidad social y familiar en las acciones del proyecto, como horarios flexibles de capacitación o servicios de apoyo en eventos presenciales, como ciertamente está planificado en el proyecto. Además, refuerza la importancia del enfoque de género adoptado en la intervención, ya que las cargas de cuidado son tradicionalmente asumidas en mayor proporción por las mujeres, lo que puede constituir una barrera adicional para su empleabilidad o fortalecimiento de emprendimientos en las regiones Cajamarca, La Libertad y Piura.

Gráfico 6: Número de hijos



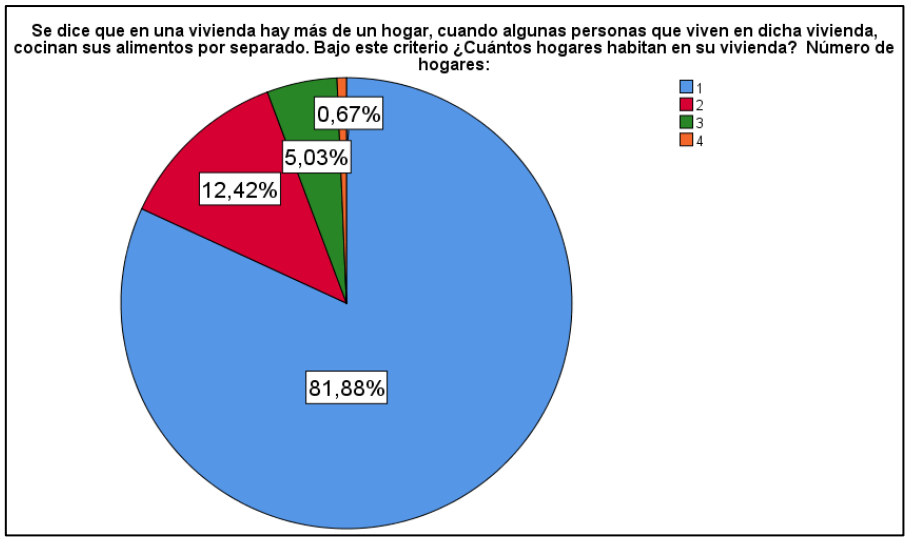
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre quienes tienen hijos, el 46,15% tiene un hijo, el 32,69% tiene dos hijos, el 16,35% tiene tres hijos, el 3,85% tiene cuatro hijos y el 0,96% tiene cinco hijos.

Este dato evidencia que la mayoría de personas con hijos tiene familias nucleares pequeñas, aspecto relevante para el diseño de las estrategias de inserción laboral y emprendimiento. Sin embargo, desde un enfoque de género, es fundamental reconocer que, aun teniendo uno o dos hijos, las mujeres jóvenes rurales suelen asumir la mayor parte de las tareas de cuidado, lo que impacta en su disponibilidad de tiempo para participar en procesos de formación o actividades laborales. Por ello, las medidas de conciliación familiar seguirán siendo prioritarias dentro del proyecto.

INFORMACIÓN SOCIO ECONÓMICA

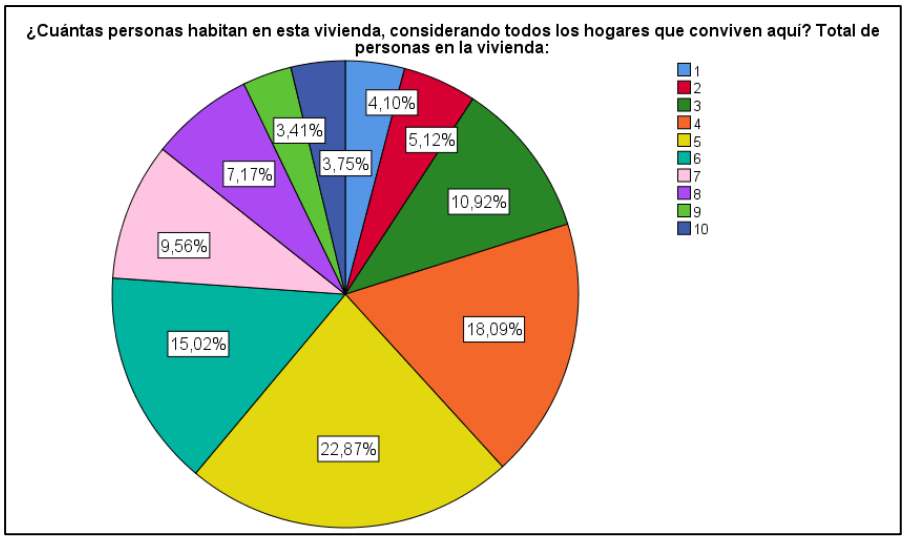
Gráfico 7: Número de hogares en la vivienda



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 81,88% de los encuestados vive en viviendas donde reside un solo hogar, el 12,42% comparte con dos hogares, el 5,03% con tres hogares y el 0,67% con cuatro hogares. Estos resultados evidencian que la gran mayoría de los beneficiarios vive en unidades familiares nucleares, lo que sugiere menores niveles de hacinamiento, al menos bajo el criterio de número de hogares independientes por vivienda. Sin embargo, la existencia de viviendas donde habitan varios hogares refleja condiciones de **hacinamiento potencial** en ciertos casos, especialmente en zonas rurales y periurbanas. Desde una perspectiva de género, las mujeres suelen enfrentar mayores restricciones de espacio para desarrollar actividades productivas o de formación, lo que debe ser considerado si se plantean programas de capacitación domiciliario (on line).

Gráfico 8: Número de personas que habitan en la vivienda



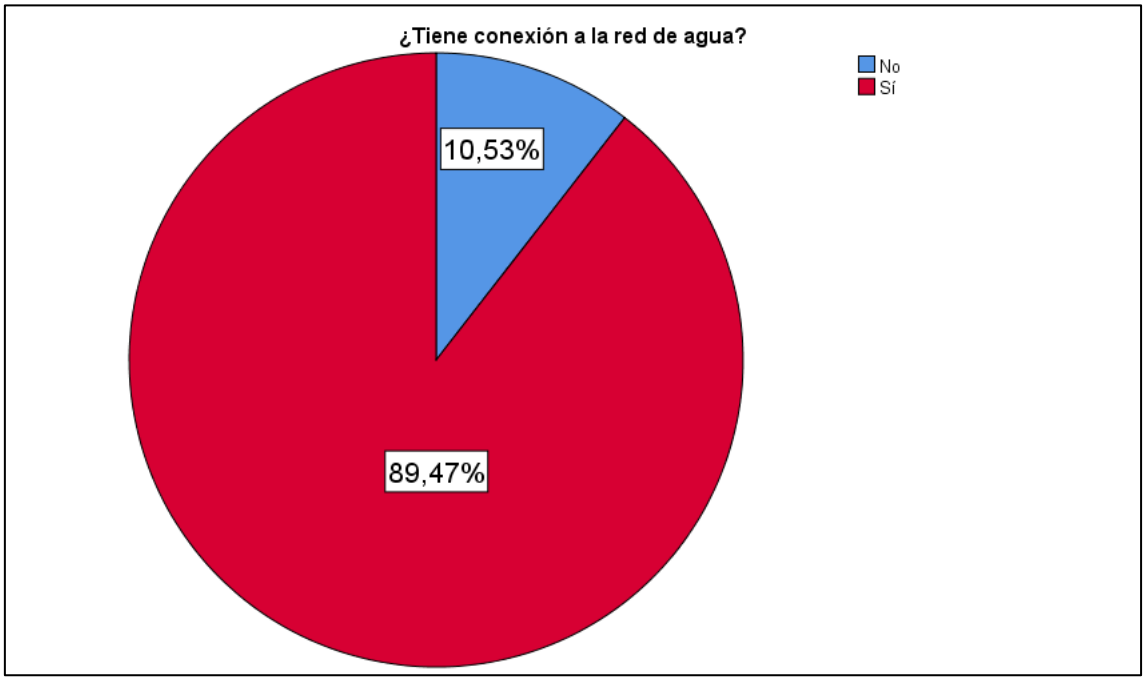
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico indica que el 22,87% de los encuestados refiere que su vivienda es ocupada por cinco personas, el 18,09% con cuatro personas y el 15,02% con seis personas. Otros tamaños de hogar tienen menor frecuencia. Estos resultados reflejan que la mayoría de los encuestados habita en hogares de tamaño medio.

La predominancia de hogares medianos refleja estructuras familiares extendidas comunes en las zonas rurales. Para las mujeres jóvenes rurales, este contexto puede significar mayores responsabilidades domésticas y de cuidado, afectando su disponibilidad para procesos de capacitación o empleo. Por ello, el proyecto deberá integrar estrategias que consideren las cargas familiares diferenciadas y promuevan la corresponsabilidad de cuidados en los hogares.

La cantidad de personas por vivienda influye directamente en la calidad de vida, la disponibilidad de espacios adecuados para estudio o emprendimiento, y en la carga de responsabilidades familiares. En el marco del proyecto, este dato debe considerarse especialmente para diseñar estrategias de capacitación y acompañamiento que reconozcan las limitaciones de tiempo y recursos de los beneficiarios, así como para promover acciones que favorezcan la conciliación entre las actividades formativas, laborales y familiares, en especial entre mujeres jóvenes con múltiples responsabilidades domésticas.

Gráfico 9: Red de agua

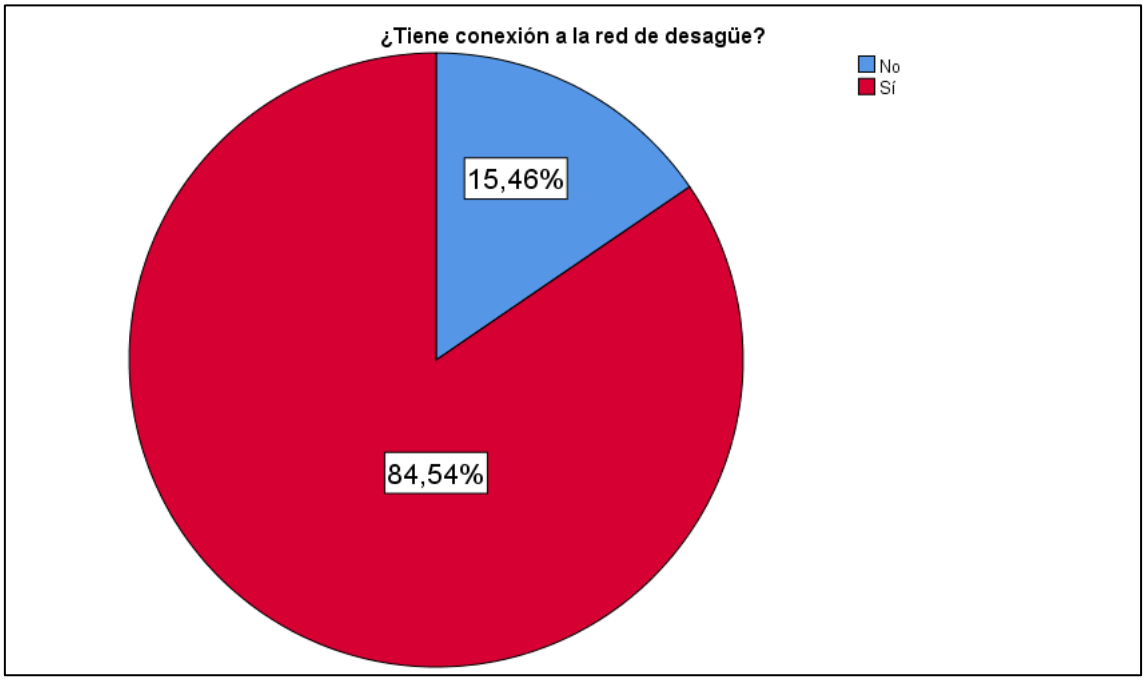


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 89,47% de los encuestados tiene acceso a red pública de agua, mientras que el 10,53% no cuenta con este servicio. Aunque la mayoría accede a agua potable, la falta de conexión en una parte de la población puede limitar las condiciones básicas de vida, higiene y tiempo disponible, afectando principalmente a mujeres, quienes asumen tradicionalmente las tareas de gestión del agua en los hogares rurales. Este dato subraya la importancia de identificar brechas de infraestructura como un componente estructural que afecta la empleabilidad y el emprendimiento, especialmente en el caso de mujeres jóvenes.

Es importante mencionar que, el pequeño porcentaje que carece de conexión a la red de agua podría enfrentar mayores vulnerabilidades, que podrían impactar en su salud, tiempo disponible y condiciones para el emprendimiento o la empleabilidad. Esta situación deberá ser monitoreada especialmente en zonas rurales dispersas, con mayor énfasis en los distritos de Chao y Viru donde se presentan estos casos. Las carencias de servicios básicos pueden profundizar las desigualdades de acceso a oportunidades económicas y educativas, aspectos centrales que el proyecto busca abordar.

Gráfico 10: Conexión a la red de desagüe

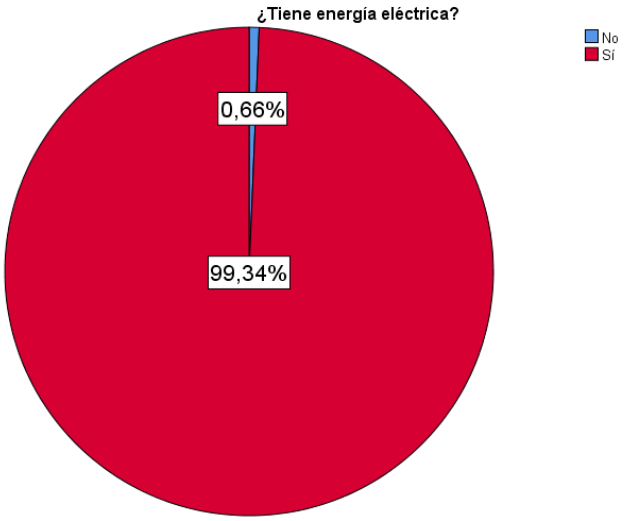


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico indica que el 84,54% de los encuestados cuenta con conexión a desagüe, mientras que el 15,46% carece de este servicio. Aunque una amplia mayoría tiene acceso a saneamiento básico, del mismo modo que el caso anterior, la ausencia de saneamiento básico adecuado implica riesgos para la salud y condiciones de vida que afectan directamente el bienestar y la capacidad de participación económica de los beneficiarios, especialmente de las mujeres, quienes suelen asumir el cuidado de los hijos e hijas en contextos de precariedad sanitaria. Incorporar este análisis permitirá que el proyecto adapte las intervenciones.

Estos resultados refuerzan la necesidad de que el proyecto mantenga su enfoque de equidad territorial y de atención diferenciada, considerando que la falta de infraestructura básica puede agravar las barreras para la empleabilidad y el emprendimiento, especialmente en mujeres y jóvenes rurales.

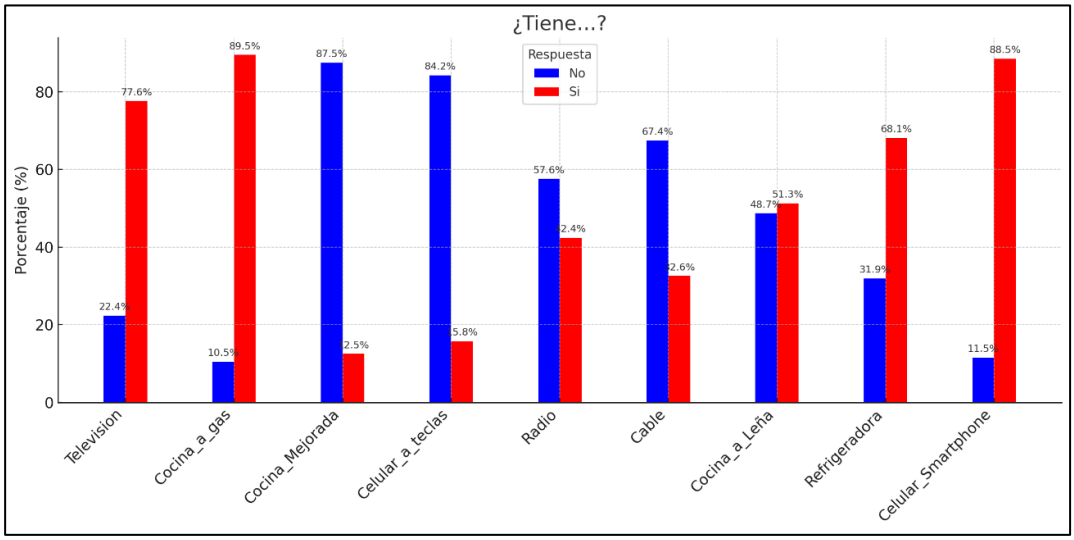
Gráfico 11: Energía eléctrica



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 99,34% de las personas encuestadas dispone de servicio de energía eléctrica, mientras que solo el 0,66% no tiene acceso. La alta cobertura de electricidad es favorable para la implementación de estrategias de capacitación virtual, acceso a plataformas digitales y fortalecimiento de emprendimientos. No obstante, las pocas personas sin acceso, que suelen ubicarse en zonas rurales dispersas, podrían enfrentar exclusión digital, especialmente las mujeres jóvenes, quienes ya presentan barreras adicionales de acceso a tecnologías.

Gráfico 12: Acceso a bienes y servicios en el hogar



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico revela que los bienes más comunes en los hogares son el celular smartphone, cocina a gas, televisión y refrigeradora. En cambio, hay menor acceso a cocinas mejoradas, celulares básicos y suscripciones a servicios de cable.

Este patrón refleja una tendencia hacia la modernización parcial del equipamiento doméstico, donde la conectividad móvil y el acceso a electrodomésticos básicos están bastante extendidos, aunque persisten limitaciones en bienes relacionados con tecnologías más tradicionales o con mejoras específicas de vivienda, como la cocina mejorada.

La alta tenencia de celulares smartphone es una oportunidad para facilitar la capacitación y el emprendimiento digital. Sin embargo, la menor presencia de bienes como cocinas mejoradas refleja condiciones que impactan de manera diferenciada en las mujeres jóvenes rurales, quienes destinan más tiempo a actividades domésticas. Estas brechas en acceso a tecnologías y condiciones adecuadas deben ser abordadas en las estrategias de intervención, incorporando la perspectiva de género e interseccionalidad.

Cuadro 08: Radio que escuchan

Si la respuesta fue SI, ¿Qué radio escuchan?		
	Frecuencia	Porcentaje
95.3FM	2	,7
CONTUMAZÁ	6	2,0
EXITOSA	5	1,6
K BUENA	1	,3
LA INOLVIDABLE	1	,3
LA PRIMERA	1	,3
LATINA	2	,7
LÍDER	1	,3
MODA	1	,3
NOVA	3	1,0
NUEVA Q	1	,3
ONDA	1	,3
OXÍGENO	3	1,0
PANAMERICANA	2	,7
PIRATA	1	,3
QUE BUENA	2	,7
RADIO CAMPESINA	1	,3
RADIO LIMATAMBO	1	,3
RADIO SAN PABLO	2	,7
RADIO VIRÚ	2	,7
RITMO ROMÁNTICA	2	,7
RPP	5	1,6
SAN FRANCISCO	1	,3
STUDIO 92	1	,3
TURBO MIX	1	,3
NO ESCUCHAN	255	83,9

TOTAL	304	100,0

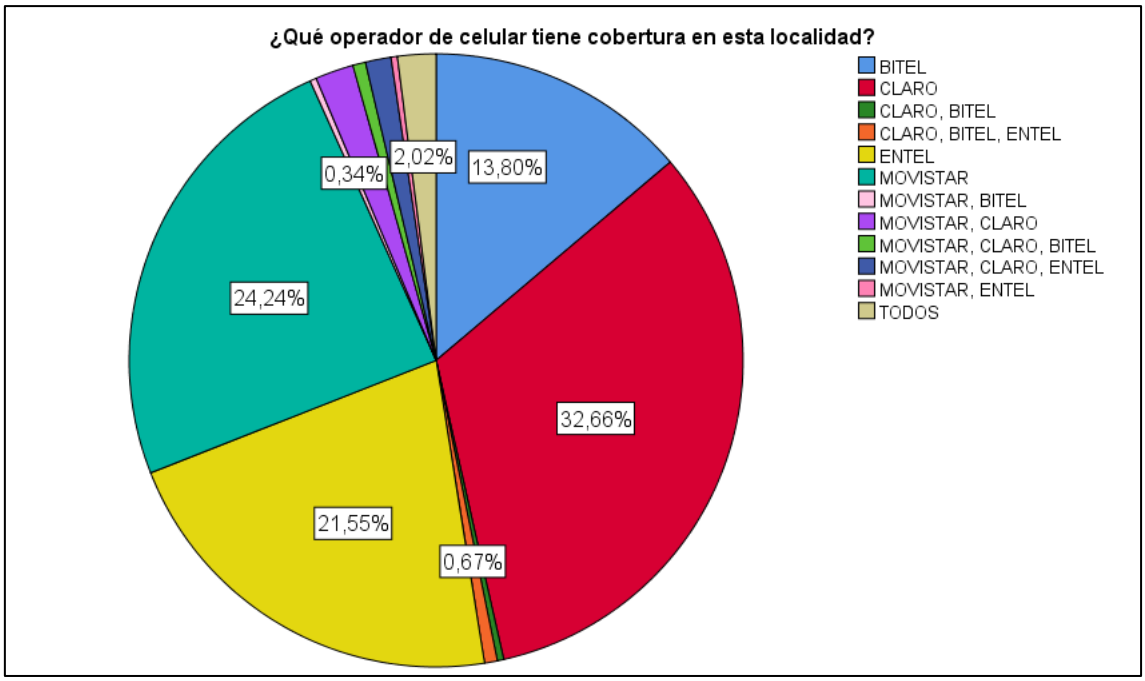
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El cuadro presenta la frecuencia y porcentaje de las emisoras de radio que escuchan las personas encuestadas. Se observa que el 83,9% de los participantes no escucha ninguna emisora radial, mientras que entre quienes sí lo hacen, las más mencionadas son Contumazá, RPP y Exitosa, todas con representaciones individuales menores al 2%.

Este hallazgo indica que el consumo de radio tradicional en las zonas rurales y periurbanas evaluadas es muy limitado, quizás por el predominio de jóvenes entrevistados que utilizan hoy en día otros medios para escuchar música (streaming), lo cual tiene importantes implicancias para las estrategias de comunicación del proyecto. La baja audiencia radial sugiere que las acciones de difusión de programas de empleabilidad, capacitación o servicios deberán priorizar otros canales de comunicación, como telefonía móvil e internet.

Desde un enfoque de género, es fundamental considerar que muchas mujeres jóvenes rurales tienen acceso restringido a tecnologías de información, por lo que las estrategias de difusión deberán ser multicanal y adaptadas a diferentes niveles de conectividad.

Gráfico 13: Cobertura de operadores de celular



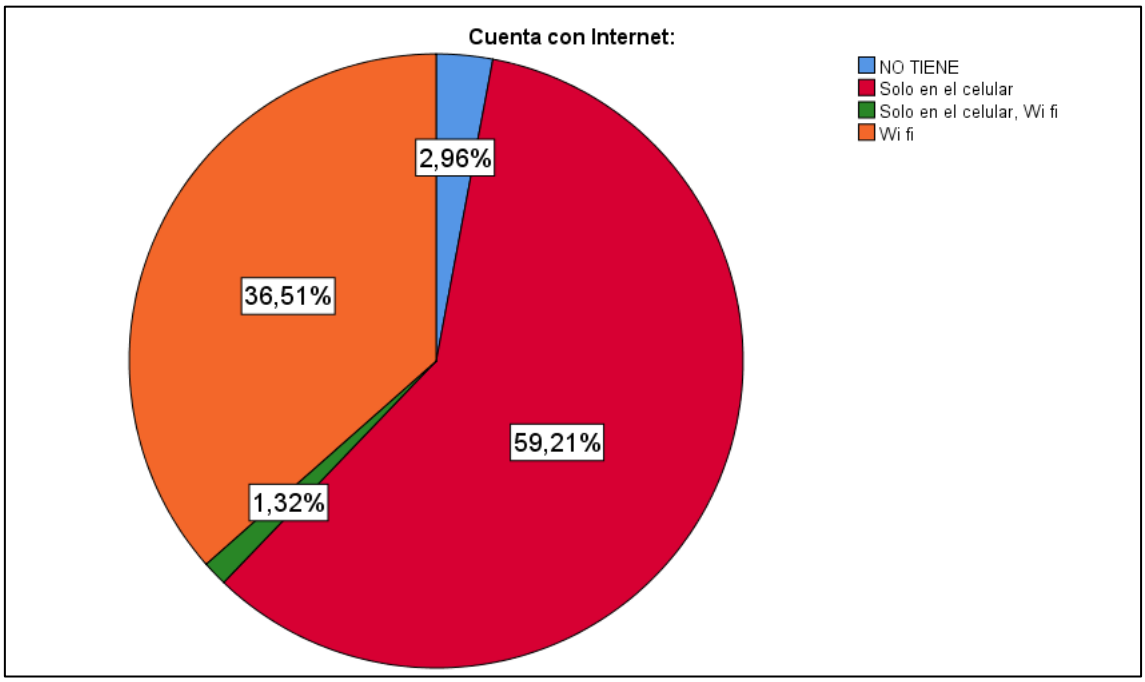
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el operador con mayor presencia es Claro (32,66%), seguido de Movistar (24,24%), Entel (21,55%) y Bitel (13,80%). La cobertura múltiple entre operadores es poco

significativa. Esta distribución indica que, aunque la mayoría de las localidades cuenta con algún servicio de telefonía móvil, la cobertura efectiva está concentrada en pocos operadores, principalmente Claro y Movistar.

Desde el objetivo general del proyecto, esta información resulta clave porque evidencia un entorno de conectividad móvil relativamente adecuado para desplegar estrategias de formación digital y comunicación de oportunidades de empleo. Sin embargo, las zonas con baja cobertura o dependencia de pocos operadores representan un riesgo para la equidad en el acceso a capacitaciones y empleabilidad, especialmente para las mujeres jóvenes rurales que enfrentan mayores barreras digitales. Se identifica así la necesidad de adaptar metodologías para contextos de baja conectividad como medida de pertinencia y viabilidad.

Gráfico 14: Servicio de Internet



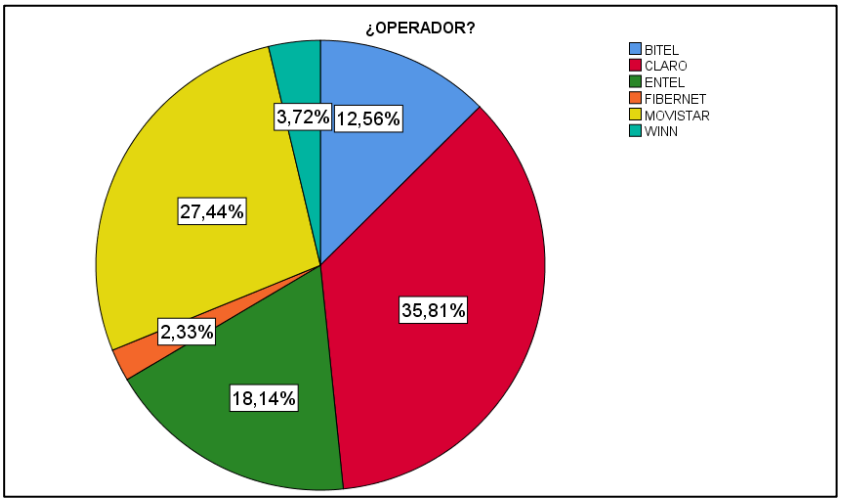
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 59,21% de los encuestados accede a Internet únicamente a través de su celular, el 36,51% tiene conexión wifi, el 1,32% tiene ambas formas de acceso, y el 2,96% no cuenta con Internet.

Estos datos evidencian una alta dependencia del acceso móvil, lo que impacta directamente en la viabilidad de estrategias de formación y asistencia técnica digital del proyecto. La calidad limitada de conexión móvil podría restringir el acceso de mujeres jóvenes rurales a procesos formativos y de fortalecimiento de habilidades, afectando la equidad de resultados. Por tanto, será fundamental proponer variables explicativas que contemplen el tipo de acceso a Internet

como factor diferenciador en las metodologías de capacitación y la medición de avances del proyecto.

Gráfico 15: Operador de internet

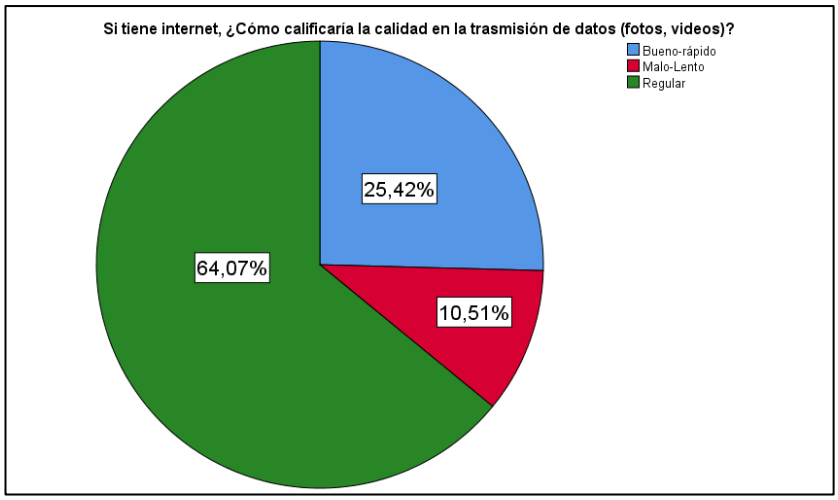


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que los principales operadores de Internet son Claro (35,81%), Movistar (27,44%), Entel (18,14%) y Bitel (12,56%), con otros operadores minoritarios como WIN y Fibernet.

La concentración de usuarios en unos pocos proveedores puede generar brechas de calidad en la conectividad rural, afectando la sostenibilidad de estrategias de capacitación digital, medios digitales de difusión de las oportunidades de empleo, este ultimo un componente central del proyecto. Desde la perspectiva de género, las mujeres con acceso más limitado a Internet móvil estable y económico podrían enfrentar exclusión de oportunidades, por lo que se recomienda incorporar esta variable de conectividad como explicativa en los sistemas de seguimiento.

Gráfico 16: Calidad en la transmisión de datos



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico señala que el 64,07% considera su conexión regular, el 25,42% la califica como buena y rápida, y el 10,51% como mala o lenta.

La predominancia de conexiones regulares obliga a que las intervenciones de capacitación o formación técnica planeadas en el proyecto adopten formatos accesibles, de bajo consumo de datos y que no generen exclusión. Esta situación, además, impacta en el nivel de fiabilidad de los indicadores relacionados con acceso a información y capacitación digital, por lo que deben diseñarse alternativas presenciales o mixtas que garanticen la equidad y la viabilidad del programa, especialmente entre mujeres rurales.

Cuadro 09: Gastos anuales promedio por familia

DISTRITO	Promedio de GASTO ANUAL
BAÑOS DEL INKA	30520.29
CAJAMARCA	30172.53
CASTILLA	17724.00
CATACAOS	26864.00
CHAO - VIRÚ	21365.20
CHEPÉN	11220.00
CONTUMAZÁ	19648.62
CURA MORI	12600.00
EL PORVENIR	22564.89
GUADALUPE	21736.00
LA ARENA	13606.91
LA ESPERANZA	8970.00
LA UNIÓN	16438.91

LAREDO	34752.00
MAGDALENA	11325.82
MOCHE	21384.98
PACANGA	20596.94
PACASMAYO	31618.80
PIURA	17779.20
SAN PABLO	13868.80
TAMBOGRANDE	16812.00
TEMBLADERA	17156.00
TRUJILLO	20774.03
VEINTISÉIS DE OCTUBRE	15924.00
Total general	**20409.71**

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El cuadro muestra los gastos anuales promedio por familia, desagregados por distrito de residencia. Los distritos con mayores gastos promedio son Laredo (S/ 34,752.00), Pacasmayo (S/ 31,618.80) y Baños del Inka (S/ 30,520.29), mientras que los menores gastos se registran en La Esperanza (S/ 8,970.00).

Estas diferencias reflejan una gran heterogeneidad económica entre los territorios de intervención, influida por factores como el nivel de urbanización, actividades económicas locales y acceso a mercados. Para el proyecto, entender estas variaciones es clave para diseñar estrategias diferenciadas de fortalecimiento de capacidades y generación de ingresos.

Desde el enfoque de género e interseccionalidad, es importante considerar que en los distritos de menores gastos, las mujeres jóvenes rurales pueden enfrentar mayores condiciones de precariedad económica, por lo que requerirán acciones específicas de empoderamiento y acceso a recursos.

EDUCACIÓN

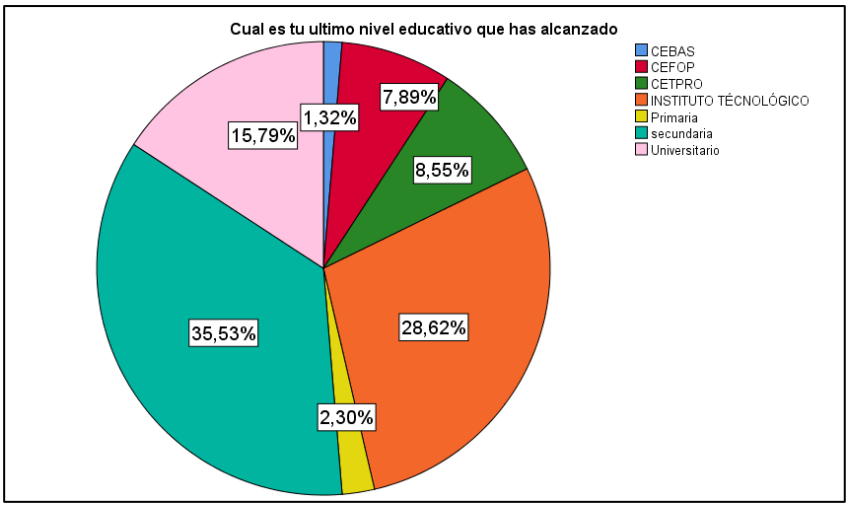
Gráfico 17: Idioma o lengua materna del encuestado

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 100% de las personas encuestadas reporta el castellano como su lengua materna.

La homogeneidad lingüística facilitará la implementación de actividades de formación, comunicación y capacitación, eliminando una posible barrera de acceso. Desde el enfoque del proyecto, esto permitirá concentrar los esfuerzos en reducir brechas económicas, educativas y de género, sin necesidad de realizar adaptaciones lingüísticas específicas. Sin embargo, sigue siendo necesario considerar factores interseccionales como pertenencia rural, nivel educativo y género.

Gráfico 18: Nivel educativo alcanzado

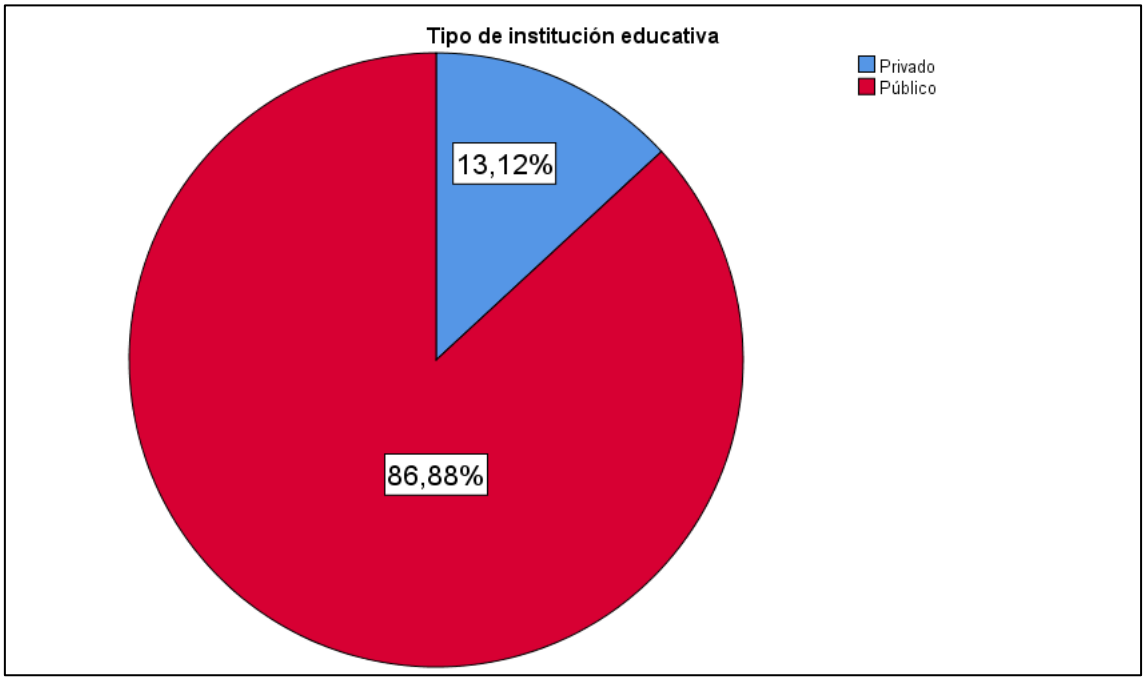


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 35,53% de los encuestados alcanzó la secundaria completa, el 28,62% Instituto tecnológico y el 15,79% llegó a nivel universitario. Otros porcentajes menores se reparten entre formación técnica y centros de educación alternativa.

Este perfil educativo sugiere que, aunque existe una base de formación básica, persisten brechas significativas para acceder a empleos formales y de calidad, particularmente en mujeres rurales que enfrentan mayores tasas de deserción educativa. La línea de base permite incorporar como variables explicativas los niveles educativos para explicar avances en empleabilidad. Además, será necesario diseñar procesos de capacitación técnica ajustados a estos niveles para garantizar su pertinencia y viabilidad.

Gráfico 19: Tipo de institución educativa



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 86,88% estudió en instituciones públicas y solo el 13,12% en privadas.

La predominancia de educación pública refleja condiciones de vulnerabilidad y limita el acceso previo a formación de calidad, situación que impacta de manera diferenciada en las mujeres jóvenes rurales. Desde el objetivo de fortalecer el acceso a empleos dignos, el proyecto deberá considerar este contexto para diseñar módulos formativos gráficos, lúdicos, accesibles, prácticos y basados en competencias reales requeridas por el mercado laboral local.

Cuadro 10: Carrera estudiada por la encuestada

Cual es el nombre de la carrera que has estudiado		
	Frecuencia	Porcentaje
ADMINISTRACIÓN	16	5.3
AGRONOMÍA Y AGROPECUARIO	33	10.9
ARQUEOLOGÍA	1	0.3
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	6	2.0
COMPUTACIÓN INFORMÁTICA	1	0.3
CONFECCIÓN TEXTIL	15	4.9
CONSTRUCCIÓN CIVIL	1	0.3
CONTABILIDAD	52	17.1
COSMETOLOGÍA	11	3.6
DERECHO	10	3.3

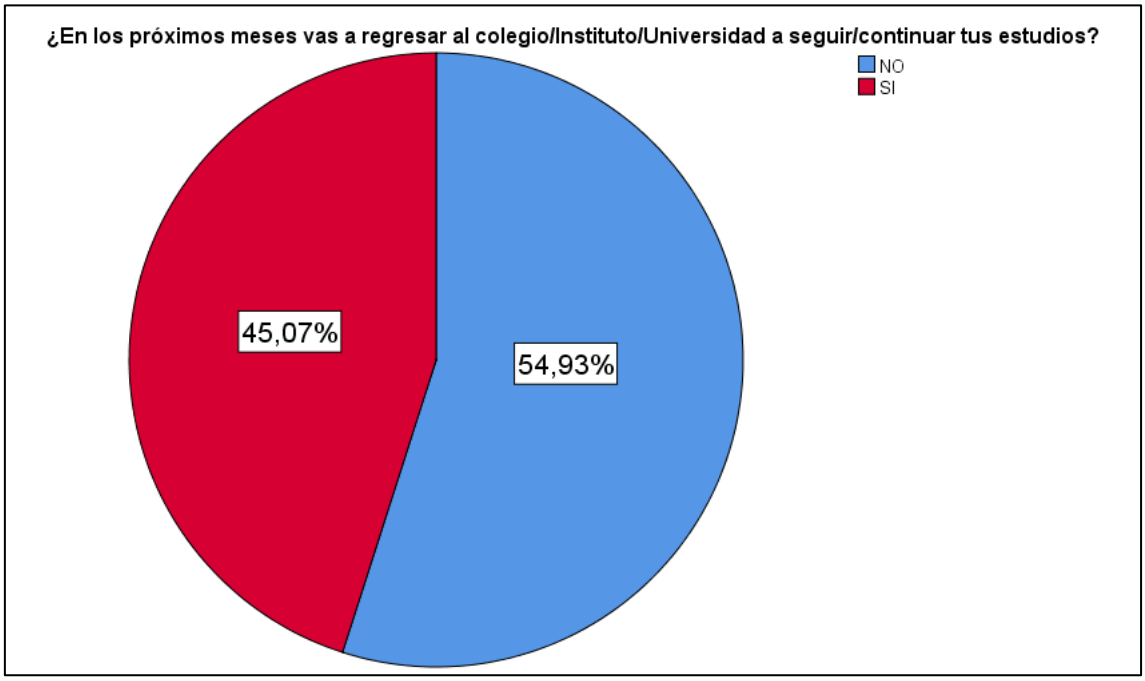
DISEÑO GRÁFICO DIGITAL	1	0.3
ECONOMÍA	1	0.3
EDUCACIÓN	7	2.3
ELECTRICIDAD Y ELECTRÓNICA	1	0.3
GASTRONOMÍA	8	2.6
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS	4	1.3
INFORMÁTICA	1	0.3
INGENERÍA FORESTAL	1	0.3
INGENIERÍA DE MINAS	1	0.3
INGENIERÍA AMBIENTAL	1	0.3
INGENIERÍA CIVIL	1	0.3
MARKETING	1	0.3
MECÁNICA	14	4.6
OBSTETRICIA	1	0.3
OPERACIONES DE ALMACENAMIENTO	2	0.7
PANADERÍA Y PASTELERÍA	9	3.0
PIÑATERÍA Y MANUALIDADES	3	1.0
PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS	5	1.6
PSICOLOGÍA	3	1.0
SECRETARIADO	2	0.7
SOCIOLOGÍA	9	3.0
TÉCNICO EN ENFERMERÍA-FARMACIA	12	3.9
TOPOGRAFÍA	1	0.3
TURISMO	1	0.3
SIN RESPONDER	68	22.4
Total	304	100.0

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El cuadro presenta los nombres de las carreras estudiadas por las personas encuestadas. La opción más frecuente es Contabilidad (17,1%), seguido de Agronomia- Agropecuario (10,9%), en Administración (5,3%) y Confección Textil (4,9%). Además, se observa un porcentaje alto de datos perdidos (22,4%), es decir personas que no contestaron la pregunta.

Este perfil educativo refleja una preferencia por carreras técnicas y de rápida inserción laboral, aunque con concentración en áreas de baja remuneración o alta informalidad, especialmente en el caso de las mujeres. El proyecto deberá fortalecer la pertinencia de la formación técnica ofrecida, ampliando las opciones formativas hacia sectores con demandas reales de mercado, promoviendo así una empleabilidad digna y sostenible.

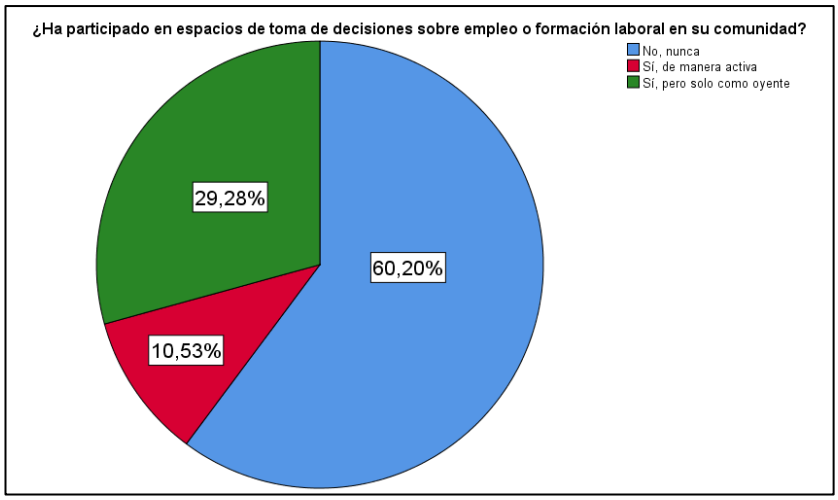
Gráfico 20: Intención de continuar con estudios



El gráfico señala que el 54,93% de los encuestados no planea continuar estudios en los próximos meses, mientras que el 45,07% sí manifiesta esa intención.

Este hallazgo revela una potencial barrera para el logro de mejores condiciones de empleabilidad a largo plazo, especialmente en el caso de las mujeres jóvenes rurales que deben compatibilizar el estudio con cargas domésticas.

Gráfico 21: Participación en espacios sobre empleo



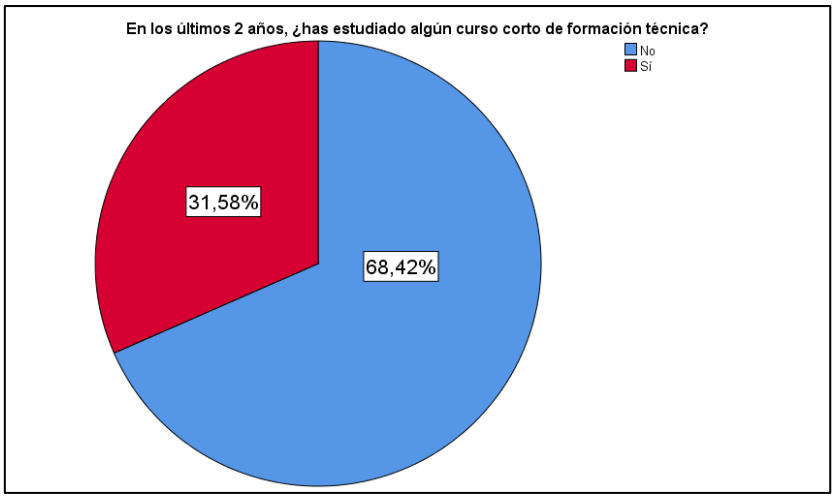
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El 10,53% de los encuestados participa activamente, el 29,28% participa como oyente, y el 60,20% no participa en espacios de toma de decisiones sobre empleo o formación. Estos resultados reflejan que la mayoría no participa activamente en procesos que afectan sus oportunidades laborales. Esto evidencia una baja apropiación de los espacios de diálogo y gobernanza local en temas de empleo.

Es importante resaltar que las mujeres rurales suelen enfrentar mayores barreras para la participación activa debido a normas culturales, cargas de cuidado y menor acceso a redes de poder. La baja participación también puede estar asociada a desigualdades educativas y de información, especialmente en mujeres jóvenes.

El proyecto deberá diseñar intervenciones que promuevan la participación activa, inclusiva y efectiva de juventudes y mujeres en instancias locales de decisión sobre empleo y formación.

Gráfico 22: Formación técnica en los últimos dos años



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El 31,58% ha participado en cursos de formación técnica, mientras que el 68,42% no ha accedido a formación en los últimos dos años.

Este dato revela que el bajo acceso reciente a formación técnica limita las capacidades de empleabilidad y emprendimiento de los jóvenes y mujeres rurales, reforzando ciclos de empleo precario o informal.

Es importante resaltar que, la falta de acceso puede ser aún más marcada para mujeres jóvenes, quienes, debido a barreras económicas, sociales y de tiempo, enfrentan mayores dificultades para participar en procesos de formación, especialmente si no están diseñados con perspectiva de género.

El proyecto deberá generar alternativas de formación flexibles (presenciales y virtuales), accesibles económicamente y culturalmente pertinentes. Debe priorizar mecanismos que faciliten la participación de mujeres jóvenes rurales, como becas para el entrenamiento empresarial, financiamiento de conectividad o formación in situ, ademas del apoyo para transporte y cuidado de hijos ya considerados.

Cuadro Nº 11: Nombre del curso de formación técnica estudiado

Cual fue el curso		
	Frecuencia	Porcentaje
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	2	0.7
AGROINDUSTRIA	1	0.3
ARTE	1	0.3
ARTES MARCIALES	1	0.3
ATENCIÓN AL CLIENTE	1	0.3

BARBERÍA	2	0.7
BIOTECNOLOGÍA	1	0.3
CAJERO BANCARIO	1	0.3
COCINA	7	2.3
COMERCIO EXTERIOR	1	0.3
COMPUTACIÓN	10	3.3
CONFECCIÓN TEXTIL	9	3.0
CONSTRUCCIÓN CIVIL	1	0.3
CONTABILIDAD	3	1.0
COSMETOLOGÍA	1	0.3
DISEÑO	2	0.7
EDUCACIÓN	1	0.3
ENFERMERÍA	2	0.7
ESTILISTA	1	0.3
FARMACIA	2	0.7
INGLÉS	1	0.3
LOCUCIÓN	1	0.3
MANUALIDADES	3	1.0
MARKETING	1	0.3
MECÁNICA	11	3.6
OPERACIONES DE ALMACENAMIENTO	2	0.7
PANADERÍA Y PASTELERÍA	10	3.3
PELUQUERÍA	2	0.7
PRODUCCIÓN AGROPECUARIA	1	0.3
TÉCNICO DE CELULARES	1	0.3
VENTAS	1	0.3
PERDIDOS	220	72.4
TOTAL	304	100.0

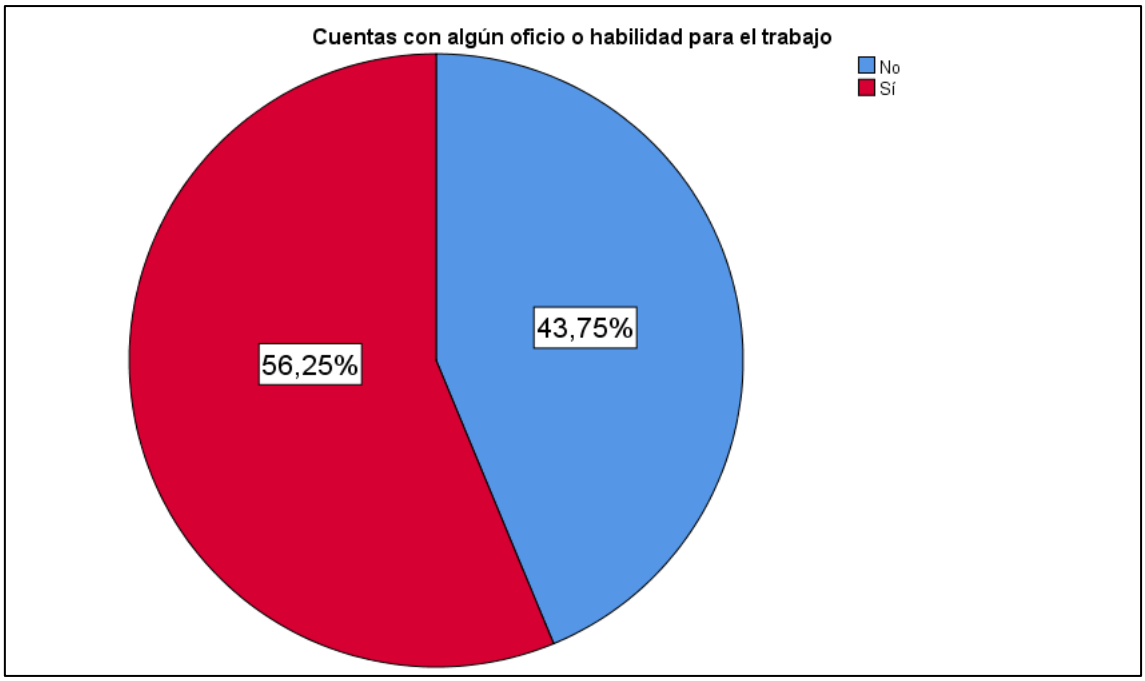
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El cuadro detalla los cursos de formación técnica realizados. Destacan cursos en Mecánica (3,6%), Computación (3,3%), Panadería y Pastelería (3,3%), Confección Textil (3,0%), Cocina (2,3%), y otros cursos con frecuencias menores. Se reporta un alto porcentaje de datos perdidos – personas que no contestaron la pregunta (72,4%), indicando una limitada participación reciente en procesos de formación técnica.

Este hallazgo señala que existe una baja cobertura de formación técnica formalizada entre la población joven rural, lo que limita sus opciones de acceso a empleos de calidad o fortalecimiento de emprendimientos. Para las mujeres jóvenes rurales, esta brecha se traduce en mayores barreras de acceso económico y laboral.
El proyecto deberá priorizar la oferta de formación técnica con enfoque de demanda, accesible, flexible y con pertinencia económica, además de promover cursos en sectores no tradicionales

para mujeres, como tecnología o agroindustria, para romper estereotipos ocupacionales de género.

Gráfico 23: Oficio o habilidad para el trabajo



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El 56,25% de los encuestados reporta contar con algún oficio o habilidad laboral, frente al 43,75% que no.

Este hallazgo revela que existe una base importante de habilidades en la población objetivo, lo que puede ser aprovechado para acelerar la inserción laboral. Sin embargo, es necesario reconocer que no todas las habilidades poseen igual demanda o calidad en el mercado.

Asimismo, se puede mencionar que las mujeres jóvenes tienden a desarrollar habilidades relacionadas con sectores tradicionalmente feminizados y de menor remuneración (servicios domésticos, comercio informal), limitando su acceso a empleos formales y sostenibles.

Por lo tanto, el proyecto deberá trabajar no solo en fortalecer habilidades existentes, sino en promover reconversión laboral hacia sectores de mayor demanda y calidad. Será clave integrar programas de certificación de competencias para mejorar las condiciones de empleabilidad.

Cuadro Nº 12: Oficio o habilidad para el trabajo

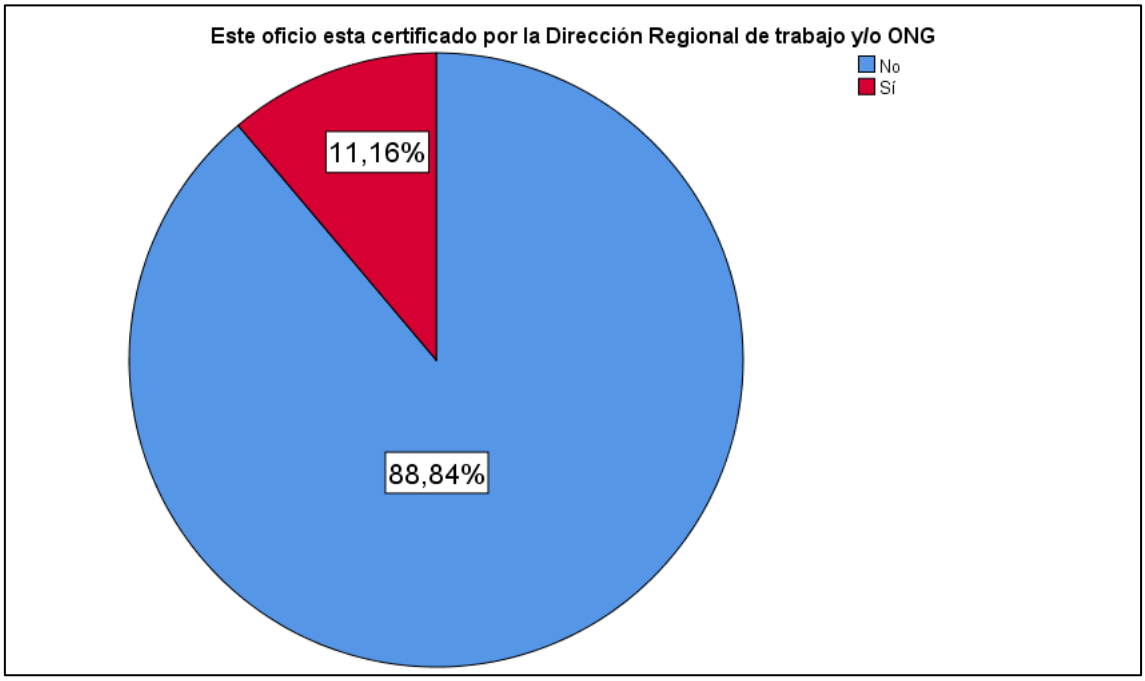
	Frecuencia	Porcentaje
ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD	6	2.0
AGRICULTURA Y PRODUCCIÓN ANIMAL	2	0.7
COCINA Y GASTRONOMÍA	23	7.6
COMERCIO Y VENTAS	33	10.9
CONFECCIÓN Y TEXTIL	19	6.3
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN	1	0.3
EMPRENDIMIENTOS VARIADOS	1	0.3
ESTILISMO Y PELUQUERÍA	4	1.3
MANUALIDADES Y ARTES VISUALES	14	4.6
MECÁNICA Y SERVICIOS TÉCNICOS	10	3.3
OTROS VARIADOS	26	8.6
SERVICIOS DIVERSOS	3	1.0
TECNOLOGÍA Y OFIMÁTICA	10	3.3
PERDIDOS	152	50.0
TOTAL	304	100.0

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El cuadro muestra los oficios o habilidades reportados por los encuestados. Predominan habilidades en Comercio y Ventas (10,9%), Cocina y Gastronomía (7,6%), Manualidades y Artes (4,6%). También hay un 50,0% de datos perdidos.

La concentración de habilidades en actividades tradicionalmente consideradas "femeninas" o de baja productividad evidencia la reproducción de roles de género en el ámbito laboral. Este patrón limita las posibilidades de inserción en sectores más rentables y formalizados. El proyecto debe promover procesos de diversificación de habilidades, reconversión laboral y certificación de competencias laborales, con enfoque de demanda, orientados a ampliar las oportunidades de empleo digno para mujeres y jóvenes, fortaleciendo así su autonomía económica y reduciendo su vulnerabilidad laboral.

Gráfico 25: Certificación del oficio



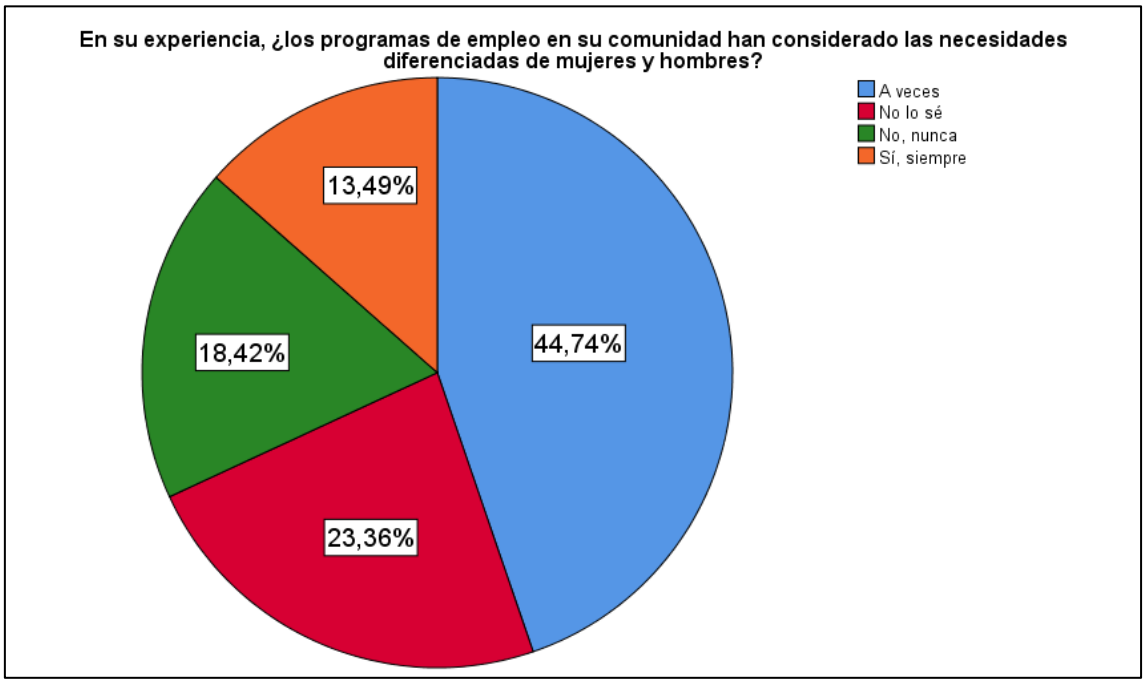
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico revela que solo 11,16% de las personas con oficios cuenta con certificación formal otorgada por la Dirección Regional de Trabajo o alguna ONG, mientras que el 88,84% no posee ninguna acreditación formal. La ausencia de certificaciones impide la validación de competencias en el mercado laboral formal, lo que perpetúa empleos de baja calidad y bajos ingresos.

Lo anterior es relevante debido a que, las mujeres jóvenes rurales, al estar sobrerrepresentadas en sectores informales, tienen aún menor acceso a procesos de certificación. Por lo tanto, será necesario promover campañas de certificación de competencias laborales articuladas con las Direcciones Regionales de Trabajo y ONGs locales.

GÉNERO

Gráfico 26: Necesidades diferenciadas en programas de empleo

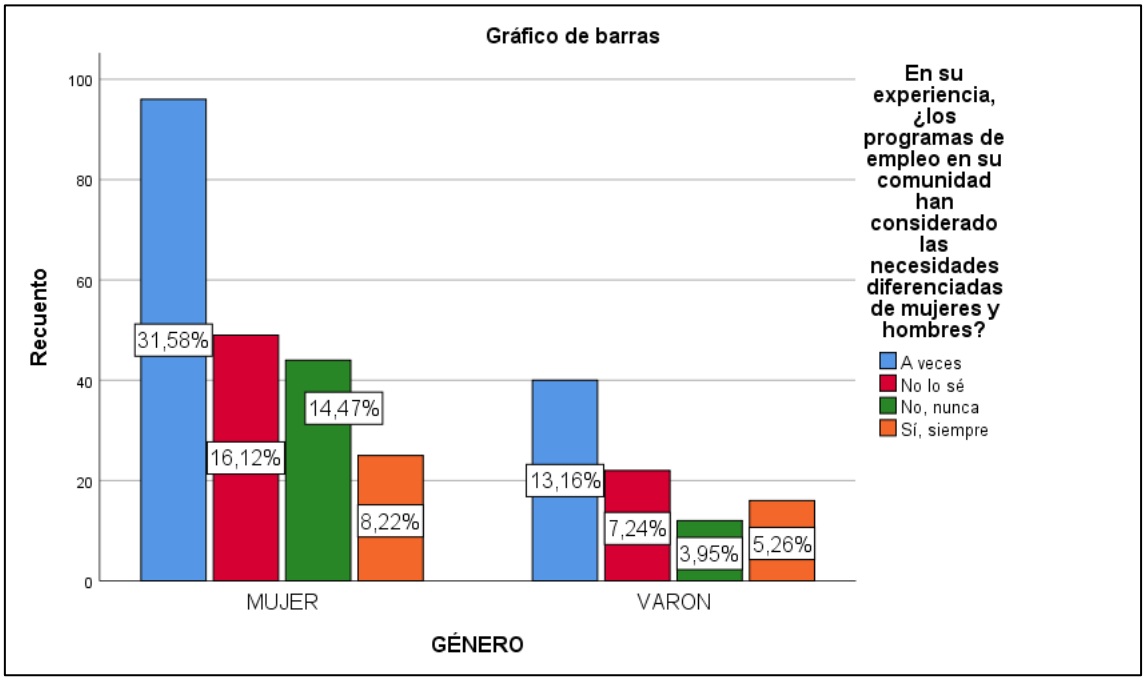


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 13,49% considera que siempre se consideran necesidades diferenciadas, el 44,74% indica que solo a veces, el 18,42% afirma que nunca, y el 23,36% no sabe. Estos datos reflejan que más del 63% no percibe una atención sistemática a las necesidades específicas de género en programas de empleo.

De esta manera, la falta de consideración real de las necesidades diferenciadas de género perpetúa las desigualdades en acceso, permanencia y progresión en el mercado laboral. Es así como, el proyecto debe implementar transversalmente un enfoque de género, considerando las barreras específicas que enfrentan mujeres jóvenes en cada etapa de la empleabilidad: acceso a información, formación, oportunidades laborales y condiciones de trabajo digno.

Gráfico 27: Percepción por género de diferencias en programas de empleo

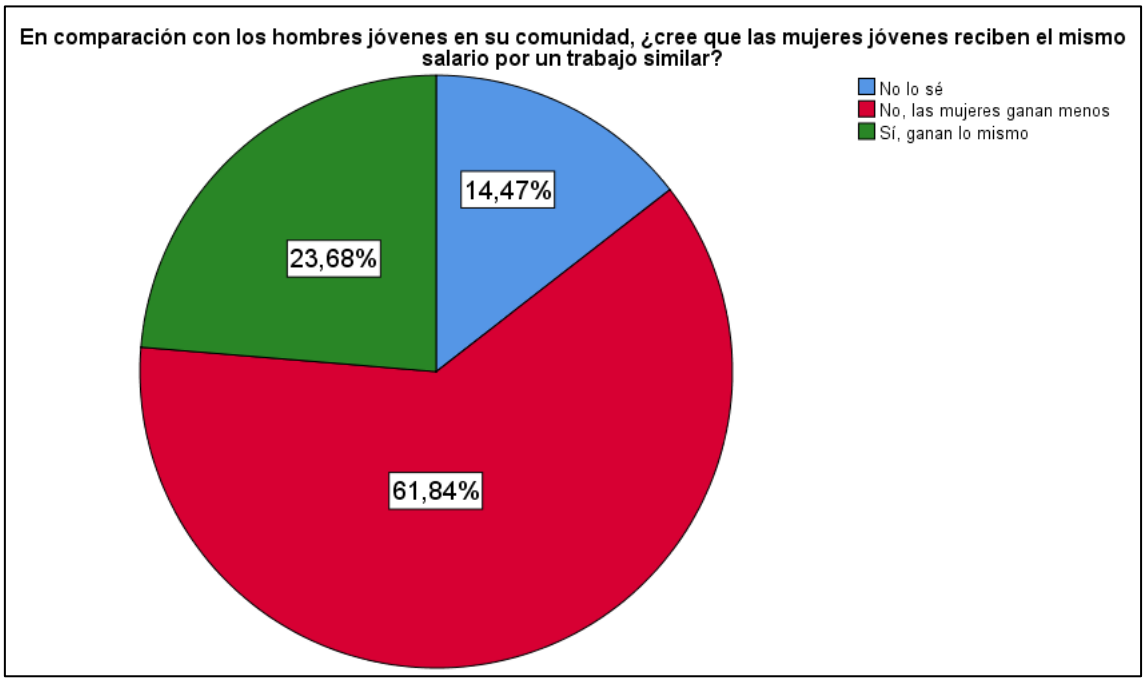


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico de barras muestra que, entre las mujeres encuestadas, la mayoría considera que en su comunidad los programas de empleo a veces toman en cuenta las necesidades diferenciadas de género, seguido de quienes no saben y opinan que nunca se consideran, y en menor proporción quienes señalan que siempre se consideran. Esta percepción confirma que las mujeres jóvenes sienten que los programas actuales de empleo no abordan sus barreras específicas. Por su parte, en el caso de los varones, la percepción también se concentra en la respuesta "a veces", aunque con menor frecuencia absoluta que entre las mujeres, y con una distribución más equilibrada entre las otras opciones.

La invisibilización de las necesidades específicas de mujeres jóvenes refuerza desigualdades estructurales en el mercado laboral. Por lo tanto, el proyecto debe incorporar mecanismos de participación activa de mujeres jóvenes en el diseño de acciones de formación y empleabilidad, asegurando que sus voces sean escuchadas y sus necesidades atendidas.

Gráfico 28: Percepción sobre igualdad salarial



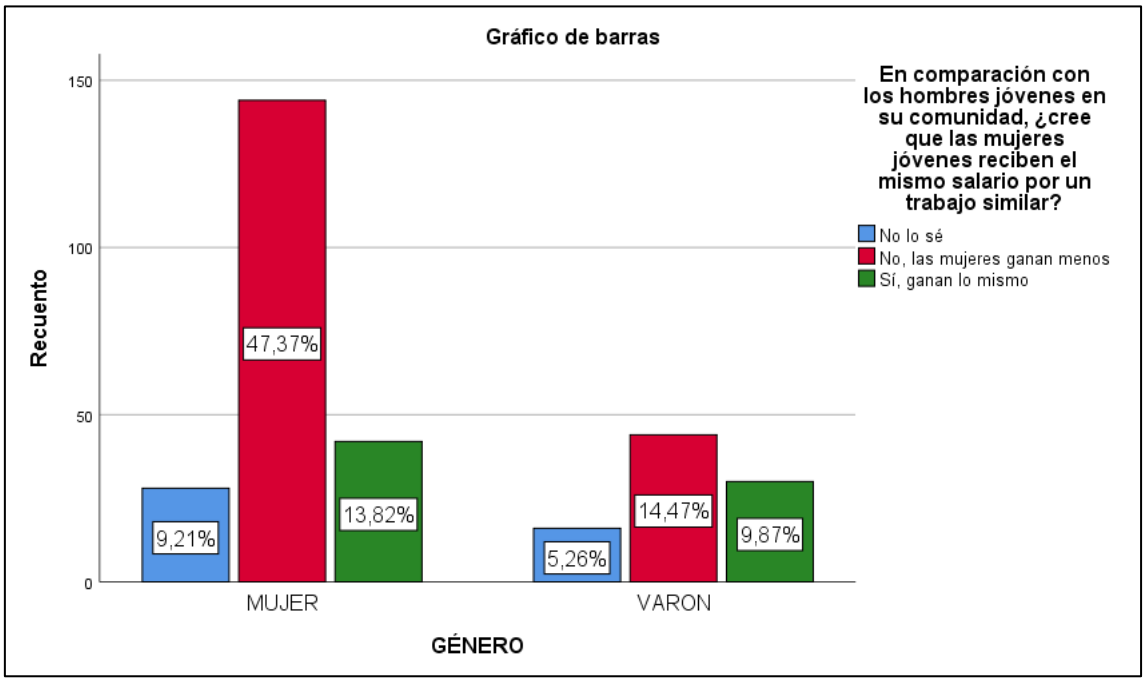
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El 61,84% considera que las mujeres jóvenes ganan menos que los hombres, el 23,68% cree que ganan igual, y el 14,47% no sabe. Estos resultados reflejan que existe una percepción extendida de desigualdad salarial que evidencia la normalización de brechas de género en ingresos.

Esta percepción de inequidad salarial subraya la relevancia de que el proyecto incorpore acciones orientadas a promover la equidad de género en el acceso a empleos dignos, tanto en términos de oportunidades como de condiciones laborales y salariales, además de establecer indicadores de monitoreo que midan avances en la percepción y realidad de igualdad salarial.

Asimismo, estos hallazgos refuerzan la necesidad de fortalecer las capacidades de incidencia de las juventudes y mujeres rurales en las políticas públicas y en los espacios de concertación social, para que puedan exigir y construir entornos laborales más justos e inclusivos.

Gráfico 29: Percepción por género sobre igualdad salarial

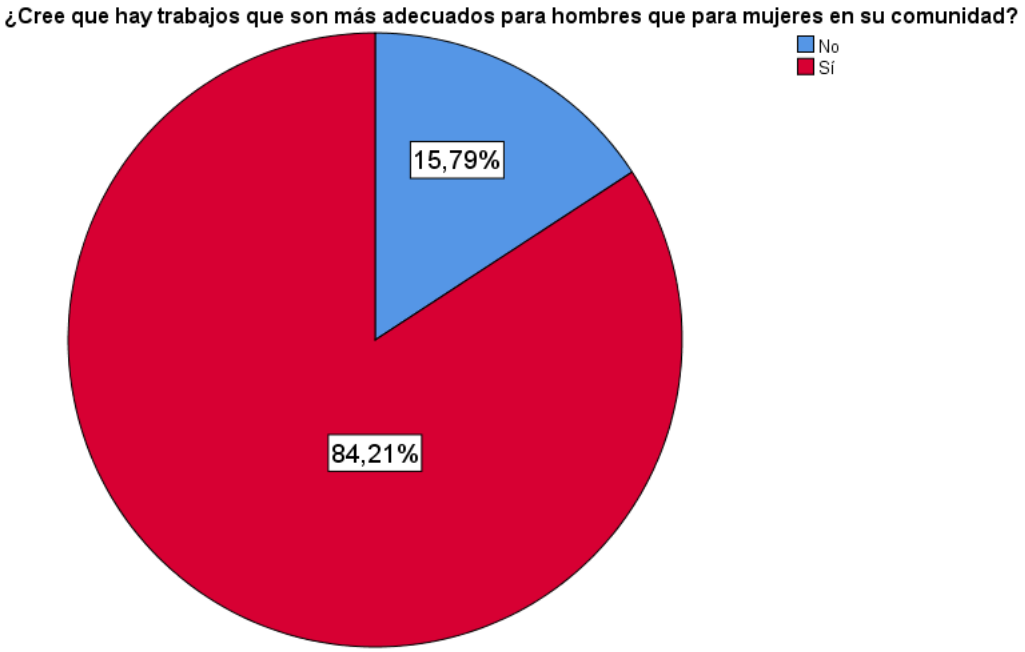


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico de barras muestra que Las mujeres reportan una percepción más crítica sobre desigualdad salarial comparado con los hombres. La mayor conciencia de las mujeres sobre la desigualdad salarial muestra su vivencia directa de estas brechas, mientras que los hombres tienden a minimizar o no percibirlas. Es importante resaltar que el sesgo de percepción de los hombres puede constituir una barrera para cambios estructurales hacia la equidad.

Este hallazgo sugiere que se deben promover espacios de diálogo y formación que involucren a hombres y mujeres, orientados a transformar percepciones, reducir sesgos de género y fomentar igualdad en oportunidades y salarios.

Gráfico 30: Percepción sobre trabajos más adecuados

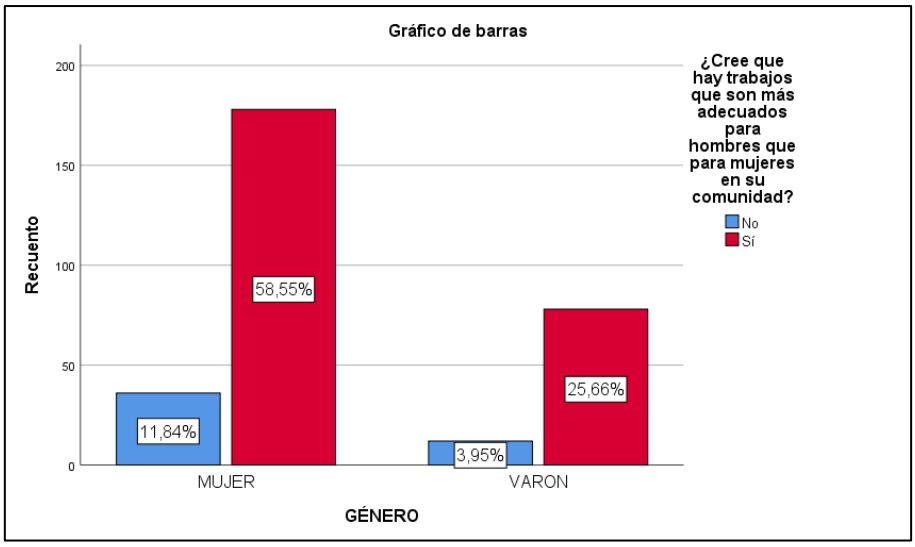


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 84,21% de los encuestados considera que existen trabajos que son más adecuados para hombres que para mujeres en su comunidad, mientras que solo el 15,79% opina que no hay diferencias Esta percepción refleja la persistencia de roles tradicionales de género en la división sexual del trabajo, lo cual constituye una barrera sociocultural importante para la equidad en el acceso a oportunidades laborales en las zonas de intervención del proyecto. Lo anterior sugiere que las normas sociales que asignan trabajos "adecuados" por género restringen las oportunidades de mujeres jóvenes rurales para acceder a sectores más dinámicos y mejor remunerados.

Este resultado refuerza la necesidad de que se debe trabajar intensivamente en procesos de sensibilización, educación y comunicación para desmontar estereotipos de género en el mercado laboral local cuestionando los roles tradicionales asignados a hombres y mujeres. Además, es fundamental visibilizar ejemplos de mujeres que se desempeñan exitosamente en sectores tradicionalmente masculinizados.

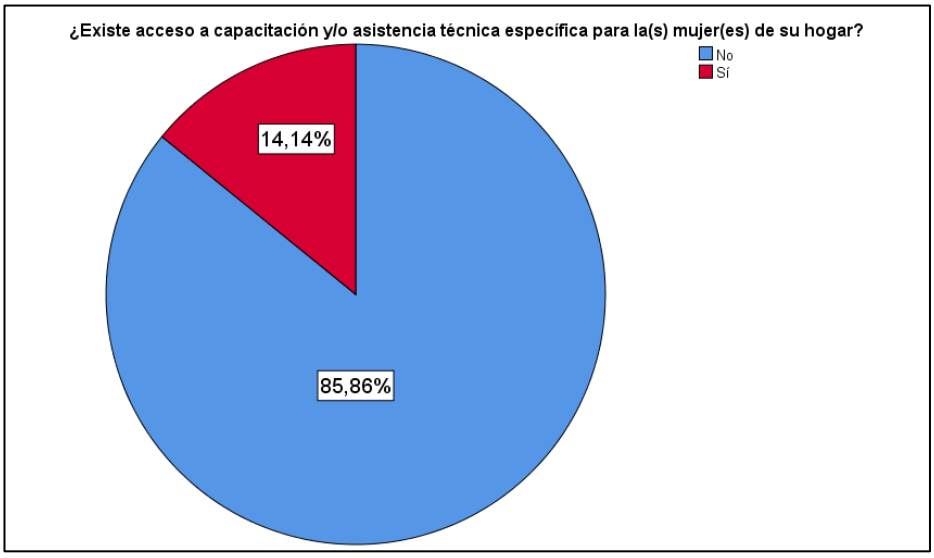
Gráfico 31: Percepción por género sobre trabajos adecuados



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El análisis de este gráfico evidencia la persistencia de estereotipos de género en las comunidades evaluadas. Una proporción significativa de encuestados/as considera que ciertos trabajos son "más adecuados" para hombres, mientras que otros se asocian principalmente a mujeres. Estas percepciones reflejan normas socioculturales arraigadas que limitan la diversificación laboral de las mujeres y condicionan su participación en sectores tradicionalmente masculinizados. La persistencia de estas creencias puede generar barreras adicionales para la empleabilidad femenina.

Gráfico 32: Acceso a capacitación o asistencia técnica específica

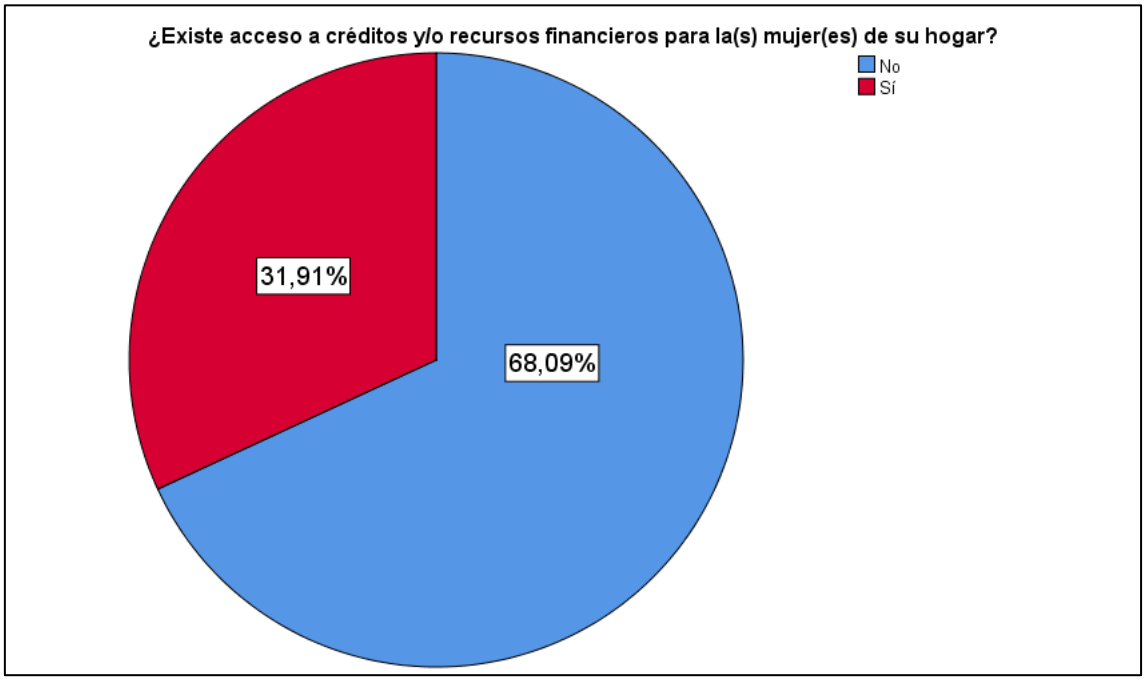


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico revela que el 85,86% de los encuestados señala que no existe acceso a capacitación o asistencia técnica específica para las mujeres de su hogar, mientras que solo el 14,14% afirma que sí hay acceso.

Los resultados muestran una limitada oferta de capacitación y asistencia técnica dirigida específicamente a mujeres. Este déficit refleja una brecha importante en el acceso a oportunidades de desarrollo de capacidades, lo que repercute directamente en la empleabilidad de las mujeres rurales. La falta de programas diferenciados limita su autonomía económica y la posibilidad de acceder a empleos formales o emprendimientos sostenibles.

Gráfico 33: Acceso a créditos para mujeres

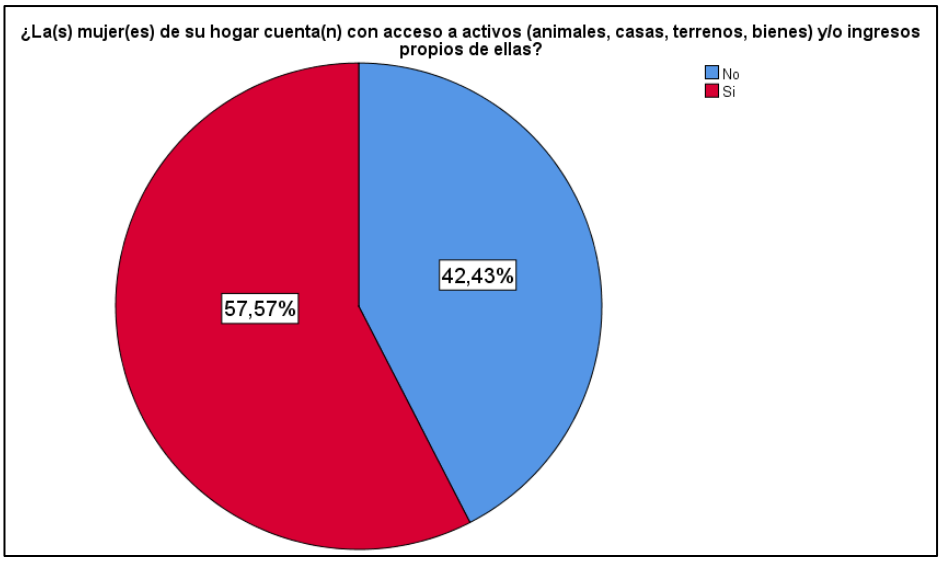


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 68,09% de los encuestados manifiesta que no existe acceso a créditos o recursos financieros para las mujeres de su hogar, mientras que el 31,91% señala que sí existe dicho acceso.

El gráfico revela una baja participación de mujeres en el acceso a créditos y recursos financieros. Esto pone de manifiesto barreras estructurales que impiden a las mujeres acceder a mecanismos de financiamiento, ya sea por falta de información, requisitos restrictivos o ausencia de garantías. La limitada disponibilidad de recursos financieros impide que las mujeres puedan emprender iniciativas productivas, limitar su autonomía económica y perpetuar su dependencia económica dentro del hogar. Se hace evidente la necesidad de promover mecanismos inclusivos de financiamiento que consideren las particularidades de las mujeres acompañados de programas de alfabetización financiera.

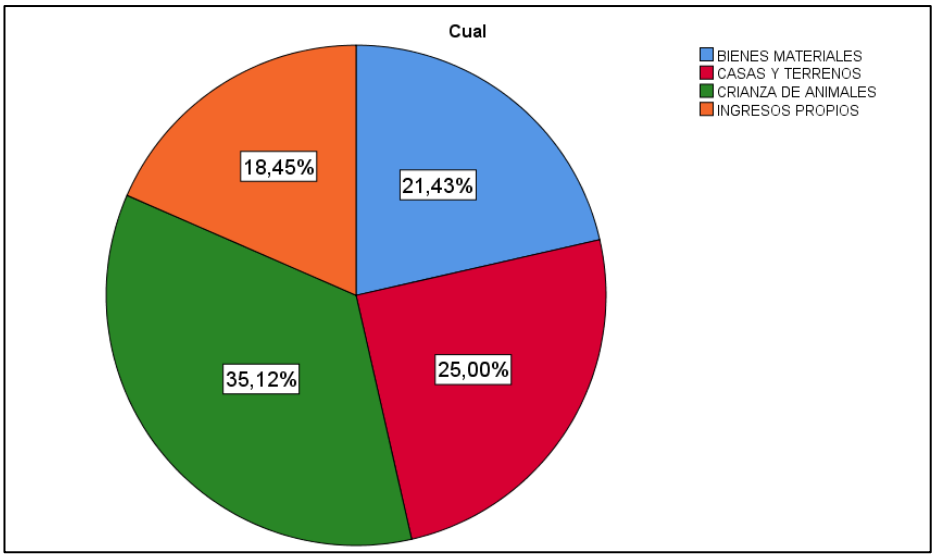
Gráfico 34: Acceso de mujeres a activos



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 57,57% de los encuestados señala que las mujeres de su hogar tienen acceso a activos (animales, casas, terrenos, bienes) y/o ingresos propios, mientras que el 42,43% indica que no tienen dicho acceso. La mayoría de mujeres encuestadas reportan un acceso limitado a activos productivos y la generación de ingresos propios. Este hallazgo refleja desigualdades en el control y la propiedad de recursos, lo cual perpetúa la vulnerabilidad económica femenina y refuerza su dependencia dentro de las estructuras familiares y comunitarias. La falta de acceso a activos limita la capacidad de las mujeres para desarrollar proyectos productivos o participar en actividades económicas sostenibles. Es necesario implementar estrategias que promuevan mejorar su acceso a activos económicos y generar estrategias que impulsen su empoderamiento financiero, factores clave para su participación efectiva en el mercado laboral y en actividades de emprendimiento sostenible.

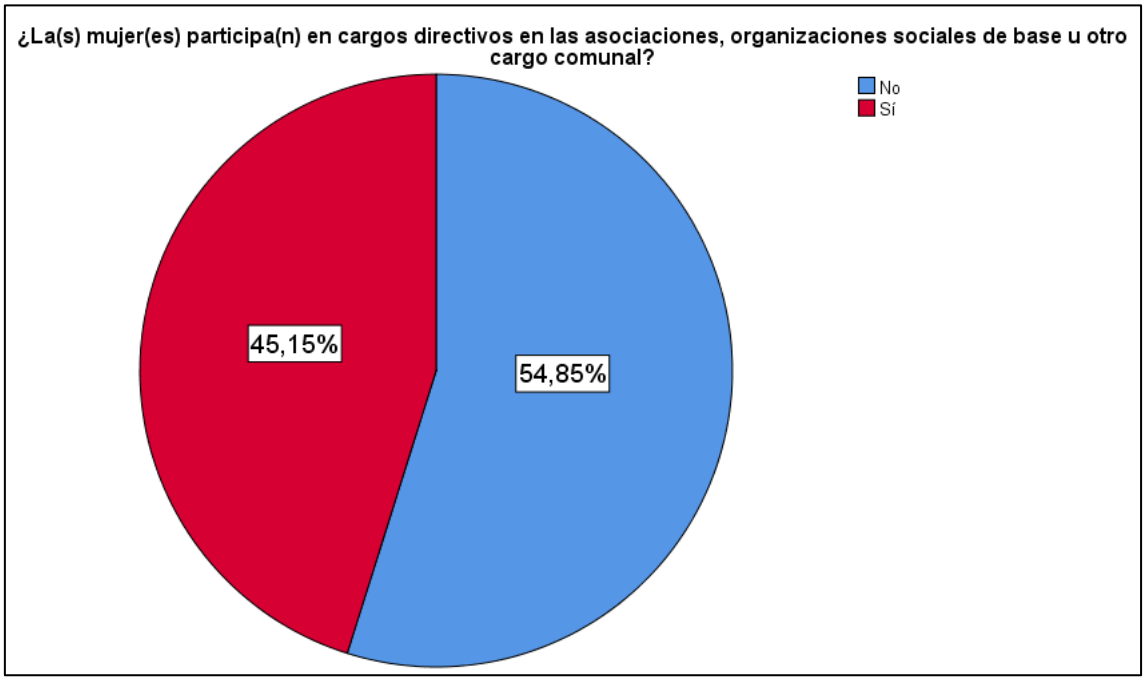
Gráfico 35: Tipo de activos o ingresos a los que acceden las mujeres



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 35,12% de las mujeres que reportan acceso a activos cuentan con crianza de animales como principal recurso económico, seguido de un 25,00% que posee casas y terrenos, un 21,43% que tiene bienes materiales y un 18,45% con ingresos propios. Entre las mujeres que reportan acceso a activos o ingresos, se observa que estos se concentran principalmente en actividades de pequeña escala, como cría de animales menores, producción artesanal o participación en microemprendimientos informales. La baja presencia de mujeres con acceso a tierras, propiedades o ingresos provenientes de empleos formales evidencia una disparidad significativa en la distribución de activos entre géneros. Esta situación refleja la necesidad de facilitar el acceso de las mujeres a recursos productivos de mayor valor.

Gráfico 36: Participación de mujeres en cargos directivos

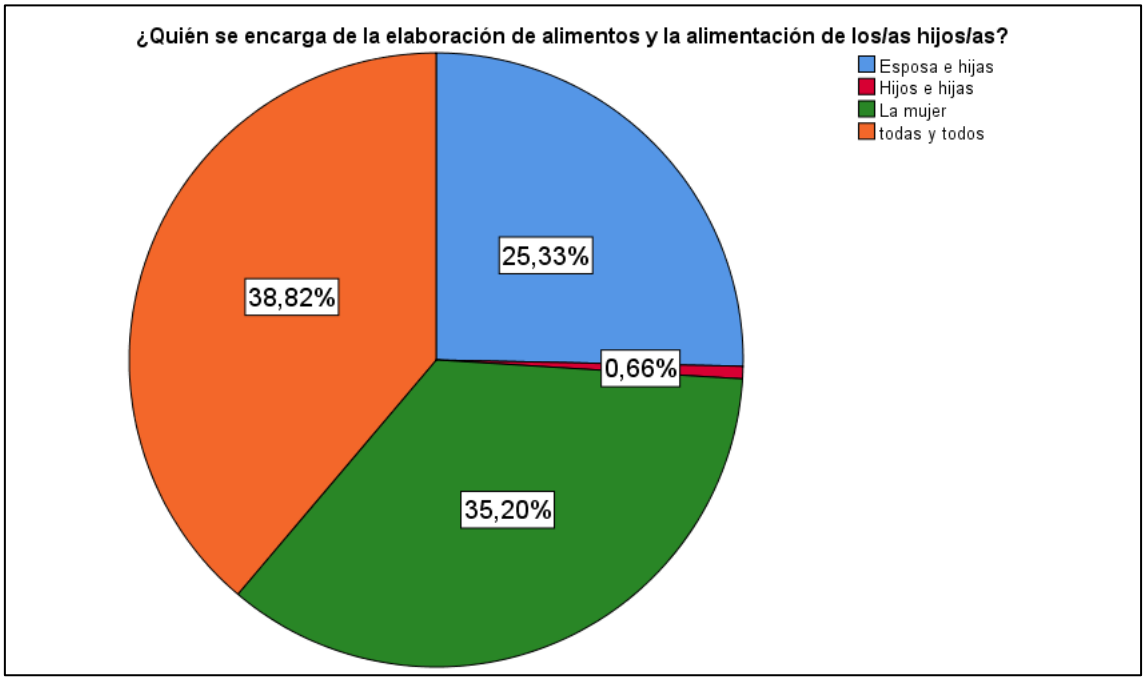


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico indica que el 45,15% de los encuestados señala que las mujeres participan en cargos directivos dentro de asociaciones, organizaciones sociales de base u otros espacios comunales, mientras que el 54,85% manifiesta que no participan. Sin embargo, es importante considerar que en esta pregunta se registraron 63 datos perdidos (que no contestaron la pregunta), lo que representa una cantidad significativa que podría alterar ligeramente la interpretación real de la tendencia.

Es así como, los resultados muestran una participación reducida de mujeres en cargos directivos dentro de las comunidades. Esta baja representación evidencia las barreras socioculturales que limitan la participación de las mujeres en espacios de toma de decisiones, perpetuando su invisibilización en la gestión comunitaria. La falta de participación femenina en roles directivos no sólo afecta su empoderamiento, sino que también limita la incorporación de sus necesidades y perspectivas en las agendas comunitarias. Para el proyecto, este hallazgo refuerza la necesidad de fortalecer procesos de empoderamiento, liderazgo y participación activa de las mujeres jóvenes en espacios de decisión comunal.

Gráfico 37: Responsabilidad en la alimentación de los hijos/as

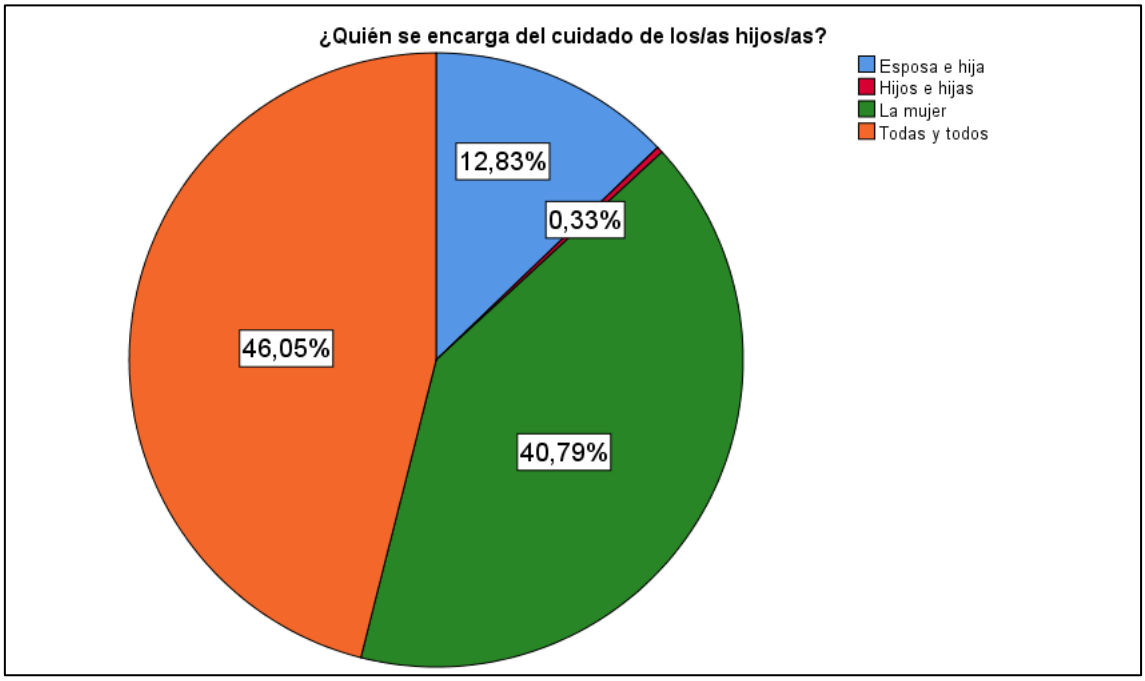


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que 38,82% que indica que esta responsabilidad es asumida por todos los miembros del hogar ("todas y todos"), seguido de un el 35,20% de los encuestados señala que la mujer es quien se encarga de la elaboración de alimentos y alimentación de los hijos/as. Un 25,33% atribuye esta tarea a la esposa e hijas, y apenas el 0,66% refiere que corresponde a hijos e hijas. Estos resultados reflejan que, la responsabilidad de la preparación de alimentos y la alimentación de los hijos/as recae predominantemente en las mujeres. Este resultado refleja la persistencia de roles de género tradicionales, donde las tareas domésticas y de cuidado son asumidas casi exclusivamente por mujeres. Esta situación influye negativamente en su disponibilidad de tiempo para participar en actividades formativas o laborales, limitando así sus oportunidades de desarrollo personal y económico. Se requieren estrategias que promuevan la corresponsabilidad de cuidados dentro del hogar, con el fin de aliviar la carga de trabajo doméstico que enfrentan las mujeres.

Por lo tanto, esta distribución de responsabilidades evidencia la necesidad de que el proyecto continúe promoviendo enfoques de corresponsabilidad familiar y de equidad de género, no solo en el ámbito productivo y laboral, sino también en las tareas de cuidado y alimentación. Reducir la carga exclusiva sobre las mujeres contribuirá a liberar tiempo para su participación en procesos formativos, empleabilidad, y fortalecimiento de emprendimientos, favoreciendo su empoderamiento económico y social en las comunidades de intervención.

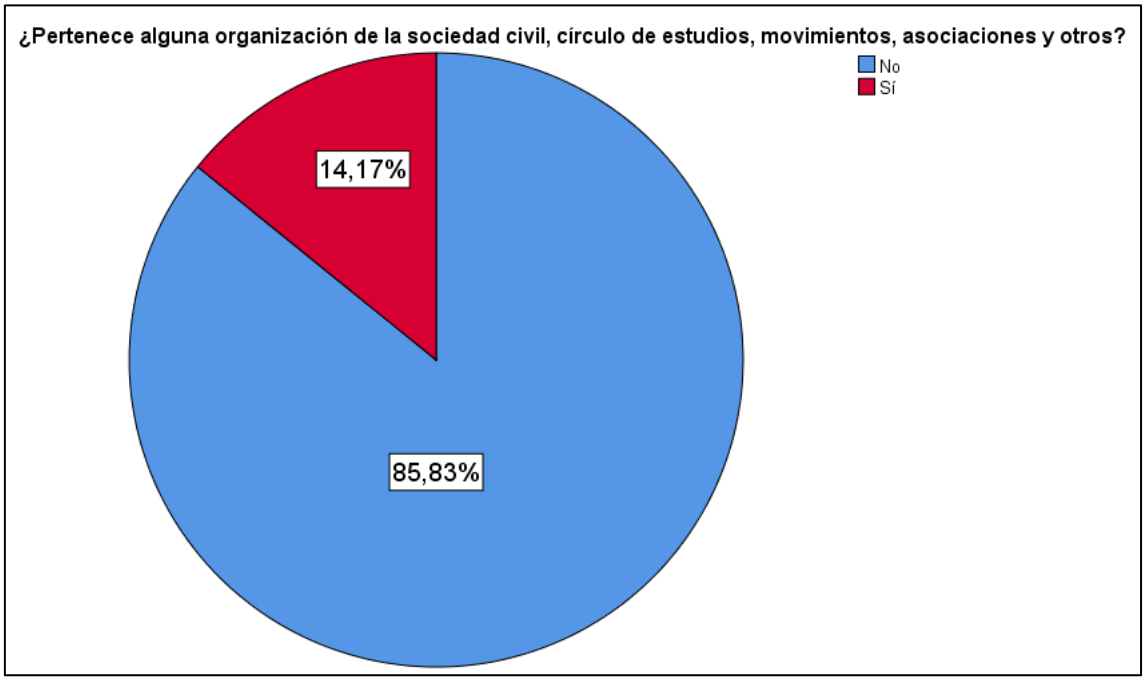
Gráfico 38: Responsabilidad en el cuidado de los/as hijos/as



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 40,79% de los encuestados señala que la mujer es quien se encarga del cuidado de los/as hijos/as, mientras que el 46,05% indica que esta responsabilidad es asumida por todas y todos los miembros del hogar. Un 12,83% atribuye esta tarea exclusivamente a la esposa e hijas, y un 0,33% a los hijos e hijas. Este resultado refleja que, al igual que en el caso de la alimentación, el cuidado de los/as hijos/as es una responsabilidad asignada mayoritariamente a las mujeres, reafirmando las desigualdades en la distribución de las labores de cuidado dentro del hogar. Este hallazgo evidencia cómo las tareas de cuidado constituyen una barrera significativa para la inserción laboral de las mujeres, al limitar su tiempo disponible y restringir sus oportunidades de capacitación y empleo. La implementación de medidas que promuevan la corresponsabilidad y el acceso a servicios de cuidado infantil es fundamental para reducir estas brechas.

Gráfico 39: Pertenencia a organizaciones de la sociedad civil



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 85,83% de los encuestados indica que no pertenece a ninguna organización de la sociedad civil, círculo de estudios, movimiento o asociación, mientras que el 14,17% sí pertenece. Es importante señalar que en esta pregunta se registraron 57 datos perdidos (no contestaron), lo cual podría influir en la interpretación final del nivel real de participación organizativa.

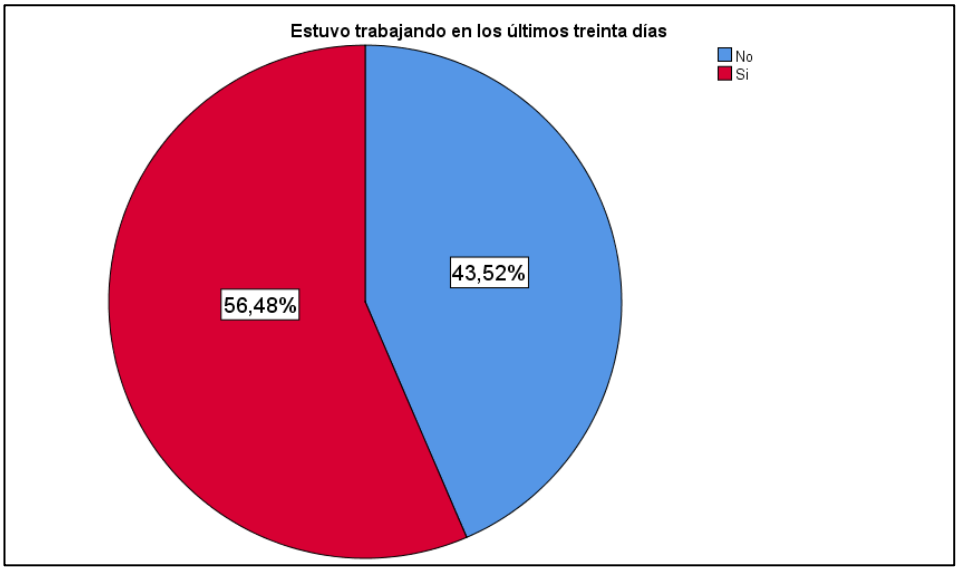
El análisis muestra una baja participación de mujeres en organizaciones de la sociedad civil, círculos de estudios o asociaciones. Esta limitada vinculación a espacios organizativos refleja la falta de oportunidades para el desarrollo de redes de apoyo y la participación activa en iniciativas colectivas que podrían fortalecer su empoderamiento social y económico. La ausencia de participación puede estar relacionada con barreras socioculturales, sobrecarga de responsabilidades domésticas y falta de información sobre oportunidades de asociatividad. Es necesario fomentar la creación de espacios inclusivos que promuevan la participación de mujeres en organizaciones, contribuyendo así a su fortalecimiento comunitario y acceso a recursos.

EMPLEABILIDAD

Un grupo de interes importante en el proyecto IMPACTO JOVEN esta referido a jovenes (hombre y mujeres) entre entre 18 y 29 años de centro universitarios y no universitarios con énfasis en perfiles ocupacionales y competencias demandadas por empresas vinculadas al sector agroindustrial. Enmarcado como producto 03 que considera la mejora de condiciones de empleabilidad para acceder a un empleo digno de las y los titulares de derechos mediante la creación de competencias, el fortalecimiento de habilidades blandas y especialización técnica, permitiendo la mejora de su productividad y su capacidad de gestión empresarial con un enfoque de sostenibilidad medioambiental.

El programa de formación técnica para estos jóvenes constará de 06 sesiones por programa de capacitación, dónde además de trabajar en competencias técnicas como, por ejemplo, aplicación de IA a sectores productivos, prácticas de economía circular, innovación, entre otros, de manera complementaria se trabajarán temas de habilidades blandas, para mejorar su empleabilidad y acceso a empleo digno.Los principales hallazgos son los siguientes

Grafico Nº 40: Trabajó en los últimos treinta días



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 56,48% de los 193 encuestados que están en situación de empleabilidad indica haber trabajado en los últimos treinta días, mientras que el 43,52% señala que no. Es importante aclarar que existen 100 datos no aplicables, correspondientes a personas que se dedican exclusivamente a actividades de emprendimiento, y por tanto no estaban consideradas en esta pregunta orientada a empleo dependiente.

Estos resultados sugieren que, dentro del subgrupo vinculado a empleabilidad, existe una participación activa mayoritaria en actividades laborales recientes, aproximadamente dos tercios de los encuestados, aunque persiste una proporción relevante sin actividad en el último mes (aproximadamente un tercio de los encuestados)

Cuadro Nº 13: Actividad en la que estuvo trabajando

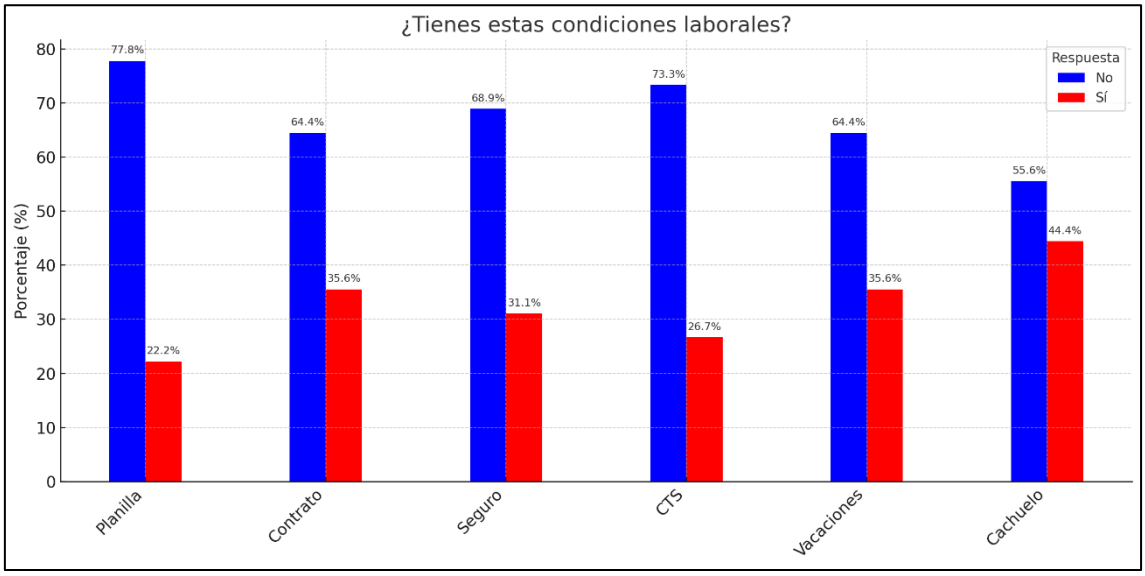
En qué actividad estuvo trabajando en los últimos treinta días		
	Frecuencia	Porcentaje
ADMINISTRACION	1	0.3
ALBAÑIL	1	0.3
AREA DE SANIDAD	1	0.3
ARREGLANDO PRENDAS DESDE CASA	1	0.3
ATENCION AL CLIENTE	5	1.6
AYUDANTE EN PANADERIA	1	0.3
CAJERA	3	1.0
CARPINTERIA	1	0.3
CENTRO COMERCIAL	1	0.3
COCINA	1	0.3
CONSTRUCCION	2	0.7
CONSULTORIAS	2	0.7
CONTABILIDAD	9	3.0
COORDINADOR DE PROYECTO	1	0.3
COSTURA	1	0.3
DIRECCION DESCONCENTRADA DE CULTURA	1	0.3
DOCENTE	3	1.0
EMPLEADO AGRICOLA	19	6.3
ENSEÑAR Y CAPACITACION	1	0.3
ESTUDIO JURIDICO	1	0.3
FACILITADOR EN TALLERES	2	0.7
GANADERIA	1	0.3
GRIFERO	1	0.3
JEFA DE LA UNIDAD DE IMAGEN INSTITUCIONAL	1	0.3
LA CHACRA	1	0.3
LIMPIEZA	2	0.7
MAQUINISTA	1	0.3
NIÑERA	2	0.7
PLANES DE DESARROLLO	1	0.3
PROYECTO	1	0.3
RESTAURANTE	3	1.0
SANIDAD DE CAMPO	1	0.3
SEGURIDAD	1	0.3
SOLDADOR	4	1.3
SUPERVISOR DE PODA	1	0.3
TALLER DE MECANICA	5	1.6
TECNICO CABLE E INTERNET	1	0.3
TRABAJO DE CAMPO	1	0.3
VENDEDORA	17	5.6

Perdidos (emprendimiento o no contesto)	201	66.1
Total	304	100.0

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

Como puede observarse en el cuadro anterior la variabilidad de oficios en los cuales se emplean actualmente los jovenes entrevistados son muy diversos, donde detacan la contabilidad, el empleado agricola, teller de mecánica y la labor de vendedor o vendedora.

Grafico Nº 41: Condiciones laborales formales en el empleo



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

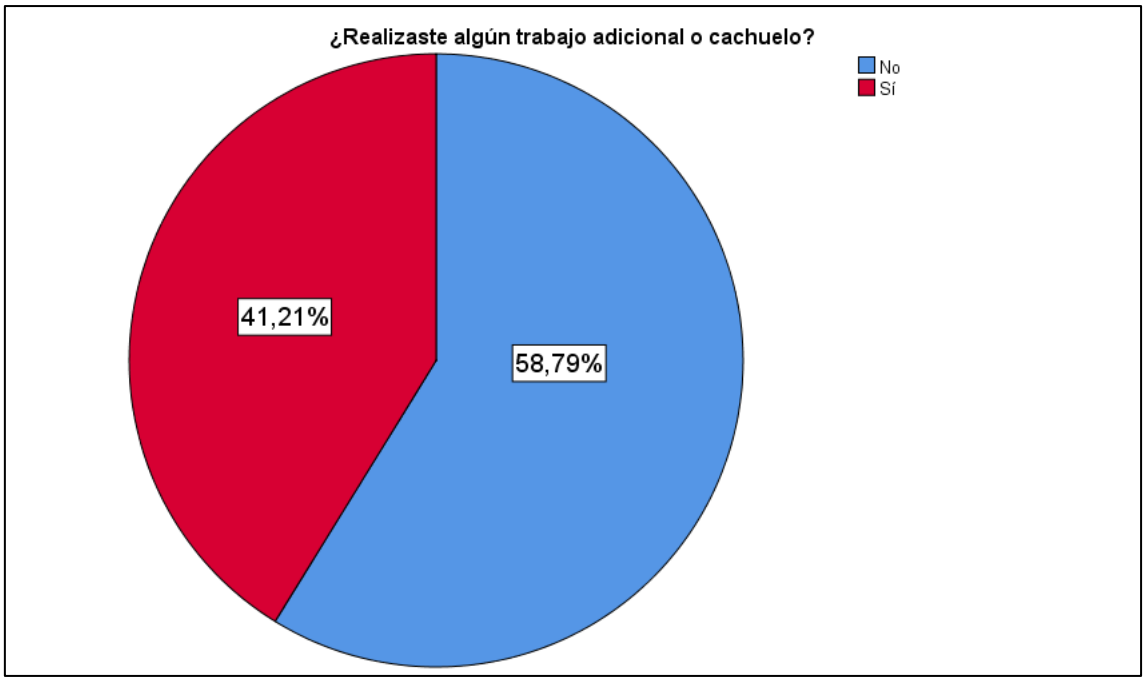
El gráfico muestra que la gran mayoría de encuestados que trabaja no cuenta con condiciones laborales formales. Solo una minoría indica estar en planilla, tener contrato vigente, acceso a seguro a través del empleo, CTS o vacaciones. En todos los indicadores laborales analizados, la respuesta "No" supera ampliamente a la respuesta "Sí", evidenciando un alto nivel de informalidad laboral o sub empleo entre los jóvenes y mujeres que se encuentran actualmente empleados.

De manera agregada, de 193 jóvenes encuestados (empleabilidad), 109 reportan encontrarse trabajando en el ultimo mes, de los cuales 29 reportan encontrarse con contrato vigente (es decir el 15,02%).

Estos resultados subrayan la necesidad de que el proyecto no solo promueva el acceso al empleo, sino que también impulse acciones para mejorar la calidad de estos empleos, priorizando la formalización laboral y la promoción de derechos laborales básicos. Asimismo, refuerza la importancia de incorporar en la estrategia de intervención actividades de capacitación y sensibilización en temas de derechos laborales, contratación formal, y acceso a beneficios

sociales como seguros, CTS y vacaciones, en línea con el objetivo de lograr empleos dignos y sostenibles.

Grafico Nº 42: Trabajo adicional o 'cachuelo'



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que entre los 182 encuestados que respondieron esta pregunta, el 41,21% manifestó haber realizado algún trabajo adicional o "cachuelo" en los últimos meses, mientras que el 58,79% indicó que no. Este resultado refleja una elevada presencia de trabajos eventuales e informales dentro de la población juvenil que cuenta con actividad laboral, como estrategia para complementar ingresos ante empleos de baja estabilidad o bajos salarios.

Cuadro Nº 14: Tipo de 'cachuelo'

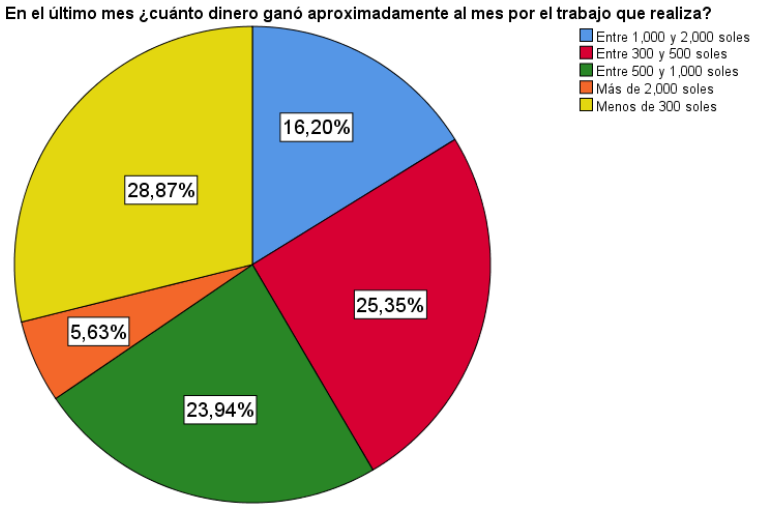
Tipo de empleo temporal		
	Frecuencia	Porcentaje
ALBAÑIL	1	0.3
ARREGLAR PRENDAS	1	0.3
ARREGLAR UNA PUERTA	1	0.3
AYUDANTE DE TALLER	2	0.7
AZAFATA	1	0.3
BARBERÍA	2	0.7
CLASES PARTICULARES	4	1.3
COCINA	1	0.3
COMPUTACIÓN	1	0.3

CONSTRUCCIÓN	7	2.3
CORTE DE CABELLO	1	0.3
CORTES Y TRATAMIENTOS	1	0.3
COSECHA MARACUYÁ	1	0.3
COSTURA	2	0.7
DELIVERY	1	0.3
MANEJA MOTO	1	0.3
MANO DE OBRA COSECHA	1	0.3
MARKETING	1	0.3
MOTO TAXI	1	0.3
MOZO	2	0.7
NIÑERA	4	1.3
PANADERÍA	1	0.3
PELUQUERÍA	1	0.3
PELUQUERÍA A DOMICILIO	1	0.3
PEÓN	1	0.3
REPARACIÓN DE MOTOS	1	0.3
REPARACIONES ELECTRINAS	1	0.3
SOLDADOR	4	1.3
TALLER DE MECÁNICA	1	0.3
TALLER DE REPARACIÓN	1	0.3
TAXISTA	1	0.3
TEJIDO	2	0.7
TOMAR FOTOGRAFÍAS	1	0.3
VENTA ABARROTES	1	0.3
VENTA DE BIENES	9	3.0
PERDIDOS	241	79.3
Total	304	100.0

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

Estos ultimos dos graficos y dos cuadros anteriores resultan relevantes para el proyecto, ya que evidencia la necesidad de fortalecer no solo el acceso a empleos formales y estables, sino también el desarrollo de competencias técnicas en una gama muy amplia de oficios, habilidades de gestión y capacidades de emprendimiento que permitan mejorar sus condiciones de vida, de parte de quienes tienen que recurrir al trabajo informal para subsistir. Además, destaca la importancia de ofrecer alternativas de formación flexibles y pertinentes que respondan a la realidad de ingresos múltiples y trabajos de corta duración que caracteriza a una parte importante de los beneficiarios, que permitan mejorar la productividad y competitividad de los beneficiarios, facilitando su acceso a mejores oportunidades económicas.

Gráfico Nº 43: Ingreso mensual aproximado

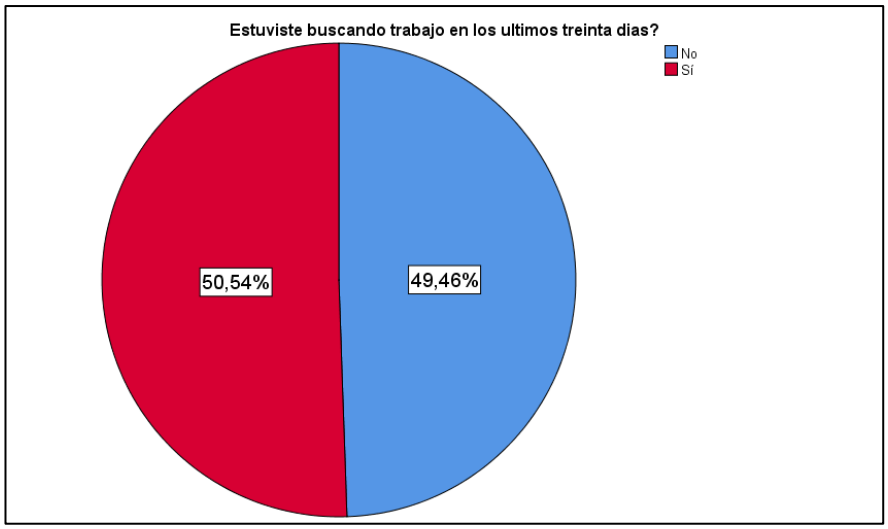


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que entre los 142 encuestados que respondieron, el 28,87% reporta ingresos menores a 300 soles seguido de 25,35% que indica ingresos entre 300 y 500 soles, el 23,94% reporta haber ganado entre 500 y 1,000 soles al mes y el 16,20% que ganó entre 1,000 y 2,000 soles. Un y apenas un 5,63% señala ingresos superiores a 2,000 soles mensuales.

De manera agregada el 78,16% tienen un ingreso de menos de mil soles al mes. Aproximadamente, y redondeando cifras, poco mas de dos tercios de los encuestados no llega a obtener ingresos del sueldo minimo vital vigente y solamente uno de cada cuatro accede al sueldo minimo vital o superior. Estos resultados reflejan que la mayoría de los jóvenes y mujeres encuestados se encuentra en rangos de ingresos bajos o muy bajos, situación que evidencia precariedad en su acceso a ingresos estables y suficientes.

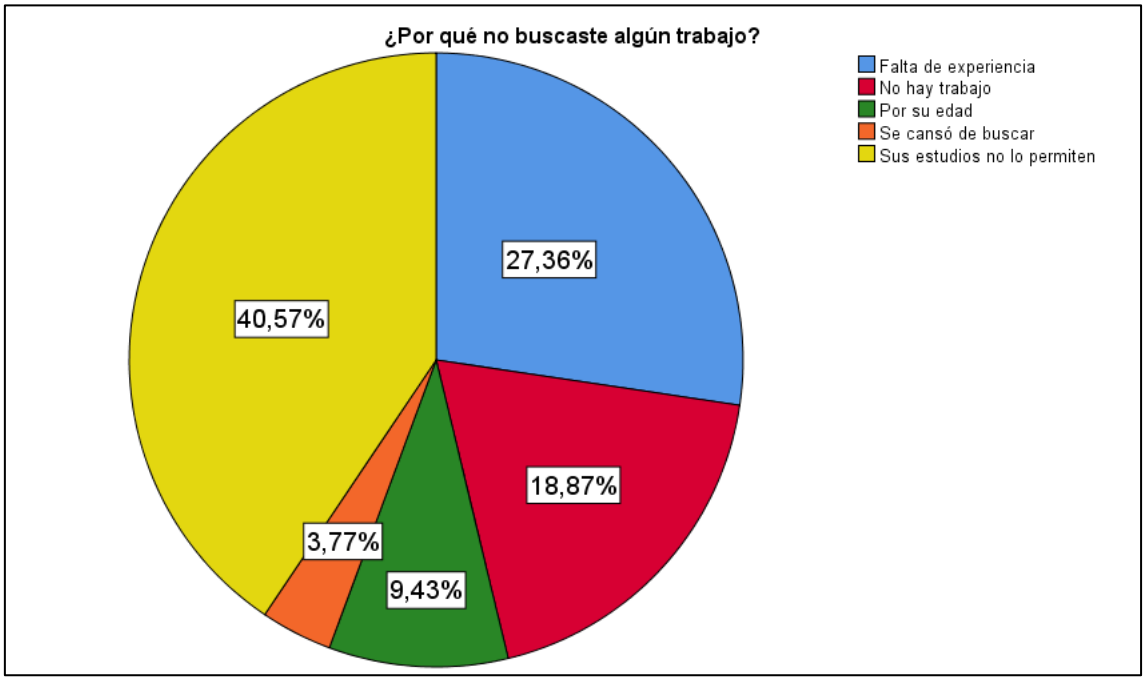
Gráfico Nº 44: Búsqueda de empleo



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que entre los 184 encuestados que respondieron, el 49,46% manifestó que no estuvo buscando trabajo en los últimos treinta días, mientras que el 50,54% sí realizó acciones para encontrar empleo. Estos datos reflejan que una proporción considerable de la población en edad laboral no se encontraba activamente buscando empleo en el último mes, lo cual puede estar relacionado con factores como la dedicación a emprendimientos propios, trabajos eventuales ("cachuelos") o desmotivación ante la falta de oportunidades laborales locales.

Gráfico Nº 45: Por qué no buscó empleo

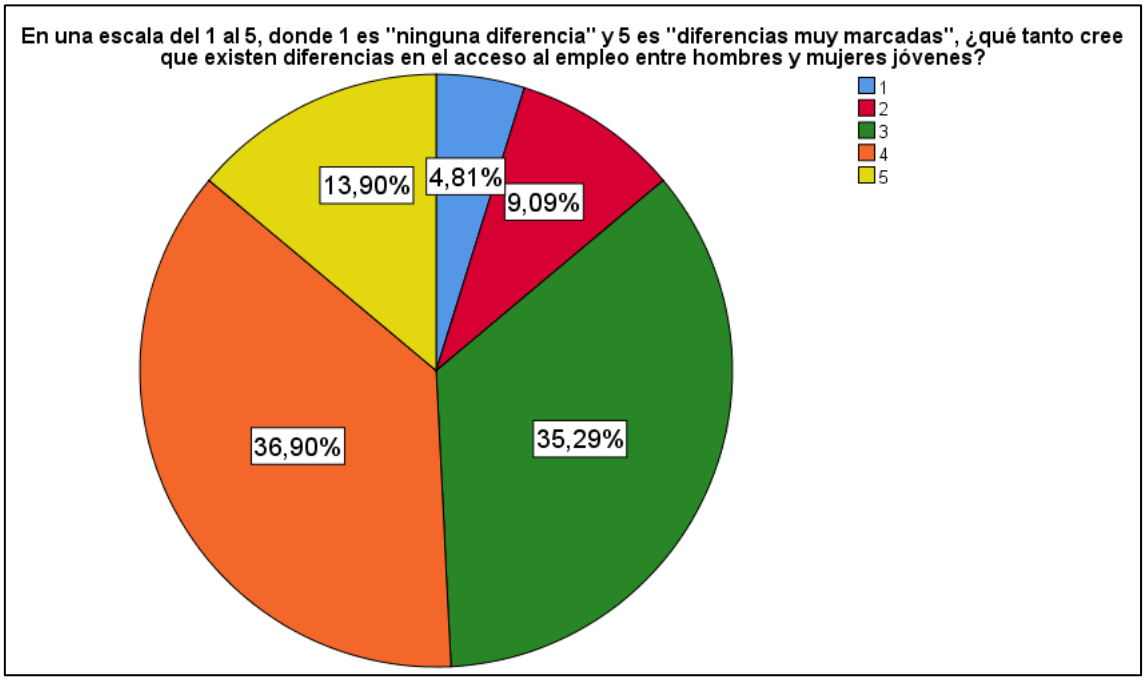


106 ENCUESTADOS

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que entre los 106 encuestados que respondieron, el 27,36% manifestó que no buscó empleo debido a falta de experiencia, el 18,87% por ausencia de oportunidades laborales, el 40,57% porque sus estudios no se lo permiten, el 9,43% debido a su edad, y el 3,77% porque se cansó de buscar. Estos resultados revelan que las principales barreras para la búsqueda de empleo entre los jóvenes y mujeres son estructurales, vinculadas a la falta de experiencia y a la limitada oferta laboral local. Tengase en cuenta que salvo las capitales de región o ciudades 'grandes', tres de los 22 distritos de intervención del proyecto, la mayoría de distritos no cuentan con economias locales prosperas, pujantes o en aumento. Si bien es cierto tenemos distritos como Viru o Chao con una importante actividad agroexportadora y agroindustrial, las formaciones tecnicas no estan apostando a los requerimientos específicos de estas oportunidades como lo analizaremos mas adelante.

Grafico Nº 46: Diferencias en el acceso al empleo entre hombres y mujeres jóvenes



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre los 187 encuestados que respondieron, la percepción para el 35,29% de encuestados es que existen diferencias intermedias (asignó una calificación de 3 en la escala); el 36,90% percibió diferencias altas (valor 4) y el 13,90% percibió diferencias muy marcadas (valor 5). Solo el 9,09% consideró que las diferencias son bajas (valor 2) y el 4,81% indicó que no existen diferencias (valor 1). Esto evidencia que una amplia mayoría de los encuestados percibe que existen barreras importantes para las mujeres jóvenes en el acceso al empleo en comparación con los hombres jóvenes.

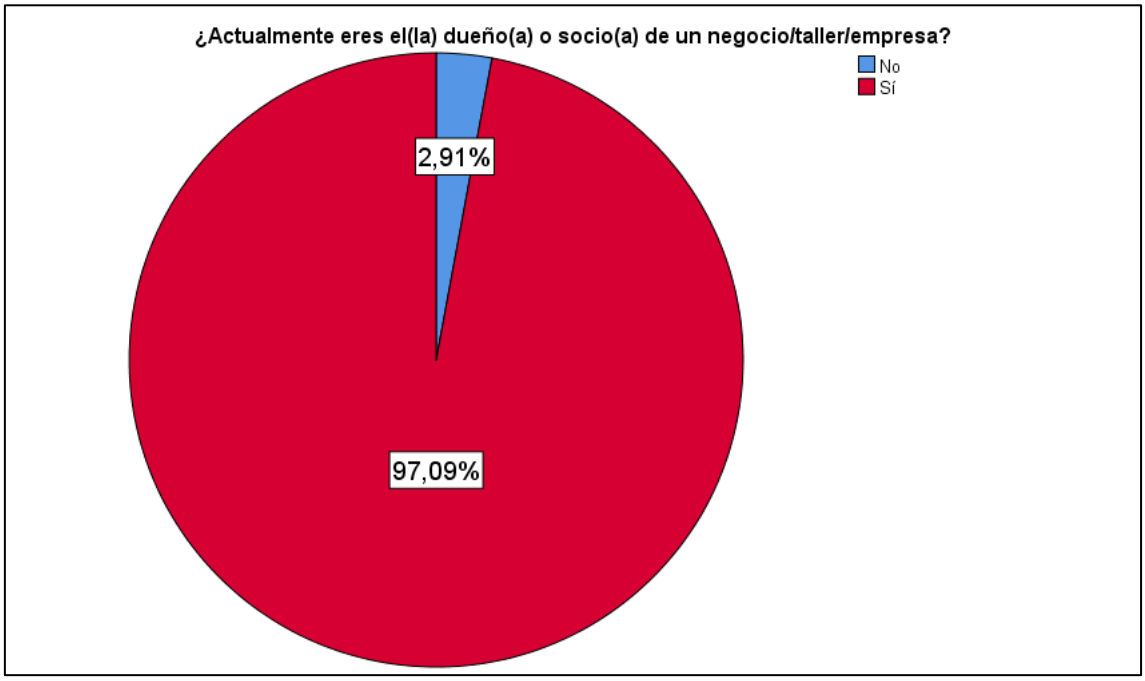
Estos resultados refuerzan la necesidad de que el proyecto mantenga un enfoque fuerte en la equidad de género en todos sus componentes, promoviendo políticas y acciones que reduzcan las brechas de acceso laboral entre mujeres y hombres jóvenes. Además, subraya la importancia de sensibilizar a empleadores, gobiernos locales y comunidades sobre las prácticas discriminatorias que limitan el acceso igualitario a oportunidades laborales.

EMPRENDIMIENTO

El producto 02 del proyecto IMPACTO JOVEN menciona el fomento del emprendimiento de las mujeres mediante la mejora de condiciones empresariales y fortalecimiento de competencias para facilitar el acceso a servicios técnicos, financieros, comercialización y fortalecimiento de iniciativas formales e innovadoras que mejoren las condiciones de empleo de mujeres rurales, en modelos de negocio sostenibles con énfasis en economía circular y agroindustria. Se prevee un programa de formación de 32 horas lectivas en gestión empresarial, feria de emprendimiento, concurso de capital semilla y asesoria especializada en formalización y digitalización.

En el rubeo de mujeres emprendedoras los principales hallazgos son los siguientes

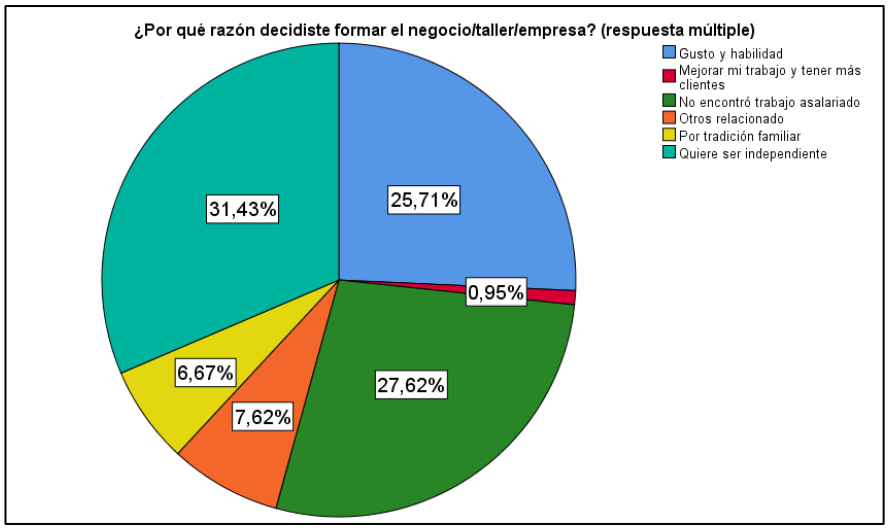
Grafico Nº 47: Dueño de negocio



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre las 94 encuestadas que se identificaron como emprendedoras, el 97,09% indicó ser dueño(a) o socio(a) de un negocio, taller o empresa, mientras que solo el 2,91% manifestó no tener propiedad o sociedad en un emprendimiento. Estos resultados confirman que la gran mayoría de la población emprendedora beneficiaria ya se encuentra vinculada directamente a una iniciativa económica propia, lo cual representa una base sólida para las acciones de fortalecimiento empresarial que impulsa el proyecto.

Gráfico Nº 48: Razones para formar el negocio

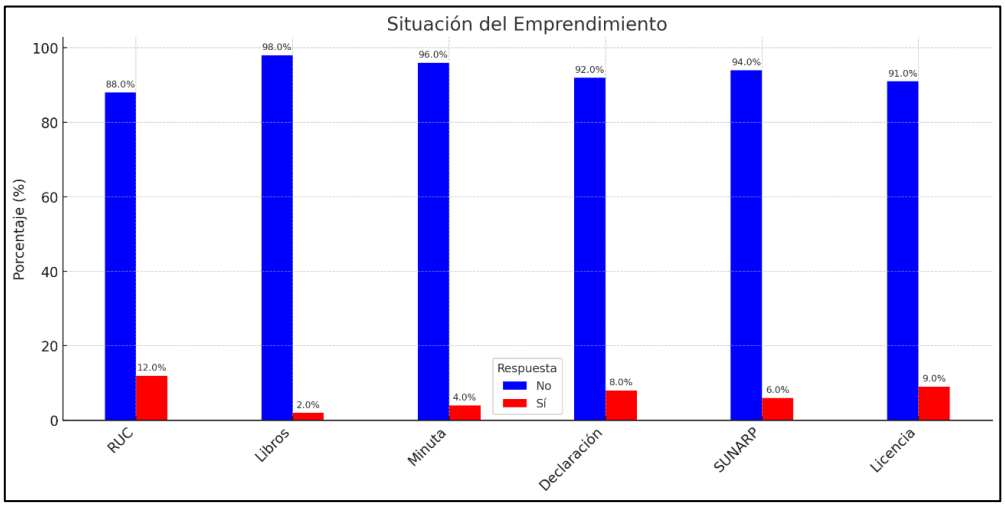


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que entre los 105 emprendedoras que respondieron, el 31,43% decidió formar su negocio para ser independiente, seguido del 27,62% por no encontrar trabajo asalariado y el 25,71% que lo hizo por gusto o habilidad. En menor medida, el 6,67% por tradición familiar y apenas el 0,95% por mejorar su trabajo. Este patrón de respuestas refleja que la principal motivación detrás de la creación de emprendimientos es la búsqueda de autonomía económica, más que la falta de alternativas laborales o la tradición.

Este hallazgo refuerza la motivación natural de independencia de las mujeres rurales. Además, sugiere que una parte de los emprendimientos surgió como respuesta a la precariedad del mercado laboral, lo que hace aún más necesario apoyar su consolidación y sostenibilidad en el tiempo.

Grafico Nº 49: Formalización del negocio

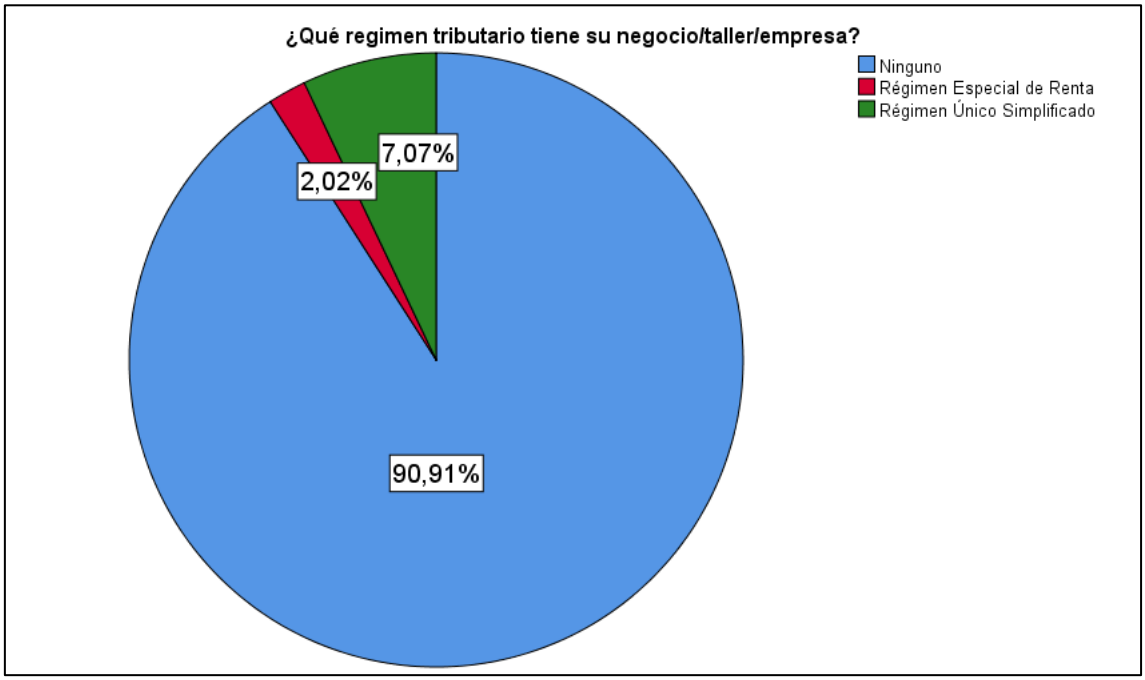


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que la gran mayoría de negocios, talleres o empresas de los encuestados no cuenta con elementos básicos de formalización: solo una minoría posee RUC, libros contables, minuta de constitución, declaración anual ante SUNAT, inscripción en SUNARP o licencia de funcionamiento. La tendencia predominante es la informalidad, ya que más del 80% de los encuestados responde "No" en todos los ítems evaluados.

Si bien es importante trabajar en procesos de formalización empresarial, fortalecimiento de capacidades contables y tributarias, y acceso a información sobre los beneficios de operar en el marco de la legalidad, es mucho mas sostenible que la formalización sea una evolución natural impulsada por las mayores ventas y requerimiento de nuevos mercados, como parte de su integración en mercados más amplios y a su acceso a financiamiento y programas de apoyo estatal.

Grafico Nº 50: Régimen tributario del negocio

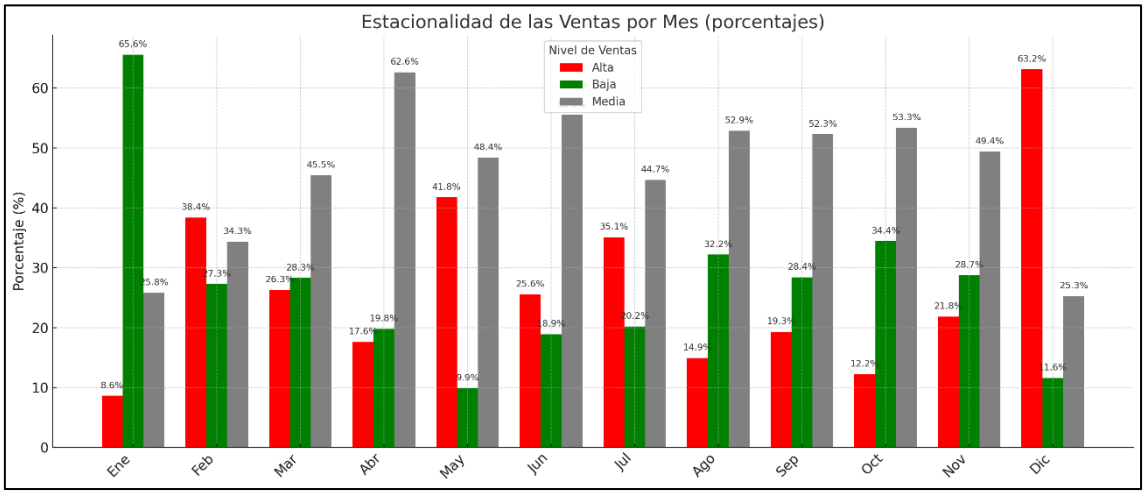


99 encuestados

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 90,91% de los emprendedoras encuestados indicó no estar registrado en ningún régimen tributario, mientras que un 7,07% pertenece al Régimen Único Simplificado (RUS) y apenas un 2,02% al Régimen Especial de Renta (RER). Estos resultados evidencian una altísima informalidad tributaria entre los negocios, talleres y empresas liderados por mujeres rurales.

Grafico Nº 51: Estacionalidad en las ventas del negocio



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que los meses de mayor venta (alta estacionalidad) son principalmente febrero, mayo, diciembre y en menor medida julio que podrian coincidir con las festividades de día de la amistad, día de la madre, navidad y fiestas patrias respectivamente, siendo diciembre el mes donde se concentra la mayor cantidad de reportes de ventas altas. En cambio, en la mayoría de los otros meses predomina una estacionalidad media (especialmente de abril a noviembre), y se observa estacionalidad baja sobretodo en enero.

Estos resultados reflejan que los emprendimientos de las mujeres rurales presentan una marcada estacionalidad en sus ventas, concentrándose en temporadas festivas o de fin de año, mientras que durante la mayor parte del año las ventas tienden a ser de nivel medio o bajo. Este patrón de estacionalidad debe ser considerado en las estrategias del proyecto, promoviendo acciones que permitan diversificar fuentes de ingreso, desarrollar productos o servicios de demanda continua, y fortalecer capacidades de gestión financiera para afrontar períodos de baja liquidez.

Cuadro Nº 15: Ingresos y utilidades según temporada

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
En el ultimo año ¿Cuáles han sido las ventas por temporada de tu negocio y de esa cantidad cuánto queda para ti? TEMPORADA ALTA - VENTAS	84	60	6300	831.90	1242.996

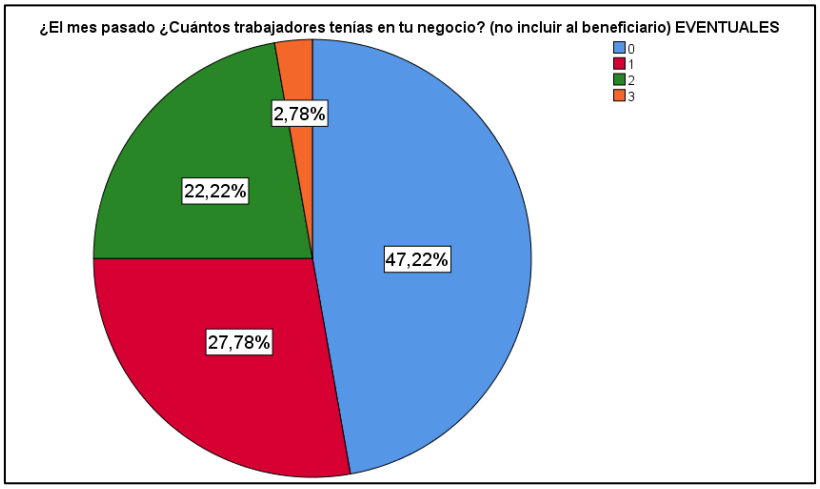
En el ultimo año ¿Cuáles han sido las ventas por temporada de tu negocio y de esa cantidad cuánto queda para ti? TEMPORADA ALTA - GANANCIAS	84	10	3500	419.88	526.875
En el ultimo año ¿Cuáles han sido las ventas por temporada de tu negocio y de esa cantidad cuánto queda para ti? TEMPORADA MEDIA - VENTAS	89	30	4200	475.74	760.447
En el ultimo año ¿Cuáles han sido las ventas por temporada de tu negocio y de esa cantidad cuánto queda para ti? TEMPORADA MEDIA - GANANCIAS	89	4.5	2500.0	262.815	375.4286
En el ultimo año ¿Cuáles han sido las ventas por temporada de tu negocio y de esa cantidad cuánto queda para ti? TEMPORADA BAJA - VENTAS	81	0	5000	318.67	692.915
En el ultimo año ¿Cuáles han sido las ventas por temporada de tu negocio y de esa cantidad cuánto queda para ti? TEMPORADA BAJA - GANANCIAS	80	0	980	124.66	163.884
N válido (por lista)	76				

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

Del cuadro anterior se desprende un amplio rango en los ingresos y utilidades para todas las temporadas (alta, media y baja). En cifras redondas los ingresos promedio en temporada alta son 1.74 veces los ingresos en temporada media y 2.61 veces los ingresos en temporada baja.

Si extrapolamos los ingresos promedio de temporada alta (cuatro meses al año, febrero, mayo, julio y diciembre), temporada media (cinco meses al año, de junio a noviembre) y los otros tres meses de temprada baja, multiplicados por el ingreso promedio, nos resulta un ingreso por ventas promedio mensual de los emprendedores de S/. 555.19

Grafico Nº 52: Trabajadores eventuales

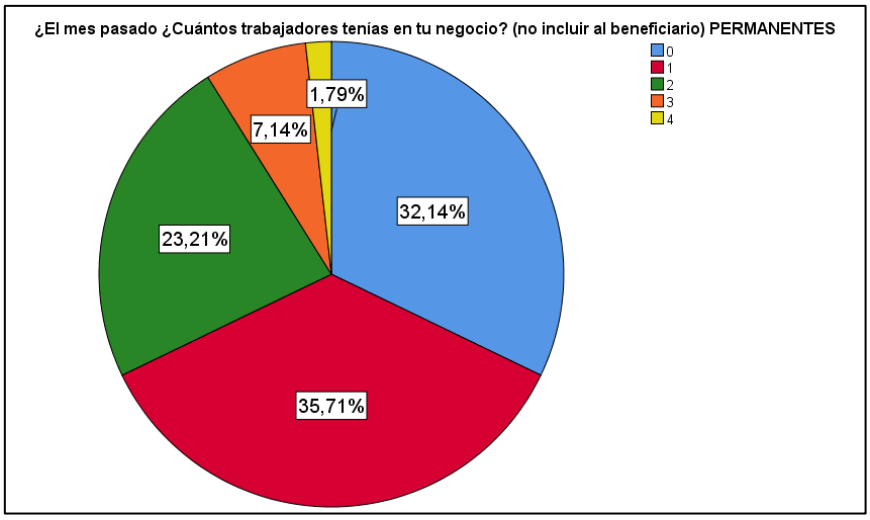


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre los 36 emprendedoras encuestados, el 47,22% indicó no haber contratado trabajadores eventuales en el último mes, el 27,78% reportó haber tenido un trabajador eventual, el 22,22% dos trabajadores eventuales, y el 2,78% tres trabajadores eventuales. Esto evidencia que una parte considerable de los emprendimientos rurales recurre a la contratación de personal eventual, especialmente en épocas de alta demanda o para actividades específicas.

Estos resultados reflejan una estructura de empleo flexible y adaptada a la estacionalidad o necesidades puntuales del mercado. Sin embargo, también ponen en evidencia la precariedad y falta de estabilidad laboral que caracteriza muchas de estas relaciones laborales.

Grafico Nº 53: Trabajadores permanentes en el negocio

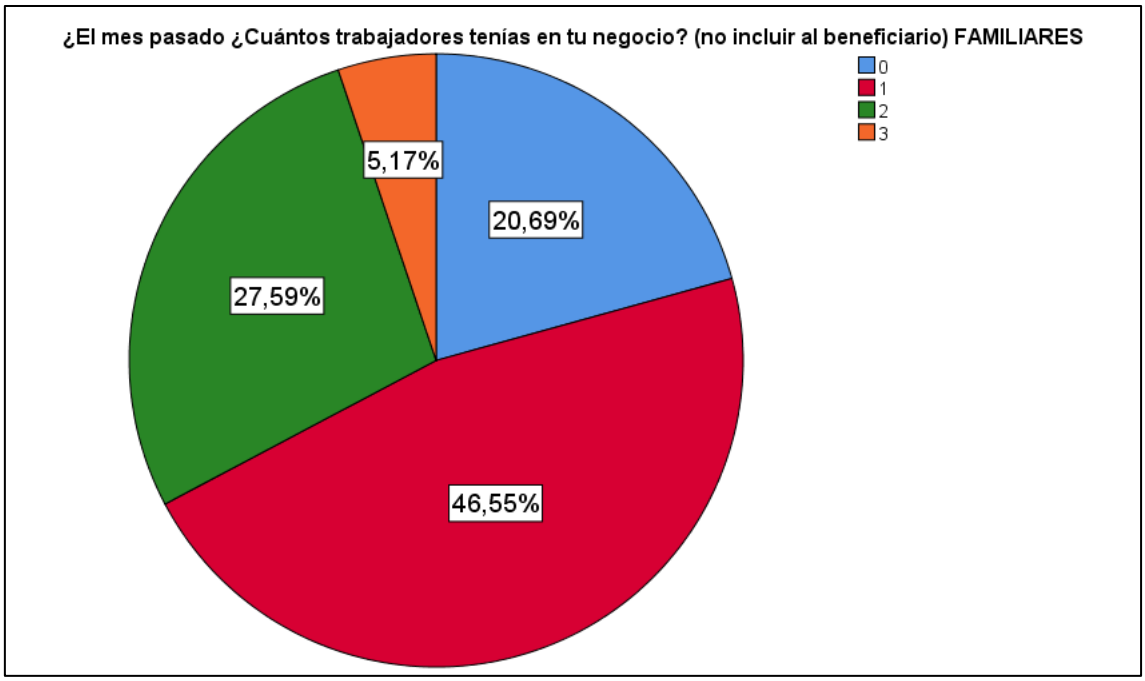


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre los 56 emprendedoras que respondieron, el 35,71% señaló tener un trabajador permanente en su negocio, el 23,21% reportó dos trabajadores, el 32,14% indicó no tener trabajadores adicionales (sólo el propio beneficiario), el 7,14% mencionó tres trabajadores, y apenas el 1,79% indicó tener cuatro trabajadores. Estos resultados reflejan que la mayoría de los negocios liderados por mujeres rurales son microempresas de muy pequeña escala, con uno o dos trabajadores además del propietario.

Este hallazgo evidencia que los negocios participantes tienen estructuras organizativas simples y baja capacidad de absorción de mano de obra. Será necesario diseñar acciones que apoyen su crecimiento progresivo con la consecuente mejora en su capacidad de generación de empleo.

Grafico Nº 54: Trabajadores familiares en el negocio

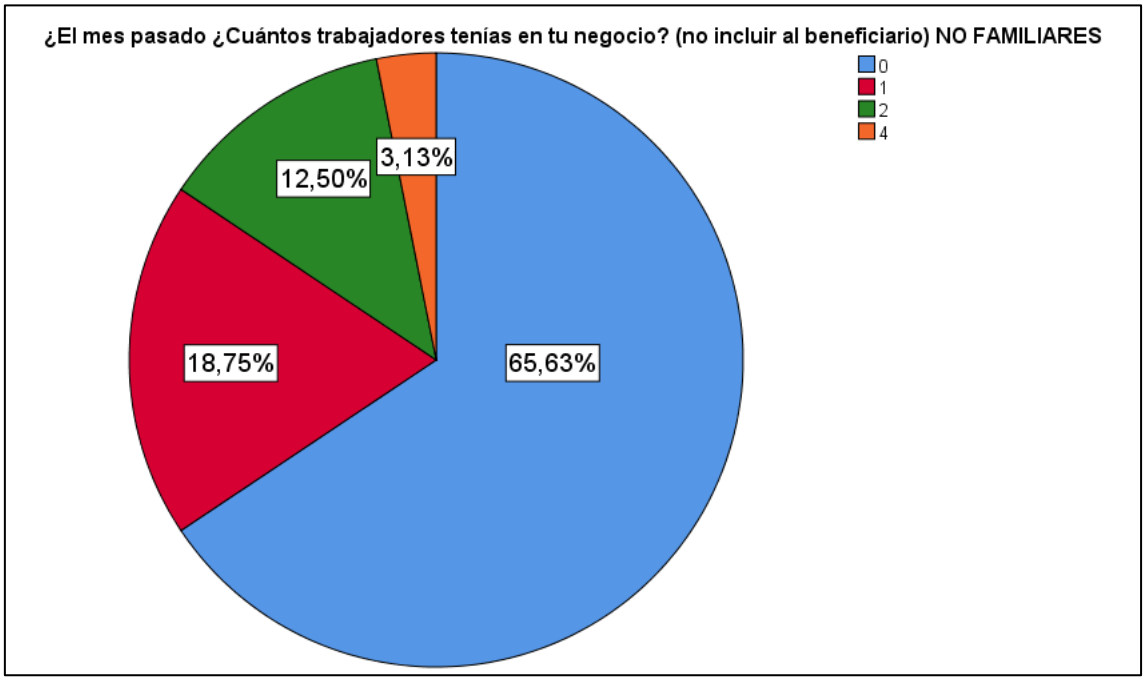


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre los 58 emprendedoras que respondieron, el 46,55% indicó tener un trabajador familiar en su negocio, el 27,59% reportó tener dos trabajadores familiares, el 20,69% no cuenta con trabajadores familiares, y el 5,17% tiene tres trabajadores familiares. Esto revela que una gran proporción de los negocios se apoya en la participación de familiares para su funcionamiento.

Este hallazgo refleja que los emprendimientos tienen una estructura familiar muy fuerte, característica típica de microempresas rurales, donde el apoyo de la familia permite reducir costos laborales y garantizar la continuidad de las actividades productivas.

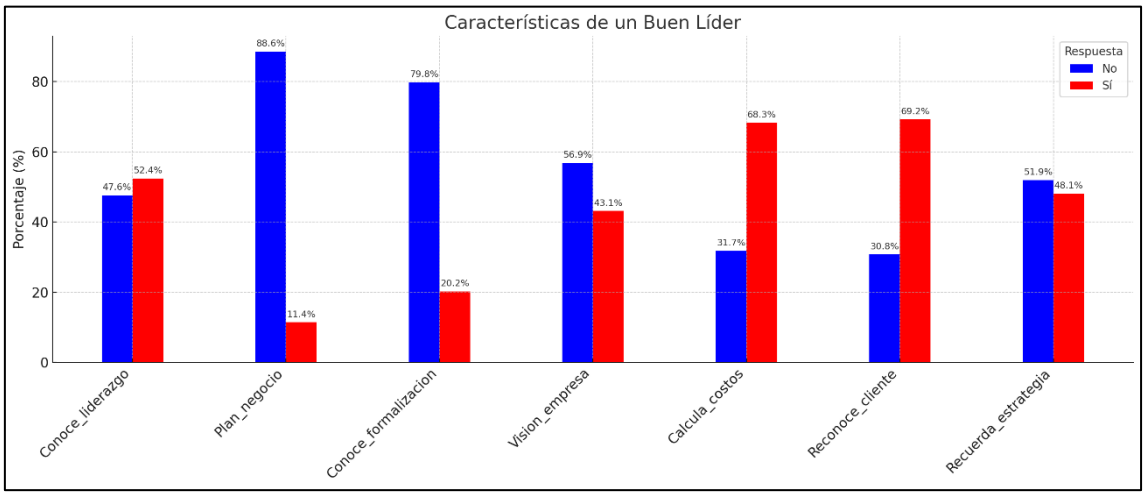
Grafico Nº 55: Trabajadores no familiares en el negocio



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre los 32 encuestados emprendedoras, el 65,63% indicó no tener trabajadores no familiares en su negocio, el 18,75% reportó tener uno, el 12,50% mencionó tener dos, y apenas el 3,13% indicó contar con cuatro trabajadores no familiares. Estos resultados reflejan que, aunque existe contratación externa en algunos emprendimientos, en general los negocios rurales liderados por jóvenes y mujeres siguen operando principalmente con base en trabajo familiar o propio.

Grafico Nº 56: Competencias empresariales



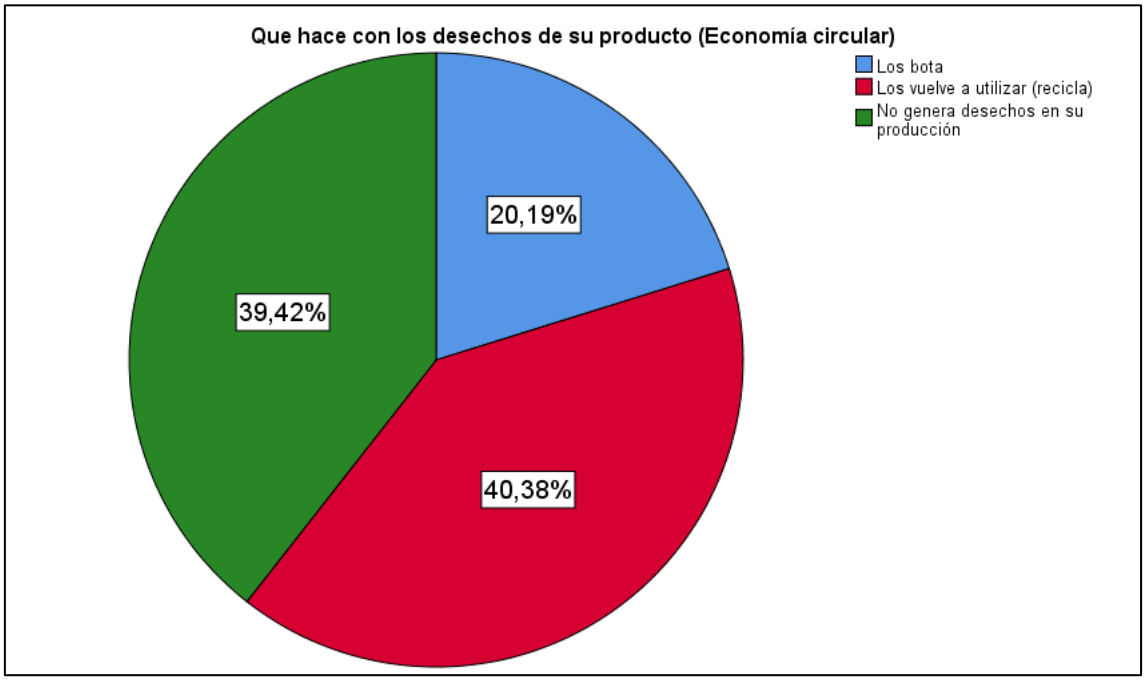
Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico refleja conocimientos y/o competencias empresariales entre las emprendedoras encuestadas respecto a temas básicos de liderazgo, formalización, costos y mercado. Los resultados muestran que:

- Cerca de la mitad (52,4%) de los encuestados conoce las caracteristicas de un buen líder.
- Una minoría (11,4%) cuenta con un documento Plan de Negocio.
- La mayoría (79,8%) no conoce adecuadamente las ventajas de la formalización.
- Aproximadamente el 43% no reconoce la visión de su empresa.
- Aproximadamente el 68% puede calcular sus costos de producción.
- Aproximadamente el 69% conoce exactamente cual es su clientela.
- Sobre estrategias de fidelización de clientes, la distribución es equilibrada entre quienes recuerdan y quienes no.

Estos resultados evidencian brechas significativas en conocimientos tributarios esenciales para el manejo formal de un negocio. El fortalecimiento de capacidades en este campo será fundamental para el proyecto, a fin de promover no solo la formalización, sino también el cumplimiento fiscal responsable de los emprendimientos.

Grafico Nº 57: Manejo de desechos de producción (Economía circular)

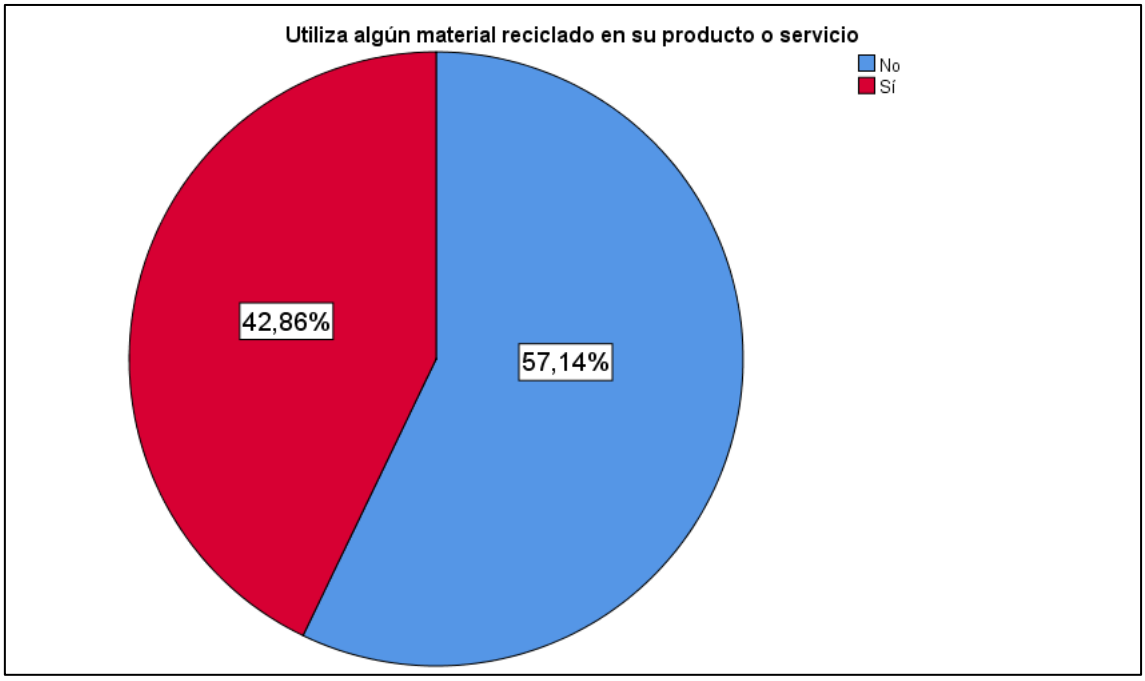


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 40,38% de los 104 emprendedoras encuestados manifestó que vuelve a utilizar o recicla los desechos de su producción, el 39,42% indicó que no genera desechos en su proceso productivo, y el 20,19% señaló que simplemente desecha los residuos generados. Estos resultados son alentadores, ya que reflejan que una mayoría significativa de los emprendimientos ya incorpora prácticas de reducción o aprovechamiento de residuos, alineándose con los principios de economía circular.

Este hallazgo representa una oportunidad estratégica para el proyecto, que puede fortalecer estas prácticas mediante capacitaciones específicas, acompañamiento técnico en procesos productivos sostenibles y promoción de la innovación verde. Fomentar la economía circular entre los jóvenes y mujeres rurales no solo contribuirá al cuidado del medio ambiente, sino que también mejorará la competitividad de sus emprendimientos en mercados que valoran cada vez más la sostenibilidad.

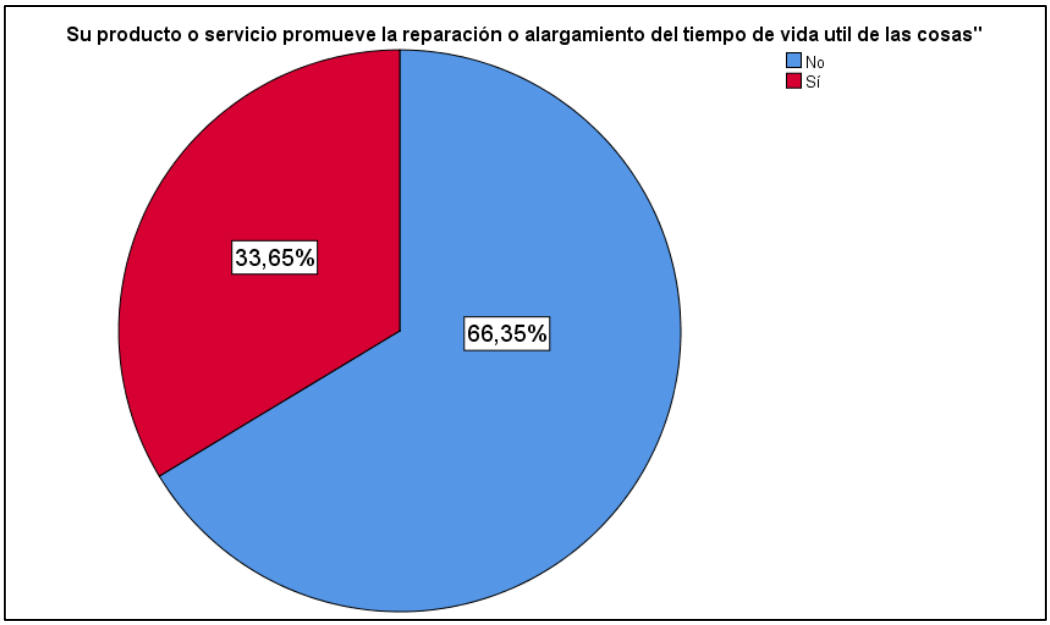
Grafico Nº 58: Uso de material reciclado en el producto o servicio



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 42,86% de los emprendedoras encuestados indicó que utiliza algún tipo de material reciclado en la elaboración de su producto o servicio, mientras que el 57,14% manifestó que no lo hace. Aunque la mayoría aún no incorpora prácticas de reciclaje de materiales en sus procesos productivos, un porcentaje significativo ya empieza a integrar acciones de sostenibilidad ambiental en sus negocios.

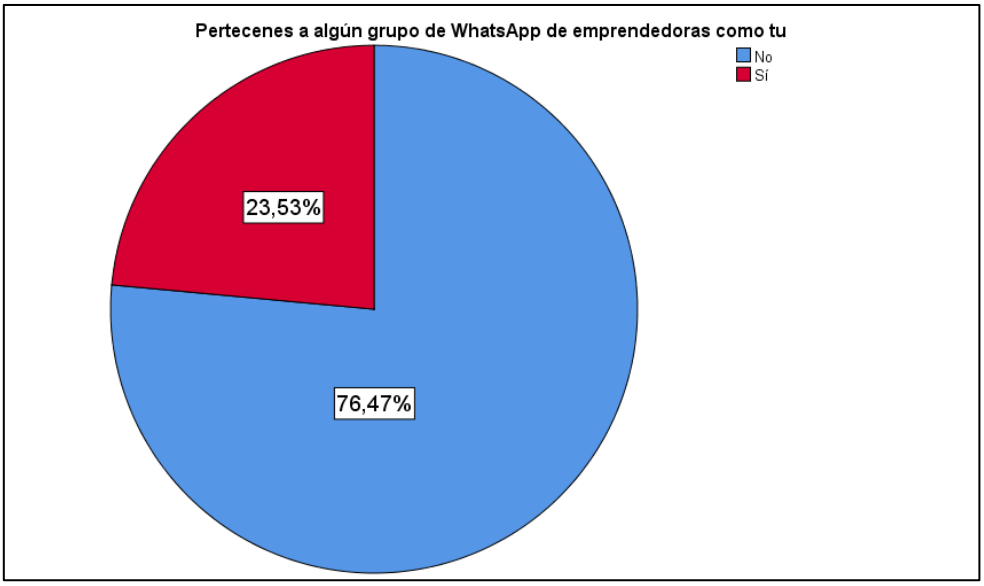
Grafico Nº 59: Reparación o alargamiento de la vida útil



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 33,65% de los 104 emprendedoras encuestados manifestó que su producto o servicio promueve la reparación o el alargamiento de la vida útil de los bienes, mientras que el 66,35% indicó que no lo hace. Esto evidencia que, aunque existe una base significativa de emprendimientos que incorporan prácticas de sostenibilidad prolongando la vida útil de productos, todavía la mayoría no ha integrado plenamente este enfoque.

Grafico Nº 60: Pertenece a grupos de WhatsApp de emprendedoras

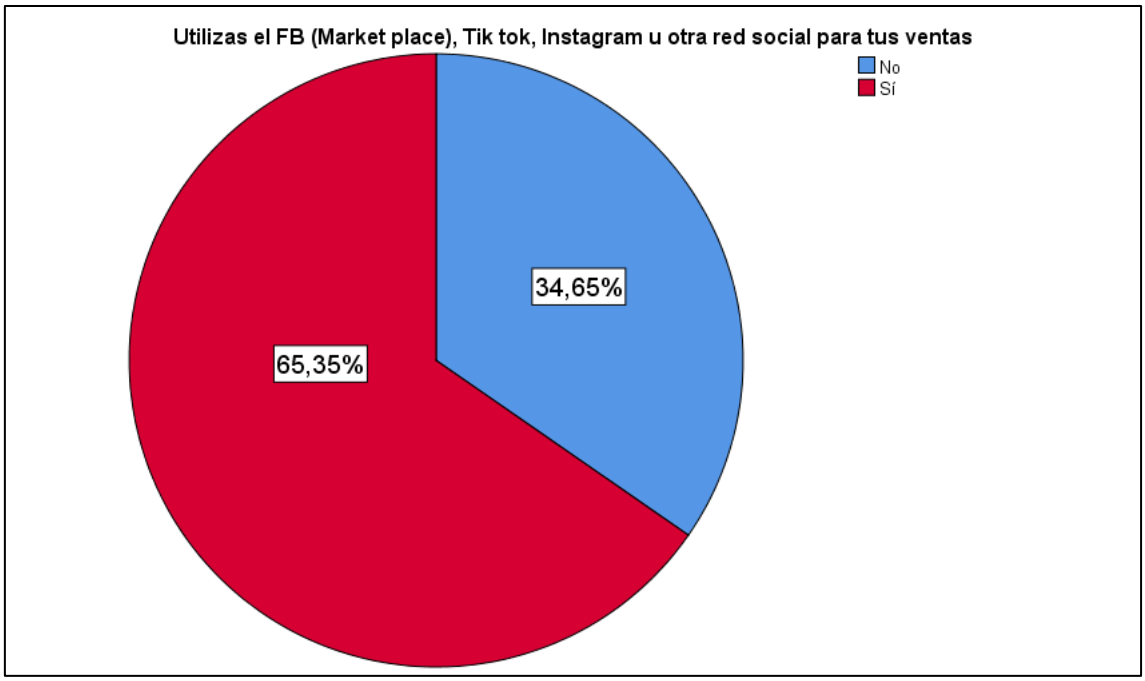


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 23,53% de las emprendedoras encuestadas pertenece a algún grupo de WhatsApp de emprendedoras, mientras que el 76,47% indicó que no forma parte de estos espacios de comunicación y apoyo. Esto revela que, aunque existe una base de mujeres emprendedoras que ha logrado integrarse a redes de contacto, la mayoría aún se encuentra aislada o sin conexión sistemática con sus pares.

Este hallazgo resalta la necesidad de fortalecer los procesos de articulación y organización entre emprendedoras. La promoción de redes de apoyo, intercambio de experiencias, capacitación y colaboración entre emprendedoras puede convertirse en un motor fundamental para el fortalecimiento de capacidades.

Grafico Nº 61: Redes sociales para ventas

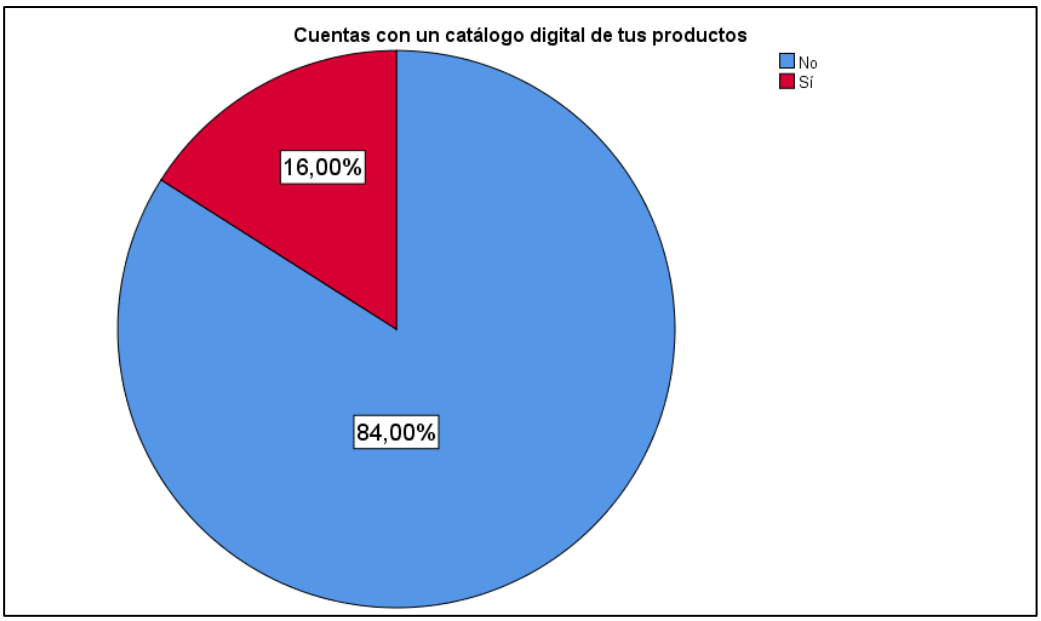


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 65,35% de los emprendedoras encuestados utiliza redes sociales como Facebook (Marketplace), TikTok, Instagram u otras para comercializar sus productos o servicios, mientras que el 34,65% no las utiliza. Una mayoría significativa ya ha incorporado herramientas digitales como parte de su estrategia comercial, aunque aún existe un tercio de los emprendedoras que no aprovecha este canal.

Este hallazgo es clave para el proyecto, ya que confirma la importancia de fortalecer las capacidades digitales de los emprendedoras, impulsando el uso estratégico de redes sociales para la promoción y venta de productos.

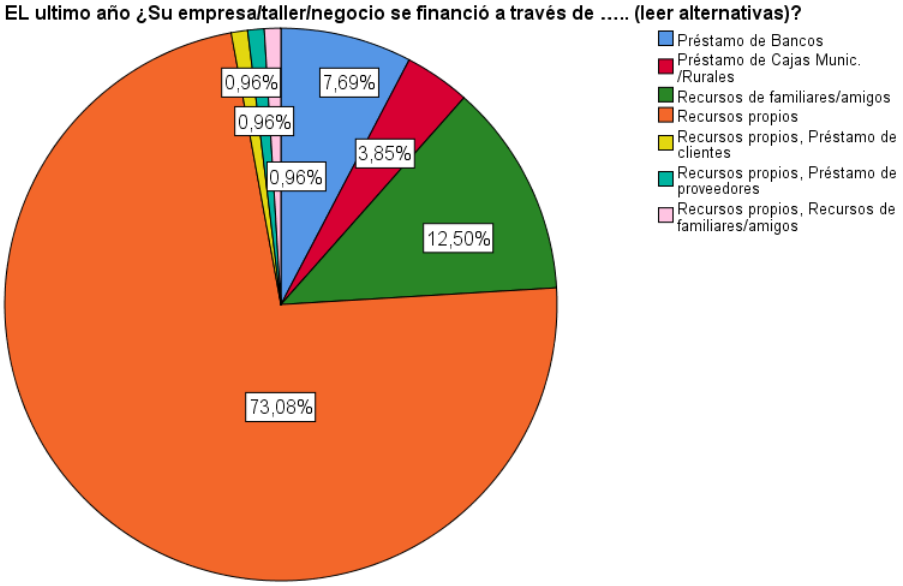
Grafico Nº 62: Catálogo digital de productos



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre los 93 emprendedoras que respondieron, solo el 16,00% cuenta con un catálogo digital de sus productos, mientras que el 84,00% no dispone de uno. Estos resultados reflejan una brecha importante en el uso de herramientas de marketing digital estructurado, a pesar del creciente uso de redes sociales para ventas observado en gráficos anteriores.

Grafico Nº 63: Fuentes de financiamiento del negocio



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra un predominio de los recursos propios, entre los 104 emprendedoras que respondieron, el 73,08% financió su negocio utilizando exclusivamente recursos propios, el 12,50% recurrió a familiares o amigos, el 7,69% obtuvo préstamos de bancos, el 3,85% recibió apoyo de cajas municipales o rurales, y apenas porcentajes mínimos (0,96%) combinaron recursos propios con préstamos de clientes, proveedores o familiares. Estos resultados evidencian que la gran mayoría de los negocios rurales funcionan a partir del autofinanciamiento, con un acceso muy limitado a fuentes externas de crédito.

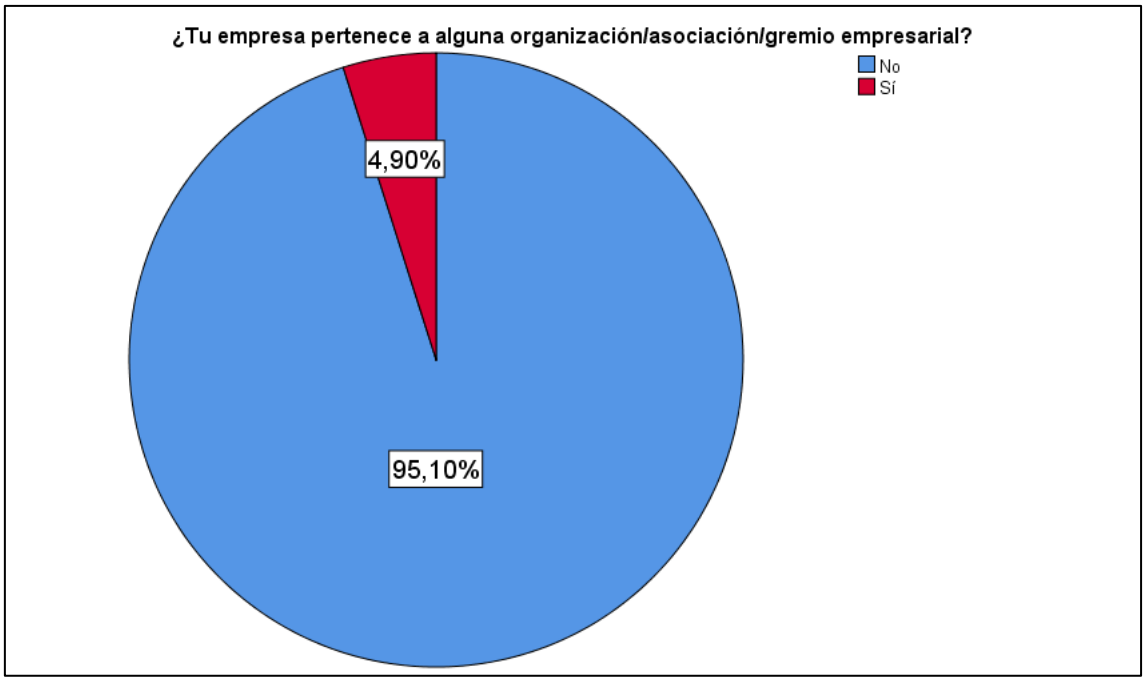
Cuadro Nº 16: Principales clientes

	Frecuencia	Porcentaje
Ambulantes	6	2.0
Ambulantes, Consumidores individuales	1	0.3
Ambulantes, Consumidores individuales, Familiares/amigos/vecinos	1	0.3
Ambulantes, Familiares/amigos/vecinos	2	0.7
Ambulantes, Mayoristas, Agente/empresa exportadora	1	0.3
COLEGIOS PRIVADOS	1	0.3
Consumidores individuales	**26**	**8.6**
Consumidores individuales, Familiares/amigos/vecinos	**11**	**3.6**
Consumidores individuales, TRUJILLO DOS COMISARIAS	1	0.3

Estado, Consumidores individuales	1	0.3
Estado, EMPRESAS PRIVADAS	1	0.3
Familiares/amigos/vecinos	**49**	**16.1**
Mayoristas, Agente/empresa exportadora, Consumidores individuales	1	0.3
Mayoristas, Agente/empresa exportadora, Consumidores individuales, VARIAN	1	0.3
TURISTAS	1	0.3
Perdidos	200	65.8
Total	304	100.0

En cuanto a la identificación de los clientes, existe una predominancia de consumidores individuales y familiares o amigos o vecinos, lo que denota emprendimientos muy pequeños de corto alcance y/o limitados recursos de promoción y difusión.

Grafico Nº 64: Pertenencia a gremios empresariales

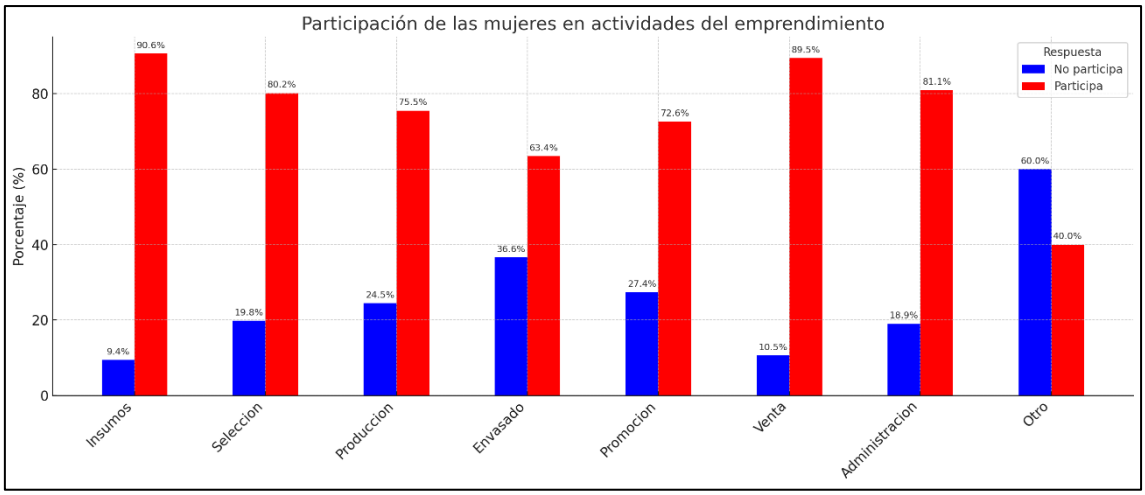


Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que el 95,10% de los 102 emprendedoras encuestados indicó que su empresa, taller o negocio no pertenece a ninguna organización, asociación o gremio empresarial, mientras que solo el 4,90% sí forma parte de alguna. Este resultado evidencia una muy baja articulación

colectiva entre los emprendimientos, lo que limita su capacidad de negociación, representación y acceso a beneficios colectivos.

Grafico Nº 65: Participación de mujeres en las actividades del emprendimiento



Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que la participación de las mujeres en los emprendimientos es alta en todas las actividades analizadas. Las principales áreas de participación son la compra de insumos (más del 90%), la venta y comercialización (casi el 90%), la administración (más del 80%) y la selección y producción de productos (más del 75% cada una). En menor medida, participan en el envasado y en actividades consideradas "otras", pero aun así la participación sigue siendo mayoritaria.

Estos resultados reflejan que las mujeres tienen un rol fundamental y activo en las diferentes etapas del ciclo productivo y comercial de los emprendimientos, que por su caraxcter micro, obliga a la emprendedora a desarrollar diferentes actividades desde la adquisición de los insumos hasta el servicio post-venta.

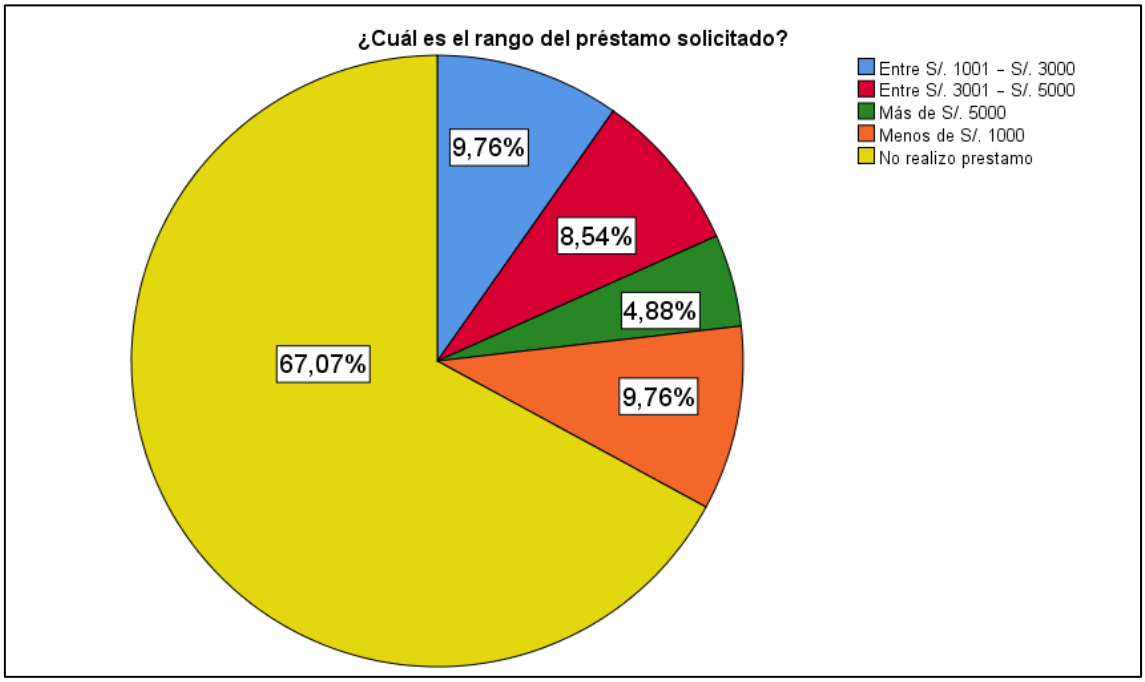
Grafico Nº 66: Titularidad del préstamo obtenido

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre las 13 emprendedoras que accedieron a un préstamo, el 92,31% lo obtuvo a su propio nombre, mientras que el 7,69% lo gestionó a través de un tercero (familiar, amigo u otra persona). Esto evidencia que, cuando los emprendedoras logran acceder a financiamiento, en su mayoría formalizan el préstamo a nombre propio, lo cual es un indicador positivo de autonomía y reconocimiento financiero individual.

Este hallazgo sugiere que, aunque el acceso general al crédito sigue siendo limitado, los emprendedoras que logran acceder a financiamiento han superado barreras básicas de bancarización y formalización.

Grafico Nº : Rango del préstamo solicitado



82 RESPUESTAS

Fuente: Encuesta a jóvenes en tres regiones del norte del pais – marzo 2025
Elaboración: Propia

El gráfico muestra que, entre los 82 encuestados, el 67,07% no solicitó ningún préstamo en el último año. Entre quienes sí accedieron a financiamiento, el 9,76% solicitó préstamos entre S/ 1001 y S/ 3000, otro 9,76% solicitó menos de S/ 1000, el 8,54% solicitó préstamos entre S/ 3001 y S/ 5000, y solo el 4,88% accedió a montos superiores a S/ 5000. Estos resultados confirman que el acceso al crédito entre las emprendedoras es limitado.

Este hallazgo sugiere que los emprendimientos mantienen una alta dependencia del autofinanciamiento o de financiamientos informales de bajo monto. Para el proyecto, representa una oportunidad de promover el acceso a financiamiento productivo adecuado a las necesidades y capacidades de los beneficiarios.

ANÁLISIS DEL ENTORNO (socios locales)

GOBIERNOS LOCALES

De las entrevistas sostenidas con dieciseis (16) representantes – funcionarios de gobiernos locales en el ambito de intervención del proyecto se identifican debilidades, oportunidades, asi como algunas fortalezas.

Entre las debilidades podemos mencionar:

- Alta rotación en los funcionarios públicos, muchos de ellos nos mencionaron estar hace 'pocos' meses en el cargo, lo cual dificultaria la implementación de las actividades del proyecto y el progresivo involucramiento del gobierno local en la institucionalización de cierta politicas o espacios en materias de interés del proyecto.
- Poco personal asignado. En muchos de estos gobiernos locales la gerencia de Desarrollo economico o desarrollo social esta compuesta de una o dos personas, involucrados el mayor porcentaje de su tiempo en el tramite documentario propio de la gerencia, sin mayor tiempo para el involucramiento de 'nuevas' actividades que plantearia el proyecto.
- Gerencias sin recursos para atender nuevas necesidades de los jóvenes o priorizaciones de genero.

Entre las fortalezas podemos mencionar;

- Interes en trabajar, estan conscientes de la necesidad de trabajar con los jóvenes de su municipalidad y sumar sinergias con el proyecto IMPACTO JOVEN
- Disposición a articular contactos y apoyo en la gestión para la focalización con sectores vulnerables de jóvenes.
- Disposición a facilitar equipos o espacios para la capacitación.

Como oportunidades podemos mencionar los casos de;

- La Municipalidad de Castilla, en la región Piura, ha desarrollado un muy buen programa de articulación laboral, "Chapa tu Chamba" y proximamente "Mi primera chamba", donde articula localmente las oportunidades laborales de las empresas con las que trabaja articuladamente, dirigida desde la gerencia femenina con un equipo mayoritariamente femenino, joven y muy comprometido. Es una experiencia que se puede aprovechar como estudio de caso y formación (pasantia) del equipo técnico completo del proyecto IMPACTO JOVEN para su replica en otros territorios.
- La Municipalidad de Veintiseis de octubre, en la Región Piura, es el único gobierno local donde se ha podido identificar una sub-gerencia de juventudes, con propuestas claras y en camino a implementarse.

Si bien es cierto la institucionalización de la sub gerencia NO garantiza un trabajo efectivo, como si suscede en Castilla, esta figura podría asegurar recursos institucionalizados (cada año) para actividades dirigidas específicamente a atender a este segmento poblacional vulnerable.

Otra realidad de los distritos visitados son sus economias pequeñas, de lento desarrollo y sin sectores o actividades economicas florecientes y/o con cadenas de valor consolidadas. A excepción de las grandes ciudades (capitales de región) las oportunidades de empleo, sobretodo, no son mayores en los diferentes distritos de las tres regiones. Existen excepciones por supuesto, como la cadena de deshidratados en el distrito de San Pablo en Cajamarca, pero no se identifica un sector pujante o actividad especializada por distrito, que permita opciones de empleo digno localmente.

DIRECCIONES DE EDUCACIÓN

Realizadas las reuniones con funcionarios de dos direcciones regionales de educación la percepción es de funcionarios con mucha resistencia al cambio, en instituciones normativas y promotoras, en sus palabras, que si bien reconocen y están plenamente concientes de las necesidades de innovación (cambios) en las estructuras de la educación a nivel técnico, no muestran mayor interés en propiciar estos cambios.

Más aún, analizada la ruta de estos cambios que deberían darse, como por ejejmplo modificaciones en el CENOF, debido a las instancias, procedimientos y trámites, estos cambios estarían casi destinados al fracaso.

INSTITUTOS

De las entrevistas a profundidad con once (11) instituciones educativas tecnico superior (ISTP, IESTP, CETPRO) en las tres regiones, entre la debilidades identificadas podemos mencionar;

- Instituciones en general poco implementados a nivel de infraestructura, laboratorios, equipos y recursos humanos, con alguna excepción, Laredo o Cajamarca por ejemplo.
- De manera casi generalizada sin información específica de demanda laboral, salvo casos como Tembladera o Laredo, el ultimo de ellos con convenio para la realización de practicas de sus estudiantes.
- Producto del item anterior resultan en consecuencia carreras dictadas sin enfoque de demanda, salvo excepciones, condicionadas además por la rígida estructura curicular que debe ceñirse al CENOF.
- Cualquier propuesta de cambio en la malla curricular o propuesta de innovación en este sentido debe enfrentarse al engorroso tramite de modificación del CENOF, aunado a la contradicción de que el Instituto debe demostrar capacidad operativa (instalaciones, laboratorios, etc) para la implementación de esta nueva carrera.
- La mayoría de sus estudiantes tienen serias dificultades para desarrollar competencias en condiciones reales de trabajo (practicas).
- Para el caso de Institutos en distritos pequeños y sobretodo rurales, la población estudiantil no son jóvenes sino mas bien adultos mayores, esto en linea con la población que reside en estos distritos.

Sin embargo podemos mencionar que entre sus fortalezas encontramos;

- Total disposición a sumar sinergias con el proyecto IMPACTO JOVEN
- Son concientes en su mayoría de que la oferta formativa no esta en consonancia con las demandas laborales y en varios casos muestran intención de cambio.

DIRECCIONES DE TRABAJO

En el caso de las direcciones de trabajo existen diferencias muy marcadas entre las tres regiones. En el caso de La Libertad encontramos una Sub Gerencia implementada, con personal capacitado y con experiencia, con programas estructurados y herramientas (o medios) bien definidos. No es el mismo caso el de Piura o Cajamarca donde no se muestran el mismo compromiso y gestión.

EMPRESAS

En el caso de las empresas agroindustriales con las cuales se pudo concertar reuniones virtuales, se denota una alta especificidad por su demanda laboral, exigentes en la calificación de sus colaboradores y una Alta especialización del personal requerido. Generalmente manifiestan, sus demandas laborales no pueden ser cubiertas a nivel local, razon por la cual su mirada esta en Trujillo, Chiclayo, Ica o Lima.

Caso relacionado es el de las camaras de comercio. Se pudo entrevistar al representante de la Camara de Comercio de Cajamarca quien no solamente tienen información valiosa a cerca de las tendencias en las demandas laborales locales y los sectores con inversiones interesante en el futuro inmediato, además muestran un alto interés en concretar alianzas para la gestión e implementación de pilotos o modelos de formación que ayuden a atender las proximas demandas locales en empleo. Se trataría de un alido estrategico, proactico y ejecutivo.

ANÁLISIS CUALITATIVO POR POBLACIÓN OBJETIVO

Organizaciones de jóvenes

El COREJU Cajamarca es una instancia de consulta, coordinación, concertación y propuestas de políticas regionales de juventud y como espacio de encuentro entre las instituciones del estado, del nivel regional y local, con las organizaciones de jóvenes, organizados y no organizados. Tiene por objetivo desarrollar un trabajo articulado entre las y los jóvenes, el gobierno regional, instituciones públicas y privadas, entre otros, con la finalidad de contribuir a la promoción del desarrollo integral de las juventudes a través de su participación en la implementación de políticas públicas en la región.

La Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU) del Ministerio de Educación, es el órgano encargado de formular y proponer políticas de Estado en materia de juventud, así como promover y supervisar programas y proyectos en beneficio de las y los jóvenes. Su finalidad es contribuir al desarrollo integral de los jóvenes peruanos en temas de empleabilidad, mejoramiento de la calidad de vida, inclusión social, participación y acceso a espacios en todos los ámbitos del desarrollo humano. Además, buscan visibilizar a las y los jóvenes como agentes sociales de cambio. La SENAJU se encarga de conducir el proceso de implementación de la Política Nacional de Juventud, en coordinación con las entidades del Estado responsables de los objetivos prioritarios, lineamientos y proveedores de los servicios. Asimismo, lidera técnicamente su seguimiento y evaluación.

La Política Nacional de Juventud es la respuesta del Estado que orienta las acciones e intervenciones públicas en materia de juventud para promover su desarrollo integral y su efectiva participación en la sociedad. Asimismo, establece los objetivos prioritarios y lineamientos orientadores de la intervención pública a los múltiples problemas que presentan las personas jóvenes. Como meta se espera que al 2030, ocho de cada diez jóvenes entre 15 y 29 años de edad hayan mejorado su desarrollo integral para su efectiva participación en la sociedad.

El marco jurídico y los espacios de participación de las organizaciones juveniles estan adecudamente definidos.

En las tres regiones hemos identificado niveles diferenciados en cuanto al numero de organizaciones de jóvenes identificadas, el grado de desarrollo de estas organizaciones y el propio liderazgo desarrollado en sus, aún jóvenes, líderes.

Cajamarca es quien muestra mayor desarrollo, con organizaciones, lideresas y líderes muy formados. Organizaciones juveniles con proyectos propios, antecedentes en la sociedad civil, gestión y jovenes líderes muy claros en sus conceptos, objetivos y expresión.

En Piura hemos podido entrevistar un nivel medio de todas las características anteriormente descritas. Si bien es cierto se identifican organizaciones de jóvenes, su activismo es marcadamente menor que en el caso de Cajamarca. Sin embargo se identificaron varias organizaciones de jóvenes con propuestas interesantes de proyectos para su implementación en la sociedad civil.

Finalmente en La Libertad no hubo oportunidad de encontrar grupos de líderesas y líderes de un conjunto de organizaciones juveniles. Si bien se identificaron algunos líderes juveniles, es la región que mas debilidad muestra en este sentido.

Mujeres jóvenes emprendedoras

En el caso de mujeres emprendedoras hemos observado diferentes grupos de mujeres, desde el grupo de Pacasmayo con emprendedoras por encima del rango de edad, negocios con varios años y desarrollo en la mayoría de competencias que el proyecto pretende fortalecer, hasta grupos de emprendedoras, como en Baños del Inca, muy jóvenes, madres solteras la mayoría y con emprendimiento todavía muy frágiles. La característica de emprendedora rural ha estado poco presente en todos los grupos visitados.

Es por ello que aquí será determinante definir el Perfil de mujer emprendedora beneficiaria del Proyecto. A la luz de los resultados del presente estudio, con quien se quiere y con quien se puede trabajar para alcanzar los objetivos planteados en el proyecto. De acuerdo a los resultados de la muestra encuestada, mujeres de mayor rango de edad y negocios con mas años en las regiones La Libertad y Piura, y por el contrario, mujeres mas jóvenes con negocios mas recientes y frágiles en la región Cajamarca podria obligar una definición de perfil diferenciado por región.

Los temas (contenidos) a fortalecer con las emprendedoras (y los y las jóvenes) es un tema neuralgico en este caso, la interrogante basica es a través de que medio. Consideramos que deberían ser alternativas de formación flexibles (presenciales y/o virtuales) con modulos formativos gráficos, lúdicos, prácticos, accesibles económicamente y culturalmente pertinentes, que agreguen valor a todo lo que ya existe en los medios digitales y plataformas de capacitación existentes.

El Ministerio de la Mujer a través de su programa nacional Aurora y el Club Formandose para la vida, brindan su programa de capacitación "Mujeres empoderadas y autonomas", que brinda cursos de Habilidades para la vida, Finanzas y emprendimiento, cursos tecnicos productivos, acompañamiento en la inserción laboral, para mujeres entre 14 y 24 años. Se sugiere evaluar la posibilidad de convenio.

Otros programas del Estado son;

- Formaliza Peru
- Aprende a emprender 2025
- Tu empresa - PRODUCE
- Canal YOU TUBE del MTPE
- Jovenes productivos, plataforma que ofrece una serie de cursos especificos y ofrece además la articulación laboral (en Lima), sin embargo los cursos ofrecidos pueden servir para ciudades como Trujillo o Piura donde las demandas laborales pueden ser muy parecidas. (Cursos de Almacén, despacho y reposición de mercadería, Caja, ventas y atención al cliente)

- CFE - FOCUS - Centro de Formación Empresarial, es una plataforma que ofrece diversos cursos específicos, algunos de ellos gratuitos. La Municipalidad de Chala (Arequipa) a traves de convenio ofrece cursos en esta plataforma.

- Campus Romero (https://campusromero.pe) es una plataforma que ofrece cursos a muy bajo costo en materias como Plan de Negocios, Finanzas para no financieros, Formalizando mi emprendimiento, etc.

- Escuela 7S (https://www.escuela7s.com/), Educación online para emprendedoras, es una plataforma con cursos en diversas herramientas del Marketing Digital como el Whatt app bussines, Anuncios en FB, diseño con CANVA, etc, algunos incluso gratuitos o de muy bajo costo.

- Instituto peruano de negocios es una institución que en convenio con municipalidades ofrece una serie de cursos gratuitos como excel intermedio, asistente de compras y proveedores, direccion de fuerza de ventas, community manager, etc.)

- El portal MI CARRERA cuenta con información a nivel nacional y si bien es cierto puede no estar contextualizada a nivel local, es una referencia importante.

- KIT VIRTUAL de PRODUCE, es una plataforma que ofrece diferentes cursos, herramientas y servicios, sin embargo la mayoria son con periodos de prueba gratuitos y con descuento por convenio con PRODUCE

- Aula Virtual PRODUCE, es una plataforma que ofrece cursos completamente gratuitos en transformación digital, permite inclusive la obtención de certificado.

- De Radio Cutivalú – INTELTA. Radio Cutivalú es una emisora educativa y evangelizadora promovida por el Instituto de Teleducativo los Tallanes, INTELTA, una asociación civil sin fines de lucro que tiene como objeto fines educativos, culturales y religiosos, a favor de las poblaciones de Piura y Tumbes, y en especial del sector rural. A lo largo de su existencia, Radio Cutivalú ha tenido un enfoque educativo y cultural de creación de conciencia cívica y de rescate de la riqueza cultural de la población de Piura, lo cual le ha permitido obtener, consecutivamente, diversos premios y reconocimientos a nivel nacional y regional, que reconocen su labor.

Jóvenes y empleabilidad

En el tema de empleabilidad los Institutos, y los jóvenes en general, deben lidiar con una de las mayores debilidades, la falta de experiencia, adquirida en parte a través de las prácticas pre-profesionales.

Existen casos como el IESTP Laredo, donde siendo enfermeria una carrera muy demandada, se han establecido convenios con hospitales nacionales y alguna clinica para el ejercicio de las practicas. Convenios que han sido sujetos de modificaciones y addendas para poder no entorpecer las practicas de los estudientes.

Existe aquí un primer inconveniente y es el marco normativo.

Un breve análisis sobre la ley LEY Nº 28518 LEY SOBRE MODALIDADES FORMATIVAS LABORALES, da cuenta que es una norma publicada el 24 de mayo del **2005**, que ha sufrido una serie de modificaciones derogando algunos artículos de su versión original, que entre sus objetivos señala:

a. Coadyuvar a una adecuada y eficaz interconexión entre la oferta formativa y la demanda en el mercado de trabajo;

b. Fomentar la formación y capacitación laboral vinculada a los procesos productivos y de servicios, como un mecanismo de mejoramiento de la empleabilidad y de la productividad laboral y,

c. Proporcionar una formación que desarrolle capacidades para el trabajo, que permitan la flexibilidad y favorezcan la adaptación de los beneficiarios de la formación a diferentes situaciones laborales.

Objetivos que compartimos y suscribimos, pero que en la aplicación práctica de la misma norma ha desalentado la incorporación de jóvenes para la realización de prácticas pre-profesionales.

En el estudio de diciembre de 2016 "Desafíos de las modalidades formativas laborales en el Perú" de la Autoridad Nacional del Servicio Civil – SERVIR señala que "Se registra una brecha de al menos 200 mil personas entre los potenciales beneficiarios de prácticas preprofesionales (requisito para acceder al grado académico de bachiller que podría ser exigido por las universidades) y los beneficiarios declarados ante la AAT(Autoridad administrativa del trabajo)'. Comparativo entre el número de estudiantes inscritos en ultimos ciclos de universidades e institutos versus los inscritos en el AAT.

Por otro lado, el en Artículo 45 de la mencionada ley "Monto de la subvención económica mensual", se señala: "La subvención económica mensual no puede ser inferior a una Remuneración Mínima cuando la persona en formación cumpla la jornada máxima prevista para cada modalidad formativa".

En el Artículo 33.- De la subvención económica, se señala "No se podrá pactar una subvención menor a la establecida en la Ley o renunciar a su percepción".

Además en el REGLAMENTO DE LA LEY SOBRE MODALIDADES FORMATIVAS LABORALES DECRETO SUPREMO Nº 007-2005-TR, señala en su Artículo 29 - De la jornada formativa lo siguiente "La jornada de los adolescentes de 14 años no excederá de cuatro (4) horas diarias ni de veinticuatro (24) horas semanales. La jornada de los adolescentes (seria el caso de los estudiantes de Institutos) entre los 15 y 17 años no excederá de seis (6) horas diarias ni de treinta y seis (36) horas semanales, o treinta (30) horas semanales en el caso de Aprendizaje con Predominio en CFP: Prácticas Preprofesionales'.

En resumen, al practicante se le deberá pagar una RMV por una jornada menor a 8 horas diarias. Adicionalmente a ello, nada garantiza que el practicante, formado en la empresa o institución pública, se quede alli.

Por otro lado, también se persive un cierto "celo" por el conocimiento (informacion privilegiada, entrenamiento) en las empresas quienes podrían analizar, en un escenario pesimista, de la siguiente manera; *me pides que acepte un joven sin experiencia, que le enseñe, que le pague, que comparta información privilegiada (conocimiento, experiencia), y ¿nada me garantiza que se queden? (alta rotación, son jóvenes).*

La Agencia Regional de Desarrollo – ARD Cajamarca, fue impulsada desde la Secretaria de descentralizada de la PCM, con el apoyo de la cooperación internacional de la Unión Europea, específicamente de la GIZ de Alemania y la AECID de España, con la finalidad de fomentar el desarrollo territorial, la gobernanza territorial y la dinamización de las actividades productivas de la región; a través de la creación de una plataforma multiactor para la cooperación, articulación y concertación de los diferentes actores pertenecientes al sector público, privado, academia y de la sociedad civil.

En el 2019, se formó el grupo impulsor mediante R.E.R. N° 378-2019.GRC/GR. del 08 de julio del 2019; con el propósito de formar la ARD Cajamarca; dicho grupo presentó el reglamento de organización y funciones, el cual fue aprobado mediante RER N° D0199-2021-GRC-GR del 27 de mayo del 2021. Finalmente, se creó formalmente la ARD Cajamarca mediante ORDENANZA REGIONAL N° D9-2022-GR.CAJ/CR, del 2 de noviembre del 2022. Esta formación se dio con 13 instituciones, de las cuales 1 es del sector público, 3 de la academia, 5 del sector privado y 4 de la sociedad civil.

La ARD Cajamarca, actualmente cuenta con una secretaría técnica colegiada, integrada por 4 instituciones; cada una representando a los actores de la cuádruple hélice; siendo: La Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, CEDEPAS Norte, La Universidad Nacional de Cajamarca y el Gobierno Regional de Cajamarca. Esta secretaria dicta las cuestiones operativas de la ARD, siempre en concordancia y conocimiento del comité directivo. Por ello, la plataforma Multiactor denominada Agencia Regional de Desarrollo – ARD Cajamarca, tiene el propósito de promover el desarrollo económico territorial y sostenible de la Región Cajamarca, a través de acciones que motiven la participación de diferentes instituciones, el apalancamiento de recursos para la ejecución de propuestas y/o proyectos en beneficio de la región y el saneamiento legal y estructural de la ARD Cajamarca, que posibilite una mejor gobernanza territorial

Otro gran reto para la empleabilidad de los jóvenes resulta el CNOF. El Catálogo Nacional de la Oferta Formativa (CNOF) es un instrumento que ordena los programas de estudios que otorga la Educación Superior Tecnológica y Técnico - Productiva del Ministerio de Educación.

En el documento se señala; "Estos programas de estudio responden a las demandas actuales y futuras del sector productivo de nuestro país".

¿Porqué es importante?

Por dos factores:

Transitabilidad, la cual promueve la movilidad educativa entre programas de estudio de diferente nivel formativo, ya sean del mismo o diferente sector productivo.

Valoración educativa, que contribuye al reconocimiento de aprendizajes, gracias a una formación basada en competencias estandarizadas.

Lo real es que en el mencionado catalogo no se encuentran ninguna de las especialidades que fueron demandadas en las entrevistas con la Camara de Comercio de Cajamarca o las entrevistas con las empresa Agroindustriales.

En el documento Proyecto Educativo Regional Cajamarca al 2036 – PER DECO se establece como Estrategia de formación tecnica, transitabilidad y reactivación economica lo siguiente "se organiza una estrategia para que esta población se constituya en actor de esa misma recuperación mediante su preparación en las competencias que le permitan aprovechar el potencial económico de la región", por otro lado señala "Esta medida requiere una participación protagónica de los sectores productivos y formación técnica, empresariales de la región para identificar las cadenas de valor así como los perfiles laborales que se requieren para incorporarse en la economía formal o en la economía del emprendimiento"

Se señalan como indicadores

• El 80% de CETPRO articulados a CEBA y secundarias para certificación

• Incremento anual de la matrícula de CETPRO e IST en 10%

• Reducción de la población joven que no estudia ni trabaja del 17.8% al 10%

Es evidente que el segundo y tercer indicador esta retrocediendo.

En el documento Diagnóstico de la Oferta Educativa Superior Tecnológica Pública de la Región Cajamarca (agosto 2022) en el capítulo Demanda laboral de Educación Superior Tecnológica en la región Cajamarca, señalan "Para obtener una aproximación sobre los escenarios laborales futuros y su impacto en las ocupaciones, se consultaron a empresarios regionales de dos (02) actividades económicas relevantes identificadas, (si ha leido bien unicamente dos sectores), en el presente diagnóstico, actividades de servicios administrativos y de apoyo e Industrias manufactureras.

Los participantes a los FG señalaron "que los puestos técnicos son cubiertos muchas veces por personal que adquirió las competencias en la práctica. En otros casos existe personal que está

sobrecalificado, como cuando un ingeniero realiza una actividad que le corresponde a un técnico. Con respecto a las competencias de empleabilidad, los entrevistados señalaron que se requiere a personas con conocimientos en computación, conocimientos de venta de boletos, ventas, atención al cliente, paciencia y atención. Por otro lado, los empresarios también valoran a personas con compromiso y que demuestren sociabilidad y confianza".

En otra sección del documento se señala que; Los empresarios de la provincia de Cajamarca que fueron entrevistados señalaron que esta puede quedarse estancada, salvo que haya inversión pública o que "se mueva la minería". Finalmente, los empresarios recomiendan promocionar las carreras técnicas acordes a la realidad, o en función a donde los egresados se puedan desempeñar como técnicos. Proponen, además, realizar una mejor selección de los estudiantes, aumentar la inversión para mejorar la infraestructura y la dotación de equipos adecuados. En lo que se refiere a los aspectos formativos, demandan que haya una mayor relación entre la formación teórica y las habilidades prácticas, que se desarrollen capacidades para la resolución de problemas.

Es evidente que los documentos mencionados pueden ser bien intencionados, pero estan completamente desfazados y de espaldas a la realidad actual.

Por otro lado, existe el caso de la Municipalidad de Castilla en Piura que es muy interesante, una Gerente con experiencia y contactos para la articulación laboral y el emprendimiento, acompañada de un equipo muy joven y comprometido. Consideramos que puede ser una experiencia a visitar por TODO el equipo del proyecto una vez este conformado.

Finalmente, las direcciones de educación entrevistadas no muestran ninguna intención de modificar (o al menos mejorar) el status quo.

Finalmente, aparentemente el empleo en cualquier oficio tecnico o carrera en el mundo rural no es 'atractivo' para los jovenes, esto debido posiblemente a la Globalizacion, las Redes Sociales y definitivamente el Cambio generacional no dado en las actividades rurales. Durante las entrevistas con los CETPROS, dos directores manifestaron haber tenido que cerrar la carrera agropecuaria por falta de estudiantes, a pesar que era evidente la predominancia rural de la localidad.

RECOMENDACIONES

Equipo técnico y gestión

Se sugiere la complementación del equipo tecnico en las tres regiones con profesionales con experiencia previa en emprendimiento y/o empleabilidad. Se toma en cuenta esta debilidad en el equipo tecnico actual, que por formacion o experiencia previa, no han liderado proyectos de estas características. No se tiene duda de la capacidad profesional y el alto compromiso mostrado, pero es importante que se incorpore en cada región una Psicologa con experiencia en este tipo de proyectos, por la población vulnerable con la que se pretende trabajar, complementado por otros profesionales con amplia experiencia tambien en este tipo de proyectos. Esta sugerencia es valida para las tres regiones. Si exisitera alguna limitante de presupuesto se recomienda plantear la necesidad ante la fuente donante a bien realizar los cambios necesarios en el presupuesto.

Se sugiere, que por aspectos logisticos y de articulación laboral el distrito de Tembladera se atienda desde Pacasmayo. El CETPRO en Tembladera señaló que toda su articulación economica y social esta ligada a las empresas y distritos de la Costa.

Emprendimiento

La 'trampa' del rango de edad. De toda la visita de campo es evidente que las organizaciones de mujeres y emprendedoras con las cuales se viene coordinando no estan dentro del rango de edad establecido en el proyecto. Si bien se ha hecho un esfuerzo notable en identificar mujeres correspondientes al rango de edad para la aplicación de las encuestas, lo cierto es que en las entrevistas y grupos focales este aspecto ha sido el más resaltado. Es sugerencia que, a la luz de estos resultados se proponga una ampliación del rango con la fuente de financiamiento, a bien transparentar el trabajo y asegurar sobretodo la sostenibilidad de los emprendimientos que se van a fortalecer.

Definitivamente el COVID 19 afectó esta ultima generación de jóvenes, donde no se tuvieron todas las herramientas ni infraestructura (señal y calidad de trasmisión de datos) ni equipos para una adecuada eduación on line. Sobretodo se ha afectado las habilidades sociales de los jóvenes para su relaciones inter-personales.

El Banco Mundial en su documento 'El impacto de la COVID-19 en los jóvenes y el riesgo de perder una generación entera' señala que la COVID-19 erosionó el capital humano, donde se analizan datos mundiales sobre los impactos de la pandemia en los jóvenes en etapas clave del desarrollo: la primera infancia (de 0 a 5 años), la edad escolar (de 6 a 14 años) y la juventud (de 15 a 24 años). En este documento se llega a la conclusión de que los estudiantes de hoy podrían

perder hasta el 10 % de sus ingresos futuros debido a las crisis educativas provocadas por la COVID-19.

Por ello es muy importante tomar en cuenta el fortalecimiento de estas habilidades; Tolerancia al fracaso (o estrés), habilidades comunicativas (o comunicación asertiva), trabajo en equipo, resolución de conflictos, gestión del tiempo, liderazgo, entre las mas importantes.

El programa Horizontes de la UNESCO, con intervención en la región Piura, ha desarrollado estas habilidades el año 2023/2024 en estudiantes de colegios secundarios.

Se sugiere especial enfasis en el desarrollo de estas habilidades blandas señaladas líneas arriba.

Se sugiere seguir la secuencia lógica en los proyectos con emprendedoras, es decir

- Focalización de beneficiarias, poniendo especial énfasis en el desarrollo del perfil de "la emprendedora" a la cual el proyecto pretende o puede atender (edad, condición socio económica, vulnerabilidad, rubro del negocio, características específicas del negocio como antigüedad, ingresos, etc). Delineado el perfil se deberá proceder a focalizar/identificar a las mujeres que cumplen el perfil.

- Selección de benficiarias, donde los determinante sean los antecedentes de emprendimiento, puedan haber sido estos positivos o negativos.

- Capacitación, generando alternativas de formación flexibles (presenciales y/o virtuales) con modulos formativos gráficos, lúdicos, prácticos, accesibles económicamente y culturalmente pertinentes. Debe priorizar mecanismos que faciliten la participación de mujeres jóvenes rurales, como becas para el entrenamiento empresarial, financiamiento de conectividad o formación in situ, ademas del apoyo para transporte y cuidado de hijos ya considerados en el proyecto. Se reitera, existen varias plataformas de capacitación virtual, donde muchos cursos ya estan estructurados, ver la conveniencia de utilizar estas plataformas, salvo que los cursos a dictar agregen valor a lo que ya existe.

  Finalmente, todos los programas existentes apuntan a la Capacitación técnica, empresarial pero NO organizacional, no olvidar este aspecto, el fortalecimiento en aspectos de produccion o desarrollo del servicio (porducción, normas técnicas, calidad, etc), empresarial (costos, contabilidad, mercado, etc) y organizacional (modelos asociativos, enfoques de desarrollo, liderazgo, trabajo en equipo, etc).

- Concurso de capital semillla. Se sugiere dividir el presupuesto asignado a los premios, de tal manera de entregar mayor numero de premios, aunque estos sean de menor valor. En proyectos anteriores, de las mismas caracteristicas, el bajo numero de capital semilla ha sido mas bien un factor de desaliento y deserción de las emprendedoras. Paralelo a ello se puede complementar con la gestión en empresas (áreas de responsabilidad social

empresarial) o instituciones para el complemento de estos capitales semilla y lograr asi un mayor impacto positivo.

- Seguimiento, la labor mas importante de todas. Es natural que en la implementación de nuevas herramientas y/o estrategias se encontraran muchas interrogantes de parte de las emprendedoras que necesitaran del soporte necesario para continuar en su fortalecimiento.

Se sugiere que al potenciar los emprendimientos pensar en desarrollar una marca, una experiencia, tenemos mas de 80 micro climas en el país, pero ¿cómo los aprovechamos?. Por ejemplo; Chimimoya "La Magdalena" (de muy alta calidad) que es cultivado por pequeñas productoras y madres del distrito de Magdalena, donde se pueda garantizar Inocuidad(certificaciones) y Trazabilidad del producto (a través de un QR en la etuiqueta que conecta a un video corto donde la productora agradece la compra y explica su trabajo). Carácter social, alta calidad, inocuidad, trazabilidad, que se debería articular en ferias premium de la ciudad de Trujillo por ejemplo o minimarket de la Av Larco en Trujillo.

Si bien los resultados a cerca del enfoque de economia circular son alentadores, altos porcentajes de utilización de materiales reciclados y altos porcentajes en la prolongación de la vida util, se sugiere enfatizar los conceptos de economia circular, previa verificación en campo de las reales condiciones de producción o servicio.

Empleabilidad

Enfocarse en cerrar brechas de los jovenes egresados o de ultimos modulos. En base a la demanda laboral complementar las habilidades duras y blandas necesarias para mejorar la empleabilidad. Personas capacitadas en actividades productivas que el mercado laboral necesita, desde un enfoque de demanda.

Se sugiere propiciar las capacitaciones técnicas a través de los CITE o a través de alianzas como el MINCETUR o DIREPRO, o iclusive la empresa privada (Cogorno o Alicorp).

El proyecto debería intervenir en varios frentes;

- Promover programas de formación técnica que reduzcan las brechas de competencias técnicas certificadas
- Identificar un mecanismo que sin transgredir la normativa vigente pueda suplir la generalizada falta de experiencia en los jóvenes
- Fortalecer habilidades transversales para la empleabilidad
- Articular con actores locales para dinamizar el mercado laboral

- Implementar estrategias que acompañen los procesos educativos de los beneficiarios que aún se encuentran en etapa formativa.

Abordar estas barreras contribuirá a una mayor inserción laboral y a la mejora de las condiciones económicas de la población objetivo.

Se sugiere evaluar, como alternativa para suplir la falta de experiencia, establecer un acuerdo tri partito suscrito por una empresa, institución formadora (CITE,INIA, Universidad, Instituto, etc) y el joven, donde se promueva el "entrenamiento empresarial" o "Coaching" de los jovenes en un oficio o competencia específico (con demanda laboral real o efectiva). Este entrenamiento seria con el acompañamiento del coach con clases practicas en la empresa o institución, pero sin asistencia consecutiva ni horarios fijos. Al final del periodo se le emitiría una constancia de este proceso de entrenamiento durante un numero de horas definidas.

Se recomienda fortalecer la pertinencia de la formación técnica ofrecida, ampliando las opciones formativas hacia empleos o competencias con demandas reales de mercado local, generando alternativas de formación flexibles (presenciales y/o virtuales) con modulos formativos prácticos, accesibles económicamente y culturalmente pertinentes. Debe priorizar mecanismos que faciliten la participación de mujeres jóvenes, como becas para el entrenamiento (o couching), financiamiento de conectividad o formación in situ, ademas del apoyo para transporte y cuidado de hijos ya considerados, promoviendo así una empleabilidad digna y sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

- Colapsar y recuperarse. Como la pandemia del COVID 19 erosionó el capital humano y que hacer al respecto. World bank group. 2023.
- Resolución Ejecutiva Regional Nº D586-2023-GR.CAJ/GR
- Reglamento de Modalidades Formativas Laborales. CANASEV
- Proyecto educativo Regional de Cajamarca
- Politica Nacional de Juventud. Ministerio de Ediucación. 2019
- Reglamento de la Ley Nº28518 Ley sobre las modalidades formativas laborales DS Nº 007-2005-TR
- Perú, comportamiento de los indicadores del mercado laboral a nivel nacional y en 27 ciudades. INEI. 2024, cuarto trimestre, Encuesta permanente de empleo nacional – EPEN.
- Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana. INEI, informe técnico, Nº 03 marzo 2025.
- Diagnóstico de la oferta educativa superior tecnológica pública de la Región Cajamarca. GORE Cajamarca.
- Desafios de las modalidades formativas laborales en el Perû. PCM – SERVIR. Diciembre 2016.