



ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL

EVALUACION DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO PROMOCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO JUVENIL EN LAS PROVINCIAS DE CAJAMARCA Y CELENDÍN

PROYECTO 01CAJ-2013

INSTITUCIÓN EVALUADORA

EL TALLER ASOCIACIÓN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO



CAJAMARCA, Mayo 2016

CRÉDITOS

JEFE DEL EQUIPO TÉCNICO

Jhon Loayza Borja

PROFESIONAL TEMÁTICO

Jorge Mango Choque

EQUIPO DE CAMPO

William Alberto, Herrera Correa (Supervisor de Campo)

Diego Jesús, Mamani Quispe (Critico - digitador)

Richard Jhoel, Barboza Idrogo (Encuestador)

Gloria, Alvares Correa (Encuestador)

Edgar Omar, Villar Dávila (Encuestador)

Diana Elizabeth, Herrera Correa (Encuestador)

Erika Manuela, Fuentes Carrasco (Encuestador)

CONTENIDO

LISTA DE ACRÓNIMOS	4
1. RESUMEN EJECUTIVO	5
2.1 Información general del proyecto	11
2.2 Periodo de vida del proyecto	12
2.4 Fase de capacitación en planes de negocio y planes de mejora.....	14
2.7 Fase de articulación al mercado de los negocios de los jóvenes emprendedores	16
2.8 Dificultades en el proceso de capacitación y asistencia técnica.....	17
2.9 Costo del proyecto.....	18
3. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO	19
3.1 Objetivos	19
3.1.1 Objetivo General	19
3.1.2 Objetivos Específicos.....	19
3.2 Metodología del estudio	19
3.2.1 Encuesta a beneficiarios	19
3.2.2 Entrevistas a profundidad.....	20
3.2.3 Revisión documentaria.....	21
3.3 Periodo de referencia del estudio.....	22
4. RESULTADOS	23
4.1 Caracterización de la población beneficiaria	23
4.2 Evolución de los indicadores del marco lógico, antes y después del proyecto.....	52
4.3 Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del proyecto	54
5. LECCIONES APRENDIDAS	61
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
5 REFERENCIAS	66
6 ANEXOS	67

LISTA DE ACRÓNIMOS

CEPLAN	:	Centro Nacional de Planeamiento Estratégico
CETPRO	:	Centro de Educación Técnico Productiva
CEP	:	Características Emprendedoras Personales
ECAP	:	Entidad de Capacitación
ELB	:	Estudio de Línea de Base
EEF	:	Estudio de Evaluación Final
ENAH0	:	Encuesta Nacional de Hogares
ET	:	Equipo Técnico
ESEE	:	Encuesta Socio Económica y de Emprendimiento
FE	:	Fondo Empleo
FOC	:	Ficha de focalización
GIN	:	Genere su Idea de Negocio
IE	:	Institución Ejecutora
ISUN	:	Inicie su negocio
MTPE	:	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
RMV	:	Remuneración Mínima Vital
RUC	:	Registro Único del Contribuyente
RUS	:	Registro Único Simplificado
SISFOH	:	Sistema de Focalización de Hogares
SUNARP	:	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos
SUNAT	:	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
THAE	:	Test de Habilidades y Actitudes Emprendedoras
TFNR	:	Trabajador Familiar No Remunerado
TIC	:	Tecnología de Información y Comunicación
UNC	:	Universidad Nacional de Cajamarca

1. RESUMEN EJECUTIVO

El documento presenta el EEF del proyecto 01CAJ2013 “Promoción del Emprendimiento Juvenil en las provincias de Cajamarca y Celendín”, encargado por FE y ALAC en el marco de la elaboración de ELB y EEF de proyectos de promoción y fortalecimiento de emprendimientos juveniles del 1° Concurso de la Línea de Cofinanciamiento de Proyectos de FE.

El EEF permite conocer la situación socioeconómica laboral de los beneficiarios después de la intervención del proyecto, situación que, comparada con la que se tuvo antes de su inicio, muestra el nivel de alcance de objetivos planteados en sus diferentes componentes.

El proyecto fue ejecutado por la IE Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, en las provincias de Cajamarca y Celendín, distritos de Cajamarca, Encañada, Los Baños del Inca y Celendín. El período de ejecución fue del 07 de julio de 2014 al 13 de enero de 2016.

El propósito del proyecto fue “Desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de los jóvenes en situación de pobreza y extrema pobreza de las provincias de Cajamarca y Celendín, para generar emprendimientos sostenibles”.

Los 04 componentes desarrollados por el proyecto fueron:

Componente 1, los jóvenes de las provincias de Cajamarca y Celendín cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial. Con 03 indicadores: i) 323 beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria durante la ejecución del proyecto, ii) Al terminar el proyecto, 306 beneficiarios participan del concurso de planes de negocio y iii) 30 jóvenes reciben capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio.

Componente 2, los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios, con 01 indicador: 85 jóvenes reciben el servicio de acompañamiento, para implementar sus negocios y/o puedan acceder a créditos o financiamiento externo.

Componente 3, los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado, con 01 indicador: 80% de jóvenes beneficiarios que recibieron acompañamiento, participan en ferias y eventos para difundir y posicionar sus productos y/o servicios.

Componente 4, manejo del proyecto, con 01 indicador: 03 informes de seguimiento (6° mes, 12 meses y 18 meses)

La ejecución y desarrollo del proyecto estuvo a cargo de un ET, formado por un coordinador de proyecto, un asistente de proyecto, un supervisor de proyecto, un especialista en focalización, un psicólogo y un vinculador financiero.

Para el levantamiento de la información del EEF se ha aplicado la ESEE, suministrada por FE, a una muestra de 177 beneficiarios, que representan el 52,0% de la población total atendida por el proyecto (340 beneficiarios), que en comparación con el ELB reporta una pérdida de 1,7% (03 beneficiarios, que no pudieron ser ubicados para la aplicación de la encuesta.

En cuanto a los principales hallazgos en la caracterización de los beneficiarios se tiene:

Sólo el 6,8% siguió un curso de corta duración sobre capacitación para el trabajo. Después que terminó el proyecto y respecto de la condición de actividad de los beneficiarios, el 20,9% era dueño de un negocio mientras que, de la diferencia, 267 beneficiarios, el 7,2%, trabajaba en un negocio, taller o empresa familiar y el 37,2% realizaba algún trabajo o cachuelo.

El 53,8% de los beneficiarios tenía educación secundaria, mientras que el 17,2% tenía educación superior no universitaria y o 1,9% educación superior universitaria.

Los beneficiarios con ocupación dependiente trabajan en promedio, 42,5 horas a la semana. Así mismo que, el 53,2% no contaba con algún seguro de salud, mientras que 37,1% tenía SIS y 9,7% ESSALUD, es importante destacar que el 83,9% no tiene ningún sistema de pensiones.

En relación al tipo de contrato, el 40,3% indicó realizar su trabajo sin ningún tipo de contrato, en tan que el 16,1% con contrato indefinido y el 11,3% manifiesta contar con contrato a plazo fijo.

De 75 beneficiarios que contaban con algún negocio, el 35,9% lo tiene en el giro de comercio que, el 30,8% en el giro de industria, en menor proporción el 7,7% declara que el giro de su negocio es servicios sociales, comunales y de recreación y el 5,1% indica que el giro de su negocio es en agricultura, ganadería, caza y silvicultura.

En cuanto a la propiedad de los mismos, 61 beneficiarios en total, 78,1% señala que son los únicos propietarios. En cuanto a las razones para formar sus negocios y teniendo la posibilidad de respuestas múltiples, predomina el argumento de que quieren ser independientes en un 80,0% de beneficiarios, en seguida el referido a obtener mayores ingresos en un 33,3% de beneficiarios, para el 20,0% de beneficiarios porque controlan su tiempo y sólo el 3,3% indica que lo hace por tradición familiar.

Sobre un total de 61 beneficiarios con negocio propio, el 25,0% se declara persona natural con negocio propio y con RUC; un 34,4% como persona natural con negocio propio y con RUS; el 40,6% dice no tener ningún registro.

En relación a la ubicación de sus negocios, la mayoría, el 48,7%, tenía su taller o local comercial dentro de la vivienda que, el 30,8% lo tenía en un establecimiento diferente a la vivienda que, mientras que el 7,7% afirma que lo tiene en la vía pública, sin puesto fijo o el 5,1% declara que lo tenía en un puesto fijo/improvisado en mercado de abastos.

Con respecto a los beneficiarios que tienen negocio, el 10,3% de beneficiarios tenía negocio creado antes del proyecto y el 41,0% afirma que no tenía negocio/taller/empresa. Así mismo, el 7,7% de beneficiarios tenía negocio creado antes del proyecto, el 41,0% afirma que no tenía negocio/taller/empresa. Del mismo modo, El 56,4% de beneficiarios de entre 18 y 24 años y antes del proyecto, no tenía negocio creado; mientras que el 2,6% sí lo tenía creado. De igual manera, el 25,6% de beneficiarios de entre 25 a 29 años y antes del proyecto, tampoco tenía su negocio creado, mientras que el 12,8% sí lo había creado. Finalmente, ninguno, 0,0%, de beneficiarios mayores de 30 años y antes del proyecto, había creado su negocio, mientras que el 2,6% sí lo había hecho.

Teniendo en cuenta que existía la posibilidad de respuestas múltiples, el 64,1% de los beneficiarios con negocio tenía un registro de venta informal que, comparado con el ELB, 100%, muestra un decrecimiento de 35,9. El 59,0% lleva un registro de compras informal que, comparado

con el ELB, 0,0%, denota un incremento de 59,0. El 51,3% cuenta con RUC, lo que significó un incremento de 51,3% con relación a los resultados del ELB. A su vez, un 35,9% tiene licencia de funcionamiento, que es superior al ELB en 35,9. El 17,9% declara que está inscrito en la SUNAT, que es el mismo 17,9% de incremento con relación al ELB. Un 15,4% informa que hace su declaración anual ante la SUNAT, que constituye un 15,4% de incremento con relación al ELB. Con relación a si tienen correo electrónico, un 12,8% afirma que sí lo tiene, siendo un 12,8% más que el ELB. A la pregunta si tienen libros contables, el 7,7% contesta que sí, siendo el 7,7% de incremento con relación al ELB. El 5,1% afirma que tiene minuta de constitución que, comparado al ELB, 0,0%, denota un incremento de 5,1. Finalmente, el 2,6% declara que lleva un registro informal de ventas, lo que es un 2,6% de incremento con relación al ELB.

De la población beneficiaria con negocio, 46,2% afirma que nunca entrega facturas o boletas. El 30,8% lo hace sólo cuando el cliente lo pide y sólo el 23,1% de beneficiarios con negocio siempre emite facturas o boletas. Así mismo, el 59,0% lleva un registro de compras, el otro 41,0% no lo tiene.

En cuanto a la formalidad y frecuencia del registro de compras, se tiene que el 65,2% declara que lleva un simple cuaderno de apuntes o similares y registra sus compras y que lo realiza siempre. El 17,4% que tiene un registro formal y siempre hace sus registros. El 13,0% afirma que tiene un cuaderno de apuntes o similar y que lo realiza de vez en cuando. Un 4,3% dice que lleva un registro en un libro formal y que lo realiza de vez en cuando.

Con relación a la utilidad del registro de compras, un 56,5% dice que lo hace para saber cuánto gasta en el negocio. Otro 39,1%, declara que lo hace para saber la ganancia que obtiene. Un 4,3% declara otras razones.

Sobre sus proveedores, el 79,5% de beneficiarios con negocio prefieren a quienes ofrecen un producto de calidad. Un 10,3% a quienes ofrecen descuentos. Un 7,7% a quienes tienen el producto solicitado y, finalmente, un 2,6% declaran otras razones.

Sobre beneficiarios con negocio, según indicadores de registro de ventas, el 64,1% manifiesta que lleva un registro de ventas, mientras que, la diferencia, el 35,9% declara que no lo hace.

En relación a la formalidad y la frecuencia de llevar un registro de ventas, el 60,0% dice que lleva un registro informal y que siempre registra sus ventas. Un 24,0% afirma que lleva un registro informal y que siempre registra sus ventas. Finalmente, otro 16,0% declara que lleva un registro formal y que siempre registra sus ventas.

Sobre la utilidad de registro de ventas, el 68,0% dice que le sirve para saber la ganancia que le proporciona el negocio y el 32,0%, para saber cuánto dinero ingresa.

Teniendo en cuenta que puede haber respuestas múltiples, los datos de la EEF indican que la principal fuente de financiamiento de los negocios son los recursos propios, 87,2%, denotando una variación positiva de 14,5 en comparación con los datos de la ELB, que es del 72,7%.

De la misma forma, teniendo en cuenta que puede haber respuestas múltiples, el EEF muestra que los principales clientes fueron los consumidores individuales, 56,4%, menor en 25,4 que los datos del ELB, 81,8%. De igual manera, los ambulantes constituyen el 38,5% de clientes, mostrando un incremento del mismo 2,1% con respecto del ELB, 36,4%. Así mismo, el 28,2% de

clientes fueron familiares/amigos/vecinos, menor en 17,2 que el ELB, 45,5%. El 7,7% constituyen empresas de más de 10 trabajadores que, comparado al ELB, 0,0% denota un crecimiento de 7,7. Otro 7,7% son mayoristas, que es menor en 10,5 al ELB, 18,2%. El 5,1% tiene como clientes principales a empresas menos de 10 trabajadores que, comparado con el ELB, 9,1, significa una disminución de 4,0. Otro 5,1% tiene como cliente principal al Estado que, relacionado al ELB, 0,0% es un incremento en 5,1. Otro 5,1% declara como clientes a otros, cifra que, comparada al ELB, 0,0%, es un incremento de 5,1.

Sobre los motivos que los beneficiarios del proyecto tuvieron para ubicar sus negocios en sus actuales lugares, en el EEF tenemos que el 59,0% lo hizo porque vive ahí o está muy cerca de su casa, comparando estos datos con los del ELB, 63,6%, se constata un decrecimiento de 4,7%. En el EEF, un 25,6% declara que lo hizo porque es una zona muy céntrica y comercial, mientras que en el ELB la cifra es 36,4%, mostrándose un decrecimiento de 10,7%. La misma cifra en el EEF, 25,6%, es para quienes decidieron la ubicación de su negocio debido a que los clientes están cerca que, en comparación con el ELB, 54,5%, muestra un decrecimiento de 28,9%. En el EEF, un 17,9% dice que es más económico el pago de servicios (alquileres del local, otros), mientras que en el ELB es 0,0%, denotando un incremento de 17,9. De igual forma, en el ELB, el 10,3% afirma que se debe a que varias empresas del mismo rubro se ubican aquí, mientras que, en el ELB, la cifra es 0,0%, mostrando un incremento de 10,3. Finalmente, en el ELB el 2,6% dice que los proveedores están cerca que, comparado con el ELB, 18,2%, muestra un decrecimiento de 15,6.

El 97,5% de los beneficiarios no pertenece a alguna organización/asociación/gremio lo que, comparado con el ELB, 90,9%, resultaba mayor en 6,6.

En el 98,9% declara que concluyó la capacitación. Entre motivos de la no culminación del proceso, un 50,0% dice que se debe a que los estudios que realiza se lo impidieron, otro 50,0% debido a problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe. Del total de beneficiarios, el 71,8% no está implementando su negocio, el 15,3% ya lo opera y el 13,0% si lo está implementando.

Sobre la pertinencia

El diseño del proyecto tuvo una adecuada lectura del contexto socio económico, político y laboral, donde se destaca que la región Cajamarca, según el Instituto Peruano de Economía, tuvo el 2012 un bajo nivel de competitividad, siendo el índice de competitividad regional de 4,11 (de un puntaje que va de , a 10) ubicándose en el puesto 16 a nivel nacional, complementariamente según la ENAHO 2009, el 50,7% de la población juvenil -desde los 15 a 29 años de edad- vivía en condiciones de pobreza, cifra muy elevada respecto al promedio nacional, que es de 30,1%¹.

Sobre la eficiencia

La estrategia de selección de los beneficiarios fue adecuada, habiéndose cumplido con los pasos estipulados en la planificación, como son: coordinación y compromisos con las instituciones

¹ Informaciones referidas en el documento de Proyecto 01CAJ aprobado.

aliadas locales, difusión de las bondades de la iniciativa, registro de los interesados y, finalmente, identificación y selección de los jóvenes que participaron en todo el proceso.

Respecto del manejo financiero, estuvo bajo responsabilidad de la sede central del MTPE y su ente designado para los proyectos financiados por FE, si bien se ejecutó más del 90% del presupuesto asignado, es conveniente indicar que hubieron demoras en la ejecución presupuestal en sede (Cajamarca y Celendín). Sin embargo, la IE ha cumplido con informar oportunamente, los avances en la ejecución presupuestal.

Los beneficiarios que culminaron el proceso de capacitación están satisfechos con el proceso seguido, pues consideran que el contenido del curso de capacitación, no así las horas de duración, fueron suficientes para implementar y/o fortalecer su negocio. De la misma forma, los beneficiarios de los negocios que fueron favorecidos con la capital semilla, muestran mayores niveles de satisfacción.

Sobre la efectividad

En general, se lograron las metas comprometidas en la formulación del proyecto.

En el Componente 1:

- i) 325 beneficiarios, el 100,6%, de 323 programados, culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria.
- ii) 322 beneficiarios con planes de negocio, el 105,23%, de 306 programados, participan en el concurso de planes de negocio, al primer año de ejecución del proyecto.
- iii) 33 beneficiarios, el 110,0%, de 30 programados, reciben capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio. Como resultado no esperado 13 jóvenes lograron implementar sus negocios con capital propio (4 en Cajamarca, 3 en Los Baños del Inca, 2 en Encañada y 4 en Celendín), lo que hace un 153,33% del indicador planificado.

Componente 2:

84 beneficiarios, el 98,8%, de 85 programados, reciben el servicio de acompañamiento, para implementar sus negocios y/o puedan acceder a créditos o financiamiento externo; al año y medio de ejecución del proyecto.

Componente 3:

40,0% de beneficiarios, del 80,0% programado, que recibieron acompañamiento, participaron en ferias y eventos organizados por el proyecto para difundir y posicionar sus productos y/o servicios.

Componente 4:

Se cumplieron con los 03 informes de seguimiento (1º al 6º mes, 2º al año y 3º al año y medio).

En cuanto al nivel de coordinación inter institucional y alianzas, la IE ha coordinado muy poco sus acciones con la DRTPE, siendo mayormente para la presencia de dicha instancia en eventos protocolares o de visibilización del proyecto

Sobre la sostenibilidad

Existen muchas trabas burocráticas y presupuestales que distancian las buenas intenciones de las políticas públicas nacionales sobre generación de empleos y emprendimientos, que expresan los documentos frente a lo que se da en la realidad de las provincias atendidas por el proyecto.

En el plano regional, la DRTPE y su Centro de Empleo, tienen políticas regionales de capacitación y promoción del empleo, pero, por sí solas, no garantizan que en la región haya una oferta sostenida de empleo.

2. EL PROYECTO

2.1 Información general del proyecto

Nombre del proyecto	Promoción del Emprendimiento Juvenil en las provincias de Cajamarca y Celendín.
Línea del proyecto	Promoción y fortalecimiento de emprendimientos
Institución ejecutora	Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
Duración	Del 7 de julio del 2014 al 13 de enero del 2016
Presupuesto	S/ 1,096,644.25
Presupuesto Fondo Empleo	S/ 869,881.45
Presupuesto Vamos Perú	S/ 226,762.80
Instituciones colaboradoras o asociadas	Universidad Nacional de Cajamarca, Municipalidad Provincial de Cajamarca, Municipalidad Provincial de Celendín, Gobernación Distrital de Encañada y Municipalidad Distrital de Encañada.
Propósito	Desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de los jóvenes en situación de pobreza y extrema pobreza de las provincias de Cajamarca y Celendín, para generar emprendimientos sostenibles.
Población beneficiaria	340 jóvenes en situación de pobreza de 18 a 29 años de edad que se encuentran en condición de desempleo o subempleo.
Ámbito de ejecución	Región: Cajamarca. Provincias: Cajamarca y Celendín Distritos: Cajamarca, Encañada, Los Baños del Inca y Celendín.

Fuente: MTPE - Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra - Proyecto 01CAJ2013

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

2.2 Periodo de vida del proyecto

Aunque el convenio de financiación del proyecto es firmado el 08 de abril del 2014, con la aprobación de FE y ALAC, la fecha de inicio del proyecto se estableció para el 07 de julio 2014 y la de finalización el 13 de enero del 2016. Sin embargo el inicio “real” de implementación del proyecto se dio con la contratación del ET en la primera quincena de setiembre del 2014².

2.3.1 Promoción y difusión del proyecto

Para el proceso de focalización de los posibles beneficiarios se realizaron 13 reuniones de preparación (3 más de las planificadas) y 12 charlas de sensibilización (4 más de las planificadas) en Cajamarca, Encañada, Los Baños del Inca y Celendín. Así también se concretaron 521 entrevistas a jóvenes y se seleccionaron 340 jóvenes con vocación emprendedora.

En el conjunto de actividades realizadas participaron todas las instituciones aliadas: Universidad Nacional de Cajamarca, Municipalidad Provincial de Cajamarca, Municipalidad Provincial de Celendín, Gobernación Distrital de Encañada y Municipalidad Distrital de Encañada.

En las acciones de focalización, sensibilización y convocatoria, la IE ha tomado en cuenta el perfil establecido por FE y ALAC, además de lo propuesto por la propia IE.

Los distritos de Cajamarca y Los Baños el Inca, por ser colindantes, facilitaron las actividades de focalización, habiéndose coordinado con instituciones educativas no escolarizadas, Clubes de Madres, CETPRO, Asociaciones de productores, de vivienda y de moto taxistas y Comités del Vaso de Leche. A la par, se trabajó con grupos de jóvenes de los diversos barrios y centros poblados de ambos distritos, a quienes se informó sobre los objetivos del proyecto, los alcances y beneficios para los participantes, los requisitos que debían cumplir para ser seleccionados e inscritos y sobre las formas que los jóvenes tienen de certificar que viven en condición de pobreza y vulnerabilidad. Así en Cajamarca y Los Baños del Inca, se registraron a 355 jóvenes de ambos sexos, habiendo sido entrevistados cada uno de ellos. Posteriormente, después del proceso de filtración, se acreditaron a 253 y, finalmente, un total de 200 fueron los que empezaron la capacitación.

En el distrito de Encañada se procedió de la misma manera, habiéndose acreditado a 62 jóvenes, de los que se seleccionaron 60.

En la provincia de Celendín se realizaron charlas con jóvenes provenientes de barrios periurbanos con mayor concentración de pobreza, como El Rosario, San Isidro, San Cayetano, Sevilla y otros 5; así como con jóvenes provenientes de caseríos de Celendín, como Ramoscucho, Suro, Pilco, Huañambra y Chuclalás. Al final, se acreditación 104

² Como lo manifestará en la entrevista quien fuera el Coordinador del Proyecto.

jóvenes, de los que quedaron 91 registrados y, finalmente, 80 seleccionados con los que iniciaron la capacitación.

De manera global, del total de 521 jóvenes contactados, fueron seleccionados 340 como beneficiarios del proyecto y empezaron la capacitación.

En el Anexo 1 se presentan los instrumentos de focalización utilizados en el proceso.

2.3.2 Medios utilizados

Los medios de difusión utilizados fueron: volantes, afiches y una nota de prensa que fue difundida en la emisora San Francisco, Layzón y Campesina, a través de los cuales se dio a conocer los objetivos, alcances y beneficios del proyecto así como los requisitos que debían cumplir quienes quisieran participar.

2.3.3 Dificultades en el proceso de focalización y selección de los beneficiarios

En este proceso, se presentaron una serie de dificultades, entre las que destacan: i) atraso en el inicio de las actividades del proyecto, debido a los trámites burocráticos y hasta embarazos que se debían cumplir con la sede del proyecto, Lima. Esto influyó en no pocos jóvenes ya focalizados, registrados y entrevistados que se retiraron, ii) desactualización de los SISFHO, que no permitió acreditar oportunamente al conjunto de jóvenes ya registrados y entrevistados, iii) atraso y demora en la disponibilidad de fondos por parte del ET desarrollar con normalidad las actividades.

2.3.4 Selección de beneficiarios

La selección de los beneficiarios se hizo tomando en cuenta los criterios de FE: a) jóvenes de ambos sexos de 18 a 29 años de edad, b) preferentemente en situación de pobreza y de vulnerabilidad, c) preferentemente desempleados y subempleados. Todas las personas inscritas fueron visitadas en sus domicilios a manera de verificar su condición socio-económica de vulnerabilidad y otros rasgos del perfil establecido.

El proceso, involucró la realización de una entrevista a cada uno de los jóvenes acreditados. Para cada uno de las personas se armó una carpeta que contenía los siguientes documentos:

- a) La FOC - 01: Ficha de Focalización.
- b) La FOC – 02: Ficha Informativa, para la identificación del joven y la ubicación precisa de sus domicilios.
- c) Test de Habilidades y Actitudes Emprendedoras, THAE: La aplicación de este test fue el filtro para la selección final de candidatos.
- d) Adicionalmente, su DNI y un recibo de agua o luz de sus domicilios.

Al final del proceso, se seleccionaron a 140 jóvenes de Cajamarca, 60 de Los Baños del Inca, 60 de Encañada y 80 de Celendín, haciendo un total de 340 jóvenes de ambos sexos.

La relación de dichos jóvenes beneficiarios se presenta en el Anexo 2.

2.4 Fase de capacitación en planes de negocio y planes de mejora

Esta fase comenzó con bastante retraso, pues además de la demora en el inicio del proyecto, se sumó la no conformidad de parte de ALAC a la composición del equipo de la UNC, encargada de la capacitación de los beneficiarios y que había sido contratado por la IE. El impasse fue resuelto con la participación de representantes de ALAC en una nueva selección de los profesionales se hicieron cargo de la capacitación.

2.4.1 Desarrollo de habilidades cognitivas y socioemocionales para el emprendimiento

En esta primera etapa de la capacitación, se desarrollaron los módulos de Habilidades Básicas y CEP. El primer módulo tuvo como objetivo el fortalecimiento de las competencias de los jóvenes para el autoempleo, tuvo una duración de 15 horas y se realizó en 3 sesiones. El objetivo del segundo módulo fue reforzar los conocimientos con motivaciones y desarrollo de temas vocacionales, ambos, orientados al emprendimiento, buscan que los participantes refuercen su compromiso para el inicio de su negocio. Tuvo una duración de 15 horas, desarrolladas en 3 sesiones.

En esta etapa participaron 211 mujeres, el 62% del universo, y 129 varones, el 38% del total.

2.4.2. Capacitación en módulos transversales para el emprendimiento

El módulo desarrolló actividades formativas de carácter transversal que posibilitaron una formación integral de los jóvenes con vocación emprendedora. Tuvo una duración de 20 horas que se desarrollaron en 4 sesiones.

Iniciaron la capacitación 340 jóvenes, de los cuales concluyeron 326, habiendo una deserción de 14 alumnos (9 del distrito de Cajamarca y 5 del distrito de Los Baños del Inca) Las razones que explican estas deserciones es la falta de motivación de los alumnos por parte de los facilitadores de la ECAP. La meta alcanzó un 96% de cumplimiento.

2.4.3 Desarrollo de habilidades básicas para el emprendimiento

La capacitación ha consistido en:

- Módulo de capacitación en Generación de Ideas de Negocio, GIN.
- Módulo de capacitación en el módulo ISUN: Inicie su Negocio.
- Módulo de capacitación en uso de TIC.

Su implementación permitió: i) Mejorar las habilidades emprendedoras de los jóvenes, así como a generar y estructurar sus ideas de negocio con el fin de seleccionar la más apropiada. ii) Desarrollar y fortalecer en los jóvenes emprendedores, las aptitudes necesarias para iniciar su propio negocio, a través de la validación de su idea de negocio en el mercado, siendo el producto final del módulo, la elaboración del Plan de Negocio. iii) Facilitar a los jóvenes beneficiarios el acceso a información de mercado, conocer canales de promoción y venta a sus mercados locales y de productos y servicios similares a su especialidad productiva.

Esta fase de capacitación tuvo una duración de 146 horas pedagógicas, implementadas en 35 días de capacitación.

Iniciaron esta fase 326 jóvenes y la terminaron 322, habiendo una deserción de 18 beneficiarios (10 del distrito de Cajamarca, 5 del distrito de Los Baños del Inca y 3 del distrito de Celendín) de manera que se logró al 94,7% de lo planificado.

En esta etapa, se logró que los participantes elaboren sus respectivos planes de negocios.

2.5 Elaboración de Plan de Negocios.

La asistencia técnica proporcionada por el equipo de capacitadores fue con el objetivo de mejorar los planes de negocio de los jóvenes de manera que tengan mejores posibilidades de competir en el concurso que les posibilitaría acceder al capital semilla, consistente en un kit de emprendimiento -equipos, herramientas, insumos necesarios para iniciar su negocio- valorizado en S/ 2 500,00. El acompañamiento se concretizó en 01 sesión grupal y 02 sesiones personalizadas.

Al final, se brindó asesoría técnica a 322 beneficiarios, uno menos del total programado, que fue de 323, habiéndose cumplido el indicador en un 99,7%. El beneficiario que no fue atendido con la asesoría técnica, no fue ubicado.

2.6 Concurso de Planes de Negocio.

Los beneficiarios en condiciones de presentarse al Concurso de Planes de Negocio para optar el capital semilla, sumaron 322, pero sólo se inscribieron 321 planes: 130 del distrito de Cajamarca, 55 del distrito de Los Baños del Inca, 59 del distrito de Encañada y 77 del distrito de Celendín.

Después de una primera evaluación, 140 planes de negocio superaron los 50 puntos (de acuerdo a las bases establecidas para el concurso). Una vez culminado todo el proceso, fueron declarados ganadores 30 planes de negocio, a los que se sumaron otros 3, capital semilla que fueron aportados por instituciones aliadas³. Es meritorio señalar que 55 beneficiarios se comprometieron a implementar sus respectivos planes de negocio, aportando el financiamiento necesario con sus propios recursos.

El paso siguiente fue la entrega del capital semilla para lo que se coordinó con la Gerencia de Emprendimiento del MTPE y tener la autorización para que la UNC inicie la compra de los kit emprendedor y entregarlos a los ganadores.

³ El Alcalde de la Municipalidad Provincial de Celendín donó un kit emprendedor que fue repartido entre dos jóvenes: Nilda Silva Cojal y Rimber Paredes Salazar. Así mismo, el Alcalde de la Municipalidad Provincial de Cajamarca donó otro kit emprendedor, que fue entregado a Virginia Julisa Mego Caruajulca. Ambos kits costaron S/ 2 500,00 cada uno.

La entrega del capital semilla se inició en el mes julio de 2015, con la entrega de los kits a los ganadores de Cajamarca y se continuó en agosto del mismo año, con la entrega de los kits a los ganadores de Los Baños del Inca, Encañada y Celendín. Todas las entregas se hicieron en ceremonias públicas a las que asistieron autoridades del programa Jóvenes Productivos, representantes de ALAC y autoridades de cada uno de los distritos de intervención del proyecto.

Una vez que los ganadores recibieron sus kits, el ET siguió acompañándolos con asistencia técnica para la implementación de sus respectivos planes de negocio y proporcionándoles orientación financiera. El objetivo fue de orientar el gasto y optimizar los recursos para implementar el plan de negocio. También se asesoró para la obtención del RUC ante la SUNAT y la licencia de funcionamiento en la municipalidad de origen.

Esta asesoría, de acuerdo a la meta del proyecto, estaba dirigida a 85 jóvenes, 30 con capital semilla y 55 con planes de negocio formulados debiendo recibir, cada joven, 5 asistencias técnicas haciendo un total de 425, pero sólo se pudo brindar las asistencias antes indicadas a 84 jóvenes llegando a un total de 420, que representa el 98,8%

2.6.1 Acompañamiento

Esta etapa ha permitido que los jóvenes beneficiarios con negocios establecidos puedan consolidar los aprendizajes durante todo el proceso. El acompañamiento se dio desde 13 de agosto de 2015 y finalizó 3 meses después, el 13 de noviembre de 2015. En esta etapa se realizaron 03 visitas durante el primer mes, y 02 visitas quincenales por los dos meses siguientes de iniciado el negocio, con el objetivo de guiar al beneficiario en la implementación y puesta en marcha de su iniciativa emprendedora de manera sostenible.

Se trabajó los siguientes temas:

- Asesoría en el Marketing y estrategia publicitaria.
- Planificación comercial.
- Asesoramiento para el análisis de la localización del negocio.
- Información sobre ferias
- Preparación de producto
- Materiales de promoción

Estuvo dirigido a 84 beneficiarios, 33 que implementaron su negocio (30 con capital semilla y 3 con donaciones de los alcaldes de Celendín y Cajamarca) y 55 jóvenes con planes de negocios formulados. Cada joven recibió siete acompañamientos haciendo un total de 588 que representa el 98,8% de la meta establecida.

2.7 Fase de articulación al mercado de los negocios de los jóvenes emprendedores

La I FERIA EXPO VENTA DE JÓVENES EMPRENDEDORES “Promoviendo Iniciativas Exitosas”, se realizó como una estrategia de promoción para la generación de oportunidades comerciales que se concretaron a través del contacto directo del joven empresario con el cliente y la competencia, vinculando así a la oferta con la demanda.

Los objetivos que se tuvieron para desarrollar la feria fueron:

- Generar una plataforma comercial entre los productos y servicios generados a través del proyecto “Jóvenes Emprendedores”
- Difundir los resultados alcanzados del proyecto “Jóvenes Emprendedores”
- Lograr la venta de los productos y/o servicios de los nuevos negocios implementados.
- Lograr un gran número de contactos en un tiempo breve.
- Sensibilizar a los empresarios de la Región Cajamarca, frente a las ventajas de invertir en la formación de los jóvenes cajamarquinos.
- Vincular al sector empresarial y a las instituciones públicas con el sostenimiento de los nuevos negocios implementados con el proyecto.
- Promover una rueda de negocios.

Buscando que la participación de los beneficiarios en esta feria sea más efectiva, se tuvo la preparación previa de los 33 jóvenes participantes, a quienes se proporcionó 6 asesorías grupales.

De acuerdo al coordinador del proyecto, uno de los resultados más importantes de la feria, fue el concretar ventas por encima de los S/ 5 000.00 en los productos y servicios ofertados por los beneficiarios; de igual modo introducir dichos productos y servicios en el mercado local y regional, así también lograr relaciones comerciales con clientes potenciales.

2.8 Dificultades en el proceso de capacitación y asistencia técnica

Se han identificado las siguientes:

- a) Desinterés de los jóvenes para asistir y participar en el programa debido a la desinformación inicial sobre el programa.
- b) El deficiente nivel educativo de muchos de los jóvenes participantes en el proyecto, lo que determinó que no se logaran las capacidades planificadas al 100%.
- c) La estructura de los manuales entregados a los participantes no está de acorde a la realidad de las zonas de intervención.
- d) Poco interés mostrado por los participantes al inicio del desarrollo de los módulos.
- e) Deficiente nivel educativo de los participantes para realizar cálculos matemáticos necesarios para sacar costos y elaborar presupuestos.
- f) Desinterés de los jóvenes que no reciben capital semilla para implementar sus planes de negocio.
- g) Tiempo reducido para la asistencia técnica en la mejora del plan de negocio.
- h) Poco interés mostrado por los participantes sin capital semilla al inicio del desarrollo de la asistencia técnica.
- i) Poco interés mostrado por los participantes sin capital semilla al inicio del desarrollo del acompañamiento.
- j) La demora en el inicio de actividades del proyecto, que generó que las actividades finales, como el concurso sean muy apresurados, no habiendo mucho tiempo para realizar alguna mejora en la ejecución.

2.9 Costo del proyecto

La IE ha ejecutado el 91,75% del total del presupuesto programado. De la cual, FE, ha aportado el 92,61% del presupuesto comprometido y la IE, ha concretado el 88,55% de la contraparte comprometida.

TABLA 1. REGIÓN CAJAMARCA: NIVEL DE EJECUCIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO Y PARTICIPACIÓN SEGÚN FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Aportantes	Presupuesto Aprobado S/.	Presupuesto Programado S/.	Presupuesto Ejecutado S/.	% de Presupuesto Ejecutado / Presupuesto Programado
FONDOEMPLEO/ALAC	869 881,45	797 481,97	738 520,11	92,61
Institución Ejecutora	226 762,80	214 244,00	189 718,57	88,55
Total	1 096 664,25	1 011 725,97	928 238,68	91,75

Fuente: Informe Final Proyecto 01CAJ2013

Elaboración. El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo

3. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo General

Identificar el nivel de logro de los objetivos del proyecto, mediante el análisis de los indicadores de propósito y componentes.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar el nivel de logro de los objetivos del proyecto, mediante el análisis de los resultados esperados versus los obtenidos.
- Señalar la pertinencia e innovación de la estrategia del proyecto para el logro de sus metas y objetivos.
- Analizar y establecer la eficiencia y efectividad del proyecto.
- Determinar el efecto del proyecto en los diferentes actores (beneficiarios, ejecutores del proyecto, entre otros).
- Analizar la sostenibilidad de la intervención realizada.
- Explicar las lecciones aprendidas, así como los factores facilitadores y limitantes que enfrentó el proyecto en su ejecución.

3.2 Metodología del estudio

3.2.1 Encuesta a beneficiarios

3.2.1.1 Diseño muestral aplicado

Del total de 340 beneficiarios del proyecto, se determinó una muestra de 180 beneficiarios, mismos que fueron encuestados para la ELB. Sin embargo para el presente EEF tres (03) de personas no han sido ubicados pese a los esfuerzos realizados por los encuestadores, de manera que el número de ESEE realizadas es 177, que constituye un 98,33% de tasa de respuesta.

Los beneficiarios no ubicados se detallan en el Anexo 2.

TABLA 2. REGIÓN CAJAMARCA: MUESTRA Y ENCUESTAS REALIZADAS EN EEF

Proyecto	Muestra determinada	Encuestas realizadas en ELB	Encuestas realizadas en EEF	Tasa de respuesta
01CAJ2013	180	180	177	98,33%

Fuente: EL TALLER - ELB Proyecto 01CAJ2013

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

3.2.1.2 Sobre el trabajo de campo

Actividades preparatorias: capacitación a encuestadores

Se ha trabajado con 05 encuestadores que destacaron por su eficiencia, eficacia y calidad en el trabajo desarrollado para el ELB.

La metodología de capacitación a los encuestadores para el uso y aplicación de la ESEL a utilizarse en el EEF, comprendió un taller activo y participativo. En el taller se trabajó, como complemento, el Manual del Encuestador y el Diccionario de Variables, previamente distribuidos entre los participantes como materiales de capacitación. Así mismo, se aplicó la ESEE entre los mismos participantes a fin de que se familiaricen y la dominen, midiendo los tiempos de aplicación, observando la coherencia existente dentro del instrumento y atendiendo los saltos en la misma.

El evento terminó con un mapeo y distribución de carga para cada encuestador a cargo del supervisor de campo, quien, fue el responsable de revisar la consistencia interna de cada encuesta y verificar, aleatoriamente, la consistencia de la información obtenida en el trabajo de campo.

Trabajo de campo.

El personal responsable del trabajo de campo estuvo formado por un profesional temático, un supervisor de campo y los encuestadores. No está demás señalar las dificultades e inconvenientes para ubicar a los beneficiarios, como cambio de domicilio, cambio del número de celular, entre otras.

3.2.2 Entrevistas a profundidad

Para la realización del EEF se han aplicado los siguientes instrumentos:

TABLA 3. REGIÓN CAJAMARCA: INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS APLICADOS EN EL EEF

Instrumentos	Objetivo	Temas abordados
Encuesta Socio Económica y de Emprendimiento – Línea 3 – Evaluación Final – 13° Concurso.	Determinar la situación social, laboral y económica del beneficiario antes y después de la intervención del proyecto.	Datos generales del beneficiario, capacitación para el trabajo, condición de actividad, ocupación dependiente, sobre el negocio, acerca de la participación del beneficiario en el proyecto financiado por FONDOEMPLEO y sobre la aplicación de la ficha.
Anexo 4 A/ Metodología para evaluar a la IE.	Determinar la pertinencia la eficiencia, la efectividad y la sostenibilidad del proyecto.	Relevancia, eficiencia, efectividad y sostenibilidad del proyecto.

TABLA 3. REGIÓN CAJAMARCA: INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS APLICADOS EN EL EEF

Instrumentos	Objetivo	Temas abordados
Anexo 4-B Entrevista al MTPE de la región donde interviene el proyecto.	Conocer la problemática del empleo en la región, la promoción del emprendimiento juvenil en la zona de intervención, el tipo de articulación realizada por el proyecto con el MTPE y la opinión del sector sobre la intervención realizada.	Problemática laboral de los jóvenes en la región; componentes indispensables de un proyecto que promueve el emprendimiento juvenil; riesgos que afronta este tipo de proyectos; promoción del emprendimiento juvenil en la región; conocimiento del proyecto; instituciones y actores y cómo deberían involucrarse en proyectos similares.
Entrevistas a beneficiarios con negocios en funcionamiento y beneficiarios que han dejado de operar sus negocios	Conocer la opinión, percepción y experiencia de los jóvenes beneficiarios acerca del proyecto y sobre cómo éste ha contribuido en su capacitación, formación y asistencia técnica para el desarrollo e implementación de sus planes de negocio.	Datos generales sobre los participantes y organización de la reunión; acerca de la capacitación en ideas de negocios y planes de negocio; acerca de la asistencia técnica; cuestiones generales referidas a beneficios otorgados por el proyecto, su opinión sobre las instituciones que apoyaron el proceso, qué es lo que más y lo que menos les ha gustado; enseñanzas que les ha dejado el proyecto y sus recomendaciones.

Fuente: FONDOEMPLEO - Términos de Referencia Elaboración de Estudios de Línea de Base y Evaluación Final de Proyectos de Promoción y Fortalecimiento de Emprendimientos Juveniles del 13° Concurso de FONDOEMPLEO, Lima 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

En el Anexo 4 se presentan los Instrumentos cuantitativos y cualitativos aplicados en el EEF.

3.2.3 Revisión documentaria

Se ha procedido con la revisión, análisis y contrastación de la siguiente información (documentaria) proporcionada por FE y IE:

- Documento de formulación del proyecto 01CAJ2013 “Promoción del Emprendimiento Juvenil en las Provincias de Cajamarca y Celendín” elaborado por la IE.
- ELB del proyecto 01CAJ2013, elaborado por El Taller, Asociación de Promoción y Desarrollo.
- Plan Operativo Primer Año del proyecto, elaborado por el ET de la IE y aprobado por FE y ALAC.
- Informes técnicos y financieros de avance mensual, elaborados por el ET de la IE.
- Informes de Supervisión Externa del Primer, Segundo y Tercer Entregables.
- Informe final de cierre del proyecto 01CAJ2013, elaborado por el ET de la IE.
- Informe de cierre proyecto 01CAJ2013 ALAC, elaborado por el ET de la IE.

-
- Actas de reconocimiento de los ganadores del concurso Capital Semilla.
 - Licencias de funcionamiento otorgadas por las municipalidades de la zona de intervención.
 - Planes de negocio ganadores.

3.3 Periodo de referencia del estudio

El período de referencia de la información cuantitativa y cualitativa recogida a través de la ESEE y otros instrumentos para el presente EEF es del 30 de enero al 23 abril de 2016.

4. RESULTADOS

4.1 Caracterización de la población beneficiaria

4.1.1 Población beneficiaria según estudios de corta duración sobre capacitación para el trabajo

Desde que empezó el proyecto y del total de participantes, solo el 6,8% siguió un curso de corta duración sobre capacitación para el trabajo. La diferencia, el 93,2% no lo hizo.

CUADRO 4.1 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA SEGÚN INDICADORES DE ESTUDIOS DE CORTA DURACIÓN SOBRE CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	Resultado
Beneficiarios con estudios de corta duración	
Sí	6.8
No	93.2
Total	100.0
Beneficiarios	340

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.2 Población beneficiaria según indicadores de condición de actividad

Con relación a la condición de actividad de los beneficiarios después de culminado el proyecto, los resultados de la encuesta muestran que el 20,9% era dueño de un negocio, taller o empresa y que del 79,1% no lo era.

Así mismo, que, del universo que no era dueño de un negocio, taller o empresa, 267 en total, el 7,2% tenía trabajo en un negocio, taller o empresa familiar, mientras que, de un total de 248, un 37,2% realizaba algún trabajo o cachuelo.

De entre los que no realizaban algún trabajo o cachuelo, 156 en total, solo el 6,2% tenía algún trabajo al que seguramente iba a volver, la diferencia, el 93,8% no tenía algún trabajo al que seguramente iba a volver, encontrándose en condición de económicamente inactivos.

De los beneficiarios que se encontraban en condición de económicamente inactivos, 146 en total, el 80,3% indicó que el impedimento para trabajar eran los estudios que realizaban, otro 14,5% dice que las labores que realiza en el hogar se lo impiden, mientras que el 2,6% atribuye esa condición a problemas de salud, otro 1,3% arguye que no hay trabajo y el mismo porcentaje, 1,3% a que le falta de documentos.

De un total de 92 que no tenían un trabajo al que seguramente iban a regresar, el 22,9% trabaja como dependiente. De este nuevo universo, 19 en total, el 90,0% manifiestan que esa es su ocupación principal.

CUADRO 4.2 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES DE CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, A B DE ABRIL 2016.

(Porcentaje)

Indicador	Resultado
Dueño o socio de un negocio/taller/empresa	
Si	20.9
No	79.1
Total	100.0
Beneficiarios	340
Trabaja en un negocio/taller/empresa familiar	
Si	7.2
No	92.8
Total	100.0
Beneficiarios	267
Realiza algún trabajo o cachuelo	
Si	37.2
No	62.8
Total	100.0
Beneficiarios	248
Tenía algún trabajo al que seguramente iba a volver	
Si	6.2
No	93.8
Total	100.0
Beneficiarios	156
Motivos de inactividad	
No hay trabajo	1.3
Se cansó de buscar	0.0
Por su edad	0.0
Falta de experiencia	0.0
Sus estudios no lo permiten	80.3
Falta de documentos	1.3
Las tareas del hogar se lo impidieron	14.5
Problema de salud	2.6
Otro	0.0
Total	100.0
Beneficiarios	146
Trabajo como dependiente	
Si	22.9
No	77.1
Total	100.0
Beneficiarios	92
Ocupación principal	
El trabajo en el negocio	10.0
El trabajo dependiente	90.0
Total	100.0
Beneficiarios	19

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.3 Población beneficiaria según condición de actividad actual

Una vez culminado el proyecto, el 55,4% de los beneficiarios realizaba algún trabajo, lo que significó una disminución de 18,6 respecto de los resultados del ELB; y, en contraste, el 44,6% no trabajaba, lo que equivale a un incremento de 18,6 respecto de los resultados obtenidos en el ELB.

CUADRO 4.3 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN CONDICIÓN DE ACTIVIDAD ACTUAL, A FEBRERO DE 2016.
(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Realiza algún trabajo			
Trabaja	74.0	55.4	-18.6
No trabaja	26.0	44.6	18.6
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	340	340	

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2015, junio 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.4 Población beneficiaria con ocupación dependiente, según promedio de horas trabajadas por semana en su ocupación principal

Los beneficiarios con ocupación dependiente trabajaban un promedio de 42,5 horas a la semana, aunque debe tenerse en cuenta la gran dispersión que se tiene en cuanto al número de horas de trabajo de los beneficiarios. De este modo haciendo un mayor análisis se tiene que un 21,0% de beneficiarios trabaja por encima de las 48 horas estipuladas por ley.

CUADRO 4.4 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON OCUPACIÓN DEPENDIENTE, SEGÚN PROMEDIO DE HORAS TRABAJADAS POR SEMANA EN SU OCUPACIÓN PRINCIPAL, A ABRIL DE 2016.

Indicadores	Resultado		
	Media	Mediana	Varianza
Horas trabajadas por semana	42.5	45.5	189.2
Beneficiarios	119		

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.5 Población beneficiaria con ocupación dependiente según indicadores de régimen laboral, pensiones y salud

De la población beneficiaria con ocupación dependiente, 119 en total, el 53,2% no contaba con algún seguro de salud; el 37,1% mediante el SIS; el 9,7% mediante ESSALUD. A la par,

de este total, sólo el 17,2% fue proporcionado por sus empleadores. Así mismo, de esta población beneficiaria, el 83,9% no tiene ningún sistema de pensiones, sólo el 11,3% accedió a una AFP, mientras que otro 4,8% a través de la ONP.

En cuanto al tipo de contrato, el 40,3% indicó realizar su trabajo bajo ningún tipo de contrato; el 16,1% tiene contrato indefinido, permanente; el 14,5% no sabe qué tipo de trabajo tiene; el 11,3% dice que tiene contrato a plazo fijo; el 8,1% que estuvo en período de prueba; el 4,8% con locación de servicios; el 3,2% con contrato de aprendizaje y el 1,6% dijo que estaba realizando sus prácticas pre-profesionales.

Con relación al número de personas que trabajan, el 62,9% dijo que trabajaba en empresas que contaban con menos de 10 trabajadores, el 12,9% manifestó que trabajaba en una empresa en la que el único trabajador era el beneficiario, el 6,5% lo hacía en empresas que tenían entre 11 y 20 personas, otro 6,5% en empresas de más de 500 trabajadores, el 4,8% en empresas de entre 21 y 50 trabajadores, el 3,2% en empresas en las que trabajaban de entre 51 a 100 personas, el mismo porcentaje, otro 3,2% lo hacían en empresas de 101 a 500 trabajadores.

CUADRO 4.5 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON OCUPACIÓN DEPENDIENTE, SEGÚN INDICADORES DE RÉGIMEN LABORAL, PENSIONES Y SALUD, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	Resultado
¿Tiene seguro de salud?	
Si, ESSALUD	9.7
Sí, SIS	37.1
Sí, Seguro privado	0.0
No	53.2
Total	100.0
Beneficiarios	119
¿Este seguro de salud ha sido entregado por tu empleador?	
Sí	17.2
No	82.8
Total	100.0
Beneficiarios	56
Acceso a sistema de pensiones	
AFP	11.3
ONP	4.8
Otro	0.0
Ninguno	83.9
Total	100.0
Beneficiarios	119
Tipo de contrato	
Contrato indefinido, permanente	16.1
Contrato a plazo fijo	11.3
Estuvo en período de prueba	8.1
Convenio de Formación Laboral Juvenil	0.0
Prácticas pre profesionales	1.6

CUADRO 4.5 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON OCUPACIÓN DEPENDIENTE, SEGÚN INDICADORES DE RÉGIMEN LABORAL, PENSIONES Y SALUD, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	Resultado
Contrato de aprendizaje	3.2
Locación de servicios, SNP	4.8
Otro	0.0
No sabe	14.5
Sin contrato	40.3
Total	100.0
Beneficiarios	119
Cuántas personas trabajan	
Solo yo	12.9
Menos de 10 personas	62.9
De 11 a 20 personas	6.5
De 21 a 50 personas	4.8
De 51 a 100 personas	3.2
De 101 a 500 personas	3.2
Más de 500 personas	6.5
Total	100.0
Beneficiarios	119

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.6 Población beneficiaria con negocio, según giro e indicadores de gestión del negocio

Según el cuadro 4.6, los beneficiarios que contaban con algún negocio, que, en total, suman 75, el 35,9%, declara que el giro era el comercio que, comparado con el ELB, 54,5%, denota un decrecimiento de 18,6; así mismo, el 30,8% declara que el giro era la industria que, comparada con el ELB, 36,4%, indica un decrecimiento de 5,6; a su vez, el 7,7% declara que el giro del negocio era servicios sociales, comunales y de recreación que, comparado con el ELB, 9,%, muestra un decrecimiento de 1,4. Finalmente, el 5,1% declara que el giro del negocio era la agricultura, ganadería, caza y silvicultura que, comparada con el ELB, 0,0%, denota un crecimiento de 5,1.

En cuanto a la propiedad de los mismos, 61 en total, el 78,1% señala que eran los únicos propietarios, mientras que el 21,9% dice que tenía socios familiares como copropietarios.

Entre las diversas razones para formar sus negocios y teniendo la posibilidad de respuestas múltiples, sobre un universo de 58, predomina el argumento de que quieren ser independientes, con un 80,0% de referencias; le sigue el argumento porque obtiene mayores ingresos, con un 33,3% de referencias, inmediatamente después, con el 20,0% de referencias, porque controlan su tiempo. El 3,3% dice que lo hace por tradición familiar.

Sobre el registro de los negocios en Registros Públicos y/o la SUNAT, sobre un total de 61, el 25,0% se declara persona natural con negocio propio y con RUC; un 34,4% como persona natural con negocio propio y con RUS; el 40,6% dice no tener ningún registro.

Entre las razones de los beneficiarios con negocio para formar sus empresas en los giros elegidos, 71 en total y teniendo en cuenta la posibilidad de realizar respuestas múltiples, destaca el argumento de que es un giro rentable, 45,9% de referencias que, comparado con el ELB, 45,5%, denota un incremento de 0,5; le sigue el criterio de que es un giro fácil de manejar, con un 29,7% de referencias que, comparado con el ELB, 45,5%, indica un decrecimiento de 15,7. Luego, con el mismo porcentaje, 29,7% de referencias, están quienes lo Hacen por tradición familiar que, comparado con el ELB, 0,0% detalla un incremento de 29,7. Después, con el 27,0% están los que consideran que es un giro con demanda actual y/o potencial que, comparado con el ELB, 9,1%, muestra un incremento de 17,9. Con el 24,3% de referencias están quienes consideran que es un giro que requiere poca inversión que, comparado con el ELB, 9,1%, señala un incremento de 15,2. Con un 21,6%, quienes afirman que en la zona no había muchos competidores que, comparado con el ELB, 9,1%, denota un incremento de 12,5. Quienes argumentan que ellos y uno de sus socios habían trabajado como dependientes, suman un total de 13,5% que, comparado con el ELB, 0,0%, muestra un incremento de 13,5. Un 5,4% indica que por recomendación del proyecto que, comparado con el ELB, 0,0%, indica un incremento de 5,4. Finalmente, nadie, el 0,0%, declaró que ellos y uno de sus socios habían tenido un negocio que, comparado con el ELB, 27,3%, indica un decrecimiento de 27,3 y otro 0,0% declara otras razones que, comparado con el ELB, muestra un decrecimiento de 9,1.

En relación a la ubicación de sus negocios, la mayoría, el 48,7%, tenía su taller o local comercial dentro de la vivienda que, comparado con el ELB, 36,4%, denota un crecimiento de 12,4; el 30,8% lo tenía en un establecimiento diferente a la vivienda que, comparado con el ELB, 27,3%, señala un incremento de 3,5; otro 7,7% afirma que lo tenía en la vía pública, sin puesto fijo que, comparado con el ELB, 9,1, indica un decrecimiento de 1,4; un 5,1% declara que tiene un puesto fijo/improvisado en mercado de abastos que, comparado con el ELB, 0,0%, denota un incremento de 5,1; un 2,6%, dice que lo tenía en el domicilio de los clientes que, comparado con el ELB, 0,0%, indica un incremento de 2,6. Con el mismo porcentaje, 2,6% están quienes indican que la ubicación de su negocio es la vía pública, con puesto fijo que, comparado con el ELB, 27,3%, denota un decrecimiento de 24,7. Finalmente, otro 2,6% indica otras ubicaciones que, comparado con el ELB, 0,0% señala un incremento de 2,6.

CUADRO 4.6 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
Giro del negocio			
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	0.0	5.1	5.1
Pesca	0.0	0.0	0.0
Minería	0.0	0.0	0.0
Industria	36.4	30.8	-5.6
Electricidad, gas y agua	0.0	0.0	0.0
Construcción	0.0	0.0	0.0

CUADRO 4.6 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
Comercio	54.5	35.9	-18.6
Restaurantes y hoteles	0.0	17.9	17.9
Transportes y comunicaciones	0.0	0.0	0.0
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles	0.0	0.0	0.0
Servicio prestados a empresas	0.0	2.6	2.6
Enseñanza	0.0	0.0	0.0
Servicios sociales, comunales y de recreación	9.1	7.7	-1.4
Hogares	0.0	0.0	0.0
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	75	
Propiedad del negocio			
Sí, Soy el único dueño		78.1	
Tengo socios familiares		21.9	
Tengo socios que no son familiares		0.0	
Total		100.0	
Beneficiarios		61	
Razones para formar el negocio			
No encontró trabajo asalariado		16.7	
Obtiene mayores ingresos como trabajador independiente		33.3	
Por tradición familiar		3.3	
Quiere ser independiente		80.0	
Controlo mi tiempo		20.0	
Otro		0.0	
Total		100.0	
Beneficiarios		58	
El negocio/taller/empresa está registrado			
Persona natural con negocio propio con RUC		25.0	
R.U.S		34.4	
R.E.I.R.		0.0	
E.I.R.L.		0.0	
Ninguno		40.6	
Total		100.0	
Beneficiarios		61	
Razones para formar la empresa en ese giro del negocio 1/			
Yo o uno de mis socios habíamos tenido un negocio en ese giro	27.3	0.0	-27.3
Yo o uno de mis socios habíamos trabajado como dependiente en ese giro	0.0	13.5	13.5
Es un giro que requiere poca inversión	9.1	24.3	15.2
En la zona no había muchos competidores	9.1	21.6	12.5
Es un giro con demanda (actual y/o potencial)	9.1	27.0	17.9
Es un giro fácil de manejar	45.5	29.7	-15.7
Es un giro rentable	45.5	45.9	0.5
Por tradición familiar	0.0	29.7	29.7
Por recomendación del proyecto	0.0	5.4	5.4
Otro	9.1	0.0	-9.1
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	71	
Ubicación del negocio			

CUADRO 4.6 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
Taller o local comercial dentro de la vivienda	36.4	48.7	12.4
Local en un establecimiento diferente a la vivienda	27.3	30.8	3.5
En la vía pública, sin puesto fijo	27.3	2.6	-24.7
En la vía pública, puesto fijo	9.1	7.7	-1.4
Puesto fijo/improvisado en mercado de abastos	0.0	5.1	5.1
En el domicilio de los clientes	0.0	2.6	2.6
Otro	0.0	2.6	2.6
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	75	

Nota: La información sobre propiedad del negocio, razones para formar el negocio y el negocio / taller / empresa está registrado. Los datos en EEF solo corresponden a los beneficiarios que si indicaron tener un nuevo negocio después de la capacitación recibida. No se realiza comparación con EEF, debido a que en la ficha no recoge información de los beneficiarios que indicaron tener el mismo negocio al momento de la aplicación de la misma.

1/ La información para razones para formar la empresa en ese giro del negocio, es de opción múltiple.

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2015, junio 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.7 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto, según negocio actual

El 82,1% declara que antes del proyecto no tenía negocio/taller/empresa, mientras que la diferencia, el 17,9% afirma que sí tenía el mismo negocio antes del proyecto.

CUADRO 4.7 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO CREADO ANTES DEL PROYECTO, SEGÚN NEGOCIO ACTUAL, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	Resultado
¿Este negocio es el mismo que tenías antes del proyecto	
Si	17.9
Antes del proyecto no tenía negocio /taller/ empresa	82.1
No	0.0
Total	100.0
Beneficiarios	75

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

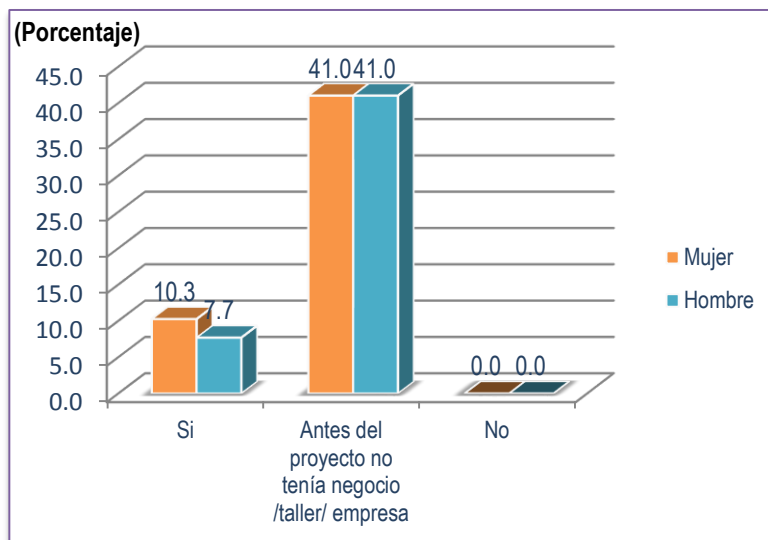
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.8 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto, según sexo

Siendo para este caso el universo 75 beneficiarios, de los cuales, 38 son mujeres, 51,3%, y 37 hombres, 48,7%, el 10,3% de beneficiarias tenía negocio creado antes del proyecto, el 41,0% afirma que no tenía negocio/taller/empresa. Así mismo, el 7,7% de beneficiarios tenía

negocio creado antes del proyecto, el 41,0% afirma que no tenía negocio/taller/empresa.

GRÁFICO 4.1 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO CREADO ANTES DEL PROYECTO, SEGÚN SEXO, A ABRIL DE 2016.



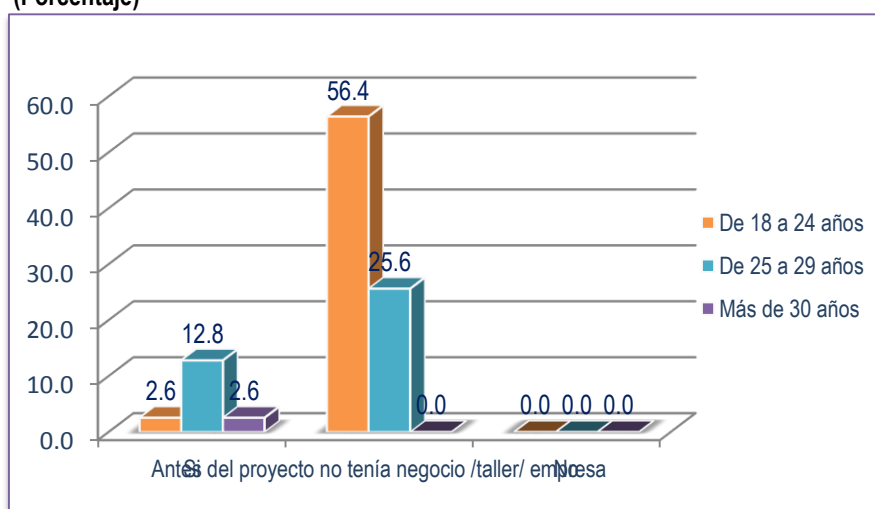
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.19 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto, según rangos de edades

El 56,4% de beneficiarios de entre 18 y 24 años y antes del proyecto, no tenía negocio creado; mientras que el 2,6% sí lo tenía creado. De igual manera, el 25,6% de beneficiarios de entre 25 a 29 años y antes del proyecto, tampoco tenía su negocio creado, mientras que el 12,8% sí lo había creado. Finalmente, ninguno, 0,0%, de beneficiarios mayores de 30 años y antes del proyecto, había creado su negocio, mientras que el 2,6% sí lo había hecho.

GRÁFICO 4.2 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO CREADO ANTES DEL PROYECTO, SEGÚN RANGO DE EDADES, A ABRIL DE 2016.
(Porcentaje)



Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.

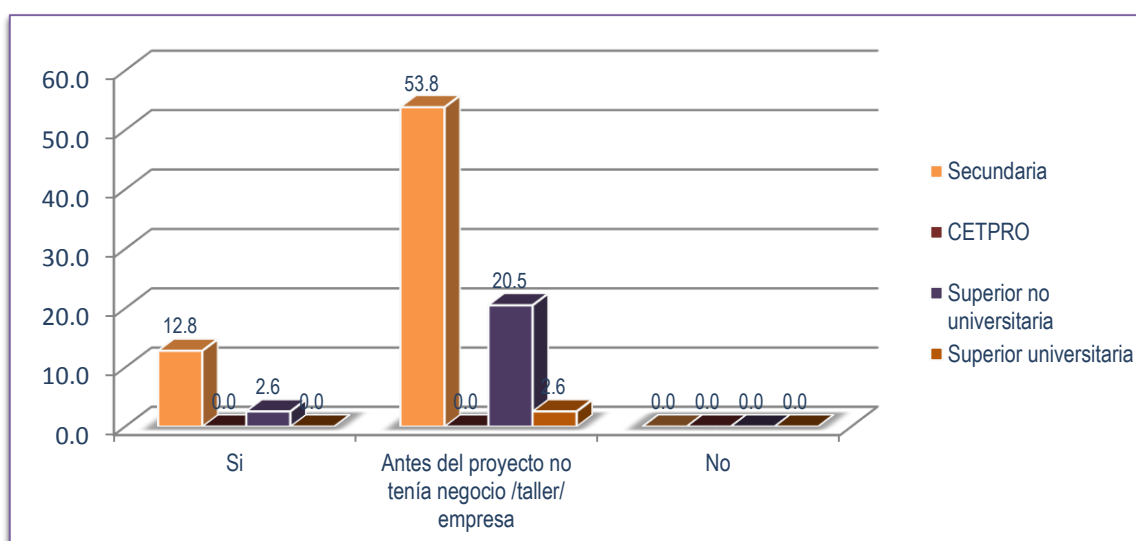
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.20 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto según nivel educativo

Antes de empezar el proyecto, El 53,8% de los beneficiarios tenía educación secundaria, mientras que el 17,29% tenía educación superior no universitaria, un 7,7% educación primaria y otro 1,92% educación superior universitaria.

GRÁFICO 4.3 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO CREADO ANTES DEL PROYECTO, SEGÚN NIVEL EDUCATIVO, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)



Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.
 EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2013, junio 2015.
 Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.21 Población beneficiaria con negocio, según rangos de meses de antigüedad

Teniendo en cuenta que las respuestas pueden ser múltiples, tenemos que el 35,9% responde que su negocio tiene una antigüedad de hasta 6 meses que, comparado con el ELB, 0,0%, denota un incremento de 35,9. A la par, el 30,8% dice que la antigüedad de su negocio es de 7 a 12 meses que, comparado con el ELB, 45,5%, indica un decrecimiento de 14,7. Así mismo, el 20,5% indica que sus negocios tienen una antigüedad entre 13 y 24 meses que, comparado con el ELB, 9,1%, muestra un incremento de 11,4. Finalmente, el 12,8% afirma que sus negocios tienen más de 24 meses que, comparado con el ELB, 45,5%, muestra un decrecimiento de 32,6.

CUADRO 4.8 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN RANGOS DE MESES DE ANTIGÜEDAD, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)		EEF (b)		Variación (b-a)
Meses de antigüedad del negocio (Promedio)	20.3	(11.3)	12.6	(11.6)	-7.7
Rango de meses de antigüedad del negocio					
Hasta 6 meses	0.0		35.9		35.9
De 7 a 12 meses	45.5		30.8		-14.7
De 13 a 24 meses	9.1		20.5		11.4
Mayor de 24 meses	45.5		12.8		-32.6
Total	100.0		100.0		
Beneficiarios	21		75		

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2015, junio 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.22 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de formalización del negocio

Teniendo en cuenta que existía la posibilidad de respuestas múltiples, el 64,1% de los beneficiarios con negocio tenía un registro de venta informal que, comparado con el ELB, 100%, muestra un decrecimiento de 35,9. El 59,0% lleva un registro de compras informal que, comparado con el ELB, 0,0%, denota un incremento de 59,0. El 51,3% cuenta con RUC, lo que significó un incremento de 51,3% con relación a los resultados del ELB. A su vez, un 35,9% tiene licencia de funcionamiento, que es superior al ELB en 35,9. El 17,9% declara que está inscrito en la SUNAT, que es el mismo 17,9% de incremento con relación al ELB. Un 15,4% informa que hace su declaración anual ante la SUNAT, que constituye un 15,4% de incremento con relación al ELB. Con relación a si tienen correo electrónico, un 12,8% afirma que sí lo tiene, siendo un 12,8% más que el ELB. A la pregunta si tienen libros contables, el 7,7% contesta que sí, siendo el 7,7% de incremento con relación al ELB. El 5,1% afirma que tiene minuta de constitución que, comparado al ELB, 0,0%, denota un incremento de 5,1. Finalmente, el 2,6% declara que lleva un registro informal de ventas, lo que es un 2,6% de incremento con relación al ELB.

CUADRO 4.9 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE FORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Constitución del negocio			
RUC	0.0	51.3	51.3
Minuta de Constitución	0.0	5.1	5.1
Inscripción en SUNARP	0.0	17.9	17.9
Libros contables	0.0	7.7	7.7

CUADRO 4.9 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE FORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO, A ABRIL DE 2016. (Porcentaje)

Planilla de personal	0.0	2.6	2.6
Licencia de funcionamiento	0.0	35.9	35.9
Declaración Anual ante SUNAT	0.0	15.4	15.4
Inscripción en REMYPE	0.0	0.0	0.0
Cuenta bancaria	0.0	0.0	0.0
Cuenta de correo electrónico	0.0	12.8	12.8
Página web	0.0	0.0	0.0
Registro de ventas informal	100.0	64.1	-35.9
Registro de compras informal	0.0	59.0	59.0
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	75	

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2013, junio 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.23 Población beneficiaria con negocio, según emisión de facturas o boletas

El 46,2% afirma que nunca entrega facturas o boletas. El 30,8% lo hace sólo cuando el cliente lo pide y sólo el 23,1% de beneficiarios con negocio siempre emite facturas o boletas.

CUADRO 4.10 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN EMISIÓN DE FACTURAS O BOLETAS, A ABRIL DE 2016. (Porcentaje)

Indicadores	Resultado
Emisión de facturas o boletas	
Sí, siempre	23.1
Sólo cuando el cliente lo pedía	30.8
Nunca	46.2
Total	100.0
Beneficiarios	75

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.24 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de registro de compras y proveedores

De un total de 75 beneficiarios, el 59,0% lleva un registro de compras, el otro 41,0% no lo tiene.

En cuanto a la formalidad y frecuencia del registro de compras, se tiene que el 65,2% declara que lleva un simple cuaderno de apuntes o similares y registra sus compras y que lo realiza siempre. El 17,4% que tiene un registro formal y siempre hace sus registros. El 13,0% afirma que tiene un cuaderno de apuntes o similar y que lo realiza de vez en cuando. Un 4,3% dice que lleva un registro en un libro formal y que lo realiza de vez en

cuando.

Con relación a la utilidad del registro de compras, un 56,5% dice que lo hace para saber cuánto gasta en el negocio. Otro 39,1%, declara que lo hace para saber la ganancia que obtiene. Un 4,3% declara otras razones.

Sobre sus proveedores, el 79,5% de beneficiarios con negocio prefieren a quienes ofrecen un producto de calidad. Un 10,3% a quienes ofrecen descuentos. Un 7,7% a quienes tienen el producto solicitado y, finalmente, un 2,6% declaran otras razones.

CUADRO 4.11 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE REGISTRO DE COMPRAS Y PROVEEDORES, A ABRIL DE 2016.
(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
¿Tu negocio lleva un registro de las compras a tus proveedores?	
Si	59.0
No	41.0
Total	100.0
Beneficiarios	75
Formalidad y frecuencia del registro de compras	
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	17.4
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	4.3
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo siempre	65.2
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando	13.0
Total	100.0
Beneficiarios	44
Utilidad del registro de compras	
Para saber cuánto gasto en el negocio	56.5
Para saber la ganancia de mi negocio	39.1
No lo uso para nada	0.0
Otro	4.3
Total	100.0
Beneficiarios	44
¿Qué tomas en cuenta para elegir a tus proveedores?	
Que sean mis amigos	0.0
Que me ofrezcan un producto de calidad	79.5
Que me ofrezcan descuentos	10.3
Que me ofrezcan cancelar el producto después	0.0
Que tengan el producto cuando lo solicito	7.7
Que estén ubicados cerca de mi negocio	0.0
Que sean recomendados por un amigo / familiar	0.0
Otra	2.6
Total	100.0
Beneficiarios	75

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.25 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de registro de ventas

El 64.1% manifiesta que lleva un registro de ventas, mientras que, la diferencia, el 35,9% declara que no lo hace.

En relación a la formalidad y la frecuencia de llevar un registro de ventas, el 60,0% dice que lleva un registro informal y que siempre registra sus ventas. Un 24,0% afirma que lleva un registro informal y que siempre registra sus ventas. Finalmente, otro 16,0% declara que lleva un registro formal y que siempre registra sus ventas.

Sobre la utilidad de registro de ventas, el 68,0% dice que le sirve para saber la ganancia que le proporciona el negocio y el 32,0%, para saber cuánto dinero ingresa.

CUADRO 4.12 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE REGISTRO DE VENTAS, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
¿Tu negocio lleva un registro de ventas realizadas en tu negocio?	
Si	64.1
No	35.9
Total	100.0
Beneficiarios	75
Formalidad y frecuencia del registro de ventas	
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	16.0
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	0.0
Es un registro informal y lo realizo siempre	60.0
Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando	24.0
Total	100.0
Beneficiarios	48
Utilidad del registro de ventas	
Para saber cuánto ingresa a mi negocio	32.0
Para saber la ganancia de mi negocio	68.0
No lo uso para nada	0.0
Otro	0.0
Total	100.0
Beneficiarios	48

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.26 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de gestión del negocio

Sobre quién realiza la producción/venta/servicio, el 92,3% declara que lo hace solo. Otro 5,1% dice que lo hace con sus socios y, un 2,6% que lo hace él y sus trabajadores.

Con relación al control de los gastos de la empresa, el 87,2% indica que lo hace él solo, mientras que el 7,7% dice que lo hace él y sus socios, otro 2,6% solo con sus socios y un 2,6% los trabajadores y él.

Sobre quién decide la compra de los equipos, el 82,1% dice que lo hace él solo, el 15,40% que lo hace él y sus socios y otro 2,6% sus trabajadores y él.

Con relación a quién negocia con los proveedores, el 84,6% dice que lo hace él solo, el 12,8% que lo hace él y sus socios y el 2,6% sus trabajadores y él.

Con relación a quién determina el precio de venta de su producto/servicio el 89,7% dice

que lo hace él solo, el 7,7% que lo hace él y sus socios y el 2,6% sus trabajadores y él.

Sobre quién determina la ganancia de su producto/servicio, el 87,2% dice que lo hace él solo, el 10,3% que lo hace él y sus socios y el 2,6% sus trabajadores y él.

Sobre a quién consigue los clientes, el 82,1% dice que lo hace él solo, el 10,3% que lo hace él y sus socios, el 2,6% solo con sus socios y otro 2,6% sus trabajadores y él.

CUADRO 4.13 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.
(Porcentaje)

Indicadores	Resultado							Total
	Solo yo	Yo con mis socios	Solo con mis socios	Trabajadores	Trabajadores y yo	Otras personas	No corresponde/ no se realiza la actividad	
¿Quién realiza la producción/venta/servicio?	92.3	5.1	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	100.0
¿Quién controla los gastos de la empresa?	87.2	7.7	2.6	0.0	2.6	0.0	0.0	100.0
¿Quién decide la compra de equipos?	82.1	15.4	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	100.0
¿Quién negocia con los proveedores?	84.6	12.8	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	100.0
¿Quién determina el precio de venta de su producto/servicios?	89.7	7.7	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	100.0
¿Quién determina la ganancia de su producto/servicio?	87.2	10.3	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	100.0
¿Quién consigue los clientes?	82.1	10.3	2.6	0.0	0.0	2.6	2.6	100.0

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.27 Población beneficiaria con negocio, según determinación de precios de sus productos y gestión de clientes

Los beneficiarios con negocio, 75 en total, determinan el precio de sus productos de diferentes maneras: 41,0% afirma que aplica lo aprendido e las capacitaciones brindadas por el proyecto, el 35,9% dice que averigua el precio en otros negocios cercanos. El 23,1% le agrega un porcentaje de ganancia al costo del producto.

Del total de beneficiarios, 75, el 71,8% realizan alguna actividad para conseguir clientes. De este nuevo total, 54, un 35,7% reparte volantes, un 17,9%; realiza promociones, otro 17,9% difunde sus productos por Internet, un 10,7%; hace visitas de puerta en puerta, otro 10,7% hace otro tipo de actividades y un 7,1% asiste a ferias.

CUADRO 4.14 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE SUS PRODUCTOS Y GESTIÓN DE CLIENTES, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
Actualmente ¿cómo determina el precio de sus productos?	
Averiguo el precio en otros negocios cercanos	35.9
Agrego un porcentaje de ganancia al costo del producto	23.1
Aplico lo aprendido en las capacitaciones brindadas por el proyecto	41.0
Otro	0.0
Total	100.0
Beneficiarios	75
¿Haces algo para conseguir nuevos clientes?	
Si	71.8
No	28.2
Total	100.0
Beneficiarios	75
¿Qué haces para conseguir nuevos clientes?	
Reparto volantes	35.7
Realizo promociones	17.9
Difundo mis productos por el internet	17.9
Asisto a ferias	7.1
Hago visitas puerta a puerta	10.7
Otra	10.7
Total	100.0
Beneficiarios	54

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.28 Población beneficiaria con negocio, según promedio de ventas y ganancias anuales y mensuales

En el EEF, el promedio de las ventas anuales de los negocios de los beneficiarios fue de S/ 16 120,8 que, comparado con el ELB, S/ 21 901,30 denota un decrecimiento de S/ 5 781,3.

De la misma forma, según el EEF, el promedio de ventas mensuales fue de S/ 1 343,3, mientras que según el ELB fue S/ 1 825,1, mostrando un decrecimiento de S/ 481,8.

Con relación a las ganancias anuales, se tiene que, según el EEF, llegan a S/ 8 150,9, mientras que los datos del ELB son S/ 7 565,8 mostrando un incremento de S/ 585,1.

Las ganancias mensuales muestran las siguientes cifras: el EEF son S/ 679,2 mientras que las del ELB, son S/ 630,50, evidenciando un incremento de S/ 48,8.

CUADRO 4.15 REGIÓN CAJAMARC: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PROMEDIO DE VENTAS Y GANANCIAS ANUALES Y MENSUALES, A ABRIL DE 2016.

Indicador	ELB		EEF		Variación (b-a)
	(a)	(b)	(a)	(b)	
Promedio de ventas anuales (S./año)	21901.3	(28735.3)	16120.0	(12890.8)	-5781.3
Promedio de ventas mensuales (S./mes)	1825.1	(2394.6)	1343.3	(1074.2)	-481.8
Promedio de ganancias anuales (S./año)	7565.8	(6812.6)	8150.9	(7121.1)	585.1
Promedio de ganancias mensuales (S./mes)	630.5	(567.7)	679.2	(593.4)	48.8

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2013, junio 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.29 Población beneficiaria con negocio, según promedio de ventas y ganancias anuales y promedio de trabajadores por negocio

De acuerdo a los resultados obtenidos en la sistematización de la encuesta, el promedio de ventas anuales de los negocios de los beneficiarios fue de S/ 16 120,0, mientras que las ganancias llegaron a S/ 8 150,9, siendo el promedio de trabajadores 1,6 personas.

CUADRO 4.16 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PROMEDIO DE VENTAS Y GANANCIAS ANUALES Y PROMEDIO DE TRABAJADORES POR NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.

Indicadores	Resultado		
	Media	Mediana	Desviación
Venta anual (S./año)	16120,0	10933.3	(12890.8)
Ganancia anual (S./año)	8150.9	6200.0	(7121.1)
Total de Trabajadores	1.6	1.0	(1.1)

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.30 Población beneficiaria con negocio, según promedio de venta anual por trabajador

En los negocios de los beneficiarios por el proyecto, el promedio de venta anual por trabajador es de S/ 16 574,2.

CUADRO 4.17 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PROMEDIO DE VENTA ANUAL POR TRABAJADOR, A ABRIL DE 2016.

Indicadores	Resultado
Venta anual por trabajador (promedio)	16574.2 (12097.7)

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.31 Población beneficiaria con negocio, según estabilidad laboral y parentesco de los trabajadores con los dueños de los negocios

El promedio de trabajadores por negocio fue de 1,6, de los que, según su estabilidad laboral, 1,0% fueron estables o permanentes; 0,7% fueron eventuales; 0,9% fueron familiares remunerados; 0,3% fueron TFNR y 0,4% fueron no familiares.

CUADRO 6.18 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PROMEDIO DE TRABAJADORES POR NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.

Indicadores	Resultado
Trabajadores por Negocio (Promedio)	1.6 (1.1)
Permanentes	1.0 (1.1)
Eventuales	0.7 (1.0)
Familiares remunerados	0.9 (1.1)
TFNR	0.3 (0.6)
No Familiares	0.4 (0.9)
Beneficiarios	44

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.32 Población beneficiaria con negocio, según horas al día de atención a los clientes

La atención a los clientes, de lunes a viernes, tiene una media de 41,4 horas. Los días sábados, en promedio, atienden 7,1 horas y, los domingos, 4,2 horas.

CUADRO 6.19 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN HORAS AL DÍA DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES, A ABRIL DE 2016.

Indicadores	Resultado		
	Media	Mediana	Desviación
Horas promedio al día de atención a los clientes			
Lunes a Viernes	41,4	40.0	(10.9)
Sábado	7,1	8.0	(3.0)
Domingo	4.2	0,0	(4.6)

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.33 Población beneficiaria con negocio, según fuentes de financiamiento

Teniendo en cuenta que puede haber respuestas múltiples, los datos de la EEF indican que la principal fuente de financiamiento de los negocios son los recursos propios, 87,2%, denotando una variación positiva de 14,5 en comparación con los datos de la ELB, que es del 72,7%.

La EEF indica que un 28,2% tiene como fuente de financiamiento a los recursos proporcionados por familiares/amigos, mientras que el ELB indica que el 36,4% recurre a los mismos, lo que indica que hay un decrecimiento de 8,2%. El 20,5% de beneficiarios recurre a préstamos de bancos que, comparado con el ELB, 0,0%, denota un incremento de 20,5 y un 7,7% dice que recurre a otras fuentes de financiación que, en relación al ELB, 0,0%, muestra un incremento de 7,7.

CUADRO 4.20 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN FUENTES DE FINANCIAMIENTO, A ABRIL DE 2016.
(Porcentaje)

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
Fuentes de financiamiento 1/			
Recursos propios	72.7	87.2	14.5
Recursos de familiares/amigos	36.4	28.2	-8.2
Préstamo de proveedores	0.0	0.0	0.0
Préstamo de clientes	0.0	0.0	0.0
Préstamo de Bancos	0.0	20.5	20.5
Préstamo de Cajas	0.0	0.0	0.0
Munic./Rurales	0.0	0.0	0.0
Préstamo de ONG	0.0	0.0	0.0
Otro 2/	0.0	7.7	7.7
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	75	

1/ La información para fuentes de financiamiento, es de opción múltiple.

2/ Se refiere a capital semilla y venta en consignación.

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2015, junio 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.34 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de principales clientes, procedencia de los mismos y motivos sobre ubicación del negocio.

Teniendo en cuenta que puede haber respuestas múltiples, el EEF muestra que los principales clientes fueron los consumidores individuales, 56,4%, menor en 25,4 que los datos del ELB, 81,8%. De igual manera, los ambulantes constituyen el 38,5% de clientes, mostrando un incremento del mismo 2,1% con respecto del ELB, 36,4%. Así mismo, el 28,2% de clientes fueron familiares/amigos/vecinos, menor en 17,2 que el ELB, 45,5%. El 7,7% constituyen empresas de más de 10 trabajadores que, comparado al ELB, 0,0% denota un crecimiento de 7,7. Otro 7,7% son mayoristas, que es menor en 10,5 al ELB, 18,2%. El 5,1% tiene como clientes principales a empresas menos de 10 trabajadores que, comparado con el ELB, 9,1, significa una disminución de 4,0. Otro 5,1% tiene como cliente principal al Estado que, relacionado al ELB, 0,0% es un incremento en 5,1. Otro 5,1% declara como clientes a otros, cifra que, comparada al ELB, 0,0%, es un incremento de 5,1.

Con relación a la procedencia de los clientes, el EEF indica que un 69,2% proviene de distrito en donde está ubicado el negocio que, comparado con el ELB, 45,5%, significa un incremento de 23,8. Así mismo, el 43,6% proviene de la provincia donde está ubicado el negocio, mientras que en el ELB es de 54,4%, denotando un decrecimiento de 11,0. Finalmente, el EEF consigna un 17,9% de clientes que provienen de la región donde está ubicado el negocio, mientras que el ELB, 0,0%, mostrando un incremento de 17,9.

Sobre los motivos que los beneficiarios del proyecto tuvieron para ubicar sus negocios en sus actuales lugares, en el EEF tenemos que el 59,0% lo hizo porque vive ahí o está muy cerca de su casa, comparando estos datos con los del ELB, 63,6%, se constata un decrecimiento de 4,7%. En el EEF, un 25,6% declara que lo hizo porque es una zona muy céntrica y comercial, mientras que en el ELB la cifra es 36,4%, mostrándose un decrecimiento de 10,7%. La misma cifra en el EEF, 25,6%, es para quienes decidieron la ubicación de su negocio debido a que los clientes están cerca que, en comparación con el ELB, 54,5%, muestra un decrecimiento de 28,9%. En el EEF, un 17,9% dice que es más económico el pago de servicios (alquileres del local, otros), mientras que en el ELB es 0,0%, denotando un incremento de 17,9. De igual forma, en el ELB, el 10,3% afirma que se debe a que varias empresas del mismo rubro se ubican aquí, mientras que en el ELB, la cifra es 0,0%, mostrando un incremento de 10,3. Finalmente, en el ELB el 2,6% dice que los proveedores están cerca que, comparado con el ELB, 18,2%, muestra un decrecimiento de 15,6.

CUADRO 4.21 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE PRINCIPALES CLIENTES, PROCEDENCIA DE LOS MISMOS Y MOTIVOS DE UBICACIÓN DEL NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Principales clientes 1/			
Ambulantes	36.4	38.5	2.1
Mayoristas	18.2	7.7	-10.5
Consumidores individuales	81.8	56.4	-25.4
Empresas de menos de 10 trabajadores	9.1	5.1	-4.0
Empresas de más de 10 trabajadores	0.0	7.7	7.7
Estado	0.0	5.1	5.1
Agente/empresa exportadora	0.0	0.0	0.0
Familiares/amigos/vecinos	45.5	28.2	-17.2
Otro	0.0	5.1	5.1
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	75	
Procedencia de principales clientes 2/			
Distrito donde está ubicado el negocio	45.5	69.2	23.8
Provincia donde está ubicado el negocio (incluye alternativa anterior)	54.5	43.6	-11.0
Región donde está ubicado el negocio	0.0	17.9	17.9
En otras regiones	0.0	5.1	5.1
En el extranjero	0.0	0.0	0.0
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	75	
Motivos de ubicación 3/			
Vivo aquí/está muy cerca de mi casa	63.6	59.0	-4.7
Es una zona muy céntrica y comercial	36.4	25.6	-10.7
Los proveedores están cerca	18.2	2.6	-15.6
Los clientes están cerca	54.5	25.6	-28.9
Varias empresas del mismo rubro se ubican aquí	0.0	10.3	10.3
Es más económico el pago de servicios (alquiler de local, otros)	0.0	17.9	17.9
Otros	0.0	0.0	0.0
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	75	

1/ La información para principales clientes, es de opción múltiple.

2/ La información para procedencia de principales clientes, es de opción múltiple.

3/ La información para motivos de ubicación, es de opción múltiple.

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2015, junio 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.35 Población beneficiaria con negocio, según empresas dedicadas al mismo giro del negocio

Sólo un 7,9% de beneficiarios tenían sus negocios en las mismas zonas donde había otros negocios del mismo giro.

CUADRO 6.22 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN EMPRESAS DEDICADAS AL MISMO GIRO DEL NEGOCIO, A ABRIL DE 2016.

Indicadores	Resultado
Empresas dedicadas al mismo giro	7.9 (16.6)

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.36 Población beneficiaria con negocio, según pertenencia a alguna organización empresarial

Según los resultados del EEF, el 97,5% de los beneficiarios no pertenece a alguna organización/asociación/gremio lo que, comparado con el ELB, 90,9%, resultaba mayor en 6,6. Así mismo, el 2,5 sí pertenece a alguna organización/asociación/gremio que, comparado con el ELB, 9,1%, denota que es menor en 6,6. Nadie, 0,0% en el EEF, declara que exista alguna ventaja de pertenecer a una organización/asociación/gremio que, comparado con el ELB, 100%, mostrando una diferencia de 100,0.

CUADRO 4.23 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PERTENENCIA A ALGUNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, A ABRIL DE 2016.
(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Pertenencia a Organización/Asociación/ Gremio			
Si	9.1	2.5	-6.6
No	90.9	97.5	6.6
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	21	77	
Ventajas de pertenencia a Organización/Asociación/Gremio			
1/			
Acceder a información sobre nuevos clientes	0.0	0.0	0.0
Acceder a información sobre nuevos proveedores	100.0	0.0	-100.0
Acceder a información sobre técnicas de producción	0.0	0.0	0.0
Capacitación en mercado	0.0	0.0	0.0
Capacitación sobre técnicas de producción	0.0	0.0	0.0
Mejorar la producción	0.0	0.0	0.0
Mejorar la calidad de mi producto	0.0	0.0	0.0
Red de contactos	0.0	0.0	0.0
Otro	100.0	0.0	-100.0
Total	0.0	0.0	
Beneficiarios	2	0	

1/ La información para ventajas de pertenencia a organización/asociación/gremio, es de opción múltiple.

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2013, junio 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.37 Población beneficiaria con negocio, según su culminación de la capacitación y razones de no culminación

En el EEF, el 98,9% declara que concluyó la capacitación. La diferencia, solo el 1,1% no lo culminó.

Los motivos de la no culminación del proceso de capacitación tienen las siguientes explicaciones: un 50,0% dice que se debe a que los estudios que realiza se lo impidieron, otro 50,0% debido a problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe.

CUADRO 4.24 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN SU CULMINACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RAZONES DE NO CULMINACIÓN, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)	
Indicador	Resultado
Beneficiarios que culminaron la capacitación	
Sí, culminé	98.9
No culminé	1.1
No participé en la capacitación	0.0
Total	100.0
Beneficiarios	340
Motivos de no culminación de la capacitación	
Mis estudios me lo impidieron	50.0
Mi trabajo me lo impidió	0.0
No me gustó la capacitación	0.0
Los horarios de la capacitación no me convenían	0.0
El lugar de capacitación quedaba lejos	0.0
Problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe	50.0
Total	100.0
Beneficiarios	4

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.38 Población beneficiaria con negocio, según indicadores del nivel de satisfacción sobre la capacitación e información recibida del proyecto

Con relación a que si el proyecto brindó todos los conocimientos necesarios para crear un negocio, los resultados del EEF indican que el 89,8% está completamente de acuerdo; el 9,0% parcialmente de acuerdo y el 1,1% en desacuerdo. Nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar un negocio, los resultados del EEF indican que el 79,1% está completamente de acuerdo; el 20,9% parcialmente de acuerdo. Nadie, 0,0% en desacuerdo y nadie, 0,0% manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo formalizar un negocio, los resultados del EEF indican que el 84,2% está completamente de acuerdo; el 15,3% parcialmente de acuerdo; el 0,6% en desacuerdo y nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información sobre cómo buscar financiamiento, los resultados del EEF indican que el 63,3% está completamente de acuerdo; el 33,9% parcialmente de acuerdo; el 2,8% en desacuerdo y, nadie, 0,0% manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo gestionar a los proveedores, los resultados del EEF indican que el 71,8% está completamente de acuerdo; el 26,6% parcialmente de acuerdo; el 1,7% en desacuerdo y nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo identificar las fortalezas y debilidades de un negocio, los resultados del EEF indican que el 83,1% está completamente de acuerdo; el 16,9% parcialmente de acuerdo. Nadie, 0,0% en desacuerdo y nadie, 0,0% manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados, los resultados del EEF indican que el 87,6% está completamente de acuerdo; el 11,3% parcialmente de acuerdo; 1,1% en desacuerdo. Nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades del negocio, los resultados del EEF indican que el 89,3% está completamente de acuerdo; el 10,2% parcialmente de acuerdo; el 0,6% en desacuerdo y nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión del negocio, los resultados del EEF indican que el 84,7% está completamente de acuerdo; el 12,2% parcialmente de acuerdo; el 1,7% en desacuerdo y 1,1% manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos, los resultados del EEF indican que el 81,9% está completamente de acuerdo; el 14,7% parcialmente de acuerdo; el 2,3% en desacuerdo y 1,1%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

CUADRO 4.25 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN SOBRE LA CAPACITACIÓN E INFORMACIÓN RECIBIDA DEL PROYECTO, A ABRIL DE 2016.**(Porcentaje)**

Indicador	Resultado				Total
	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Beneficiarios que culminaron la capacitación					
El proyecto me brindó todos los conocimientos necesarios para crear un negocio	89.8	9.0	1.1	0.0	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar un negocio	79.1	20.9	0.0	0.0	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo formalizar el negocio	84.2	15.3	0.6	0.0	100.0
El proyecto me brindó información sobre cómo buscar financiamiento	63.3	33.9	2.8	0.0	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo gestionar a mis proveedores	71.8	26.6	1.7	0.0	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo identificar las fortalezas y debilidades de un negocio	83.1	16.9	0.0	0.0	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados	87.6	11.3	1.1	0.0	100.0
El proyecto me brindó información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de mi negocio	89.3	10.2	0.6	0.0	100.0
El proyecto me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión de mi negocio	84.7	12.4	1.7	1.1	100.0
El proyecto me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos	81.9	14.7	2.3	1.1	100.0

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.39 Población beneficiaria con negocio, según indicadores sobre elaboración e implementación del plan de negocios

El 75,7% de beneficiarios consideró que el contenido del curso de capacitación y el número de horas dedicadas para tales fines fueron suficientes para implementar o fortalecer sus negocios. La diferencia, el 24,3% opinó que no.

De la totalidad de participantes, 340 en total, el 70,6% elaboró su plan de negocios hasta terminarlo; el 26,6% no elaboró su plan de negocios y el 2,8% lo elaboró, pero no lo terminó. De los que elaboraron y concluyeron el plan, 250, el 91,5% lo hizo para crear un negocio y el 8,5% para fortalecer el negocio que ya tenía.

Del total de participantes, 340, el 52,0% participó en el concurso de capital semilla, mientras que el 48,0% no lo hizo. Así mismo, del total de participantes en el concurso, 177, el 71,7% obtuvo capital semilla y el 28,3% no.

De quienes obtuvieron capital semilla, 50, el 100,0%, lo utilizó en la implementación de su plan de negocio.

Del total de beneficiarios, el 71,8% no está implementando su negocio, el 15,3% ya lo opera y el 13,0% si lo está implementando.

Del total de beneficiarios que no llegó a implementar su negocio, 244 beneficiarios, el 88,2% dice que no lo hace porque no tiene recursos económicos para implementarlo, otro 5,5% porque requiere más capacitación para implementarlo, el 3,9% indica otras razones y, finalmente, el 2,4% afirma que no le interesa implementarlo.

De entre quienes no lograron implementar su negocio y a la pregunta de si piensas implementar tu plan de negocios en algún momento, el 96,9 contesta que sí, mientras que el 3,1% dice que no.

De entre quienes están en disposición de implementar su negocio en algún momento, 238, el 95,2% responde que para implementar su plan de negocios debe de tener más recursos económicos. El 2,4% afirma que tiene que tener más tiempo y otro 2,4% declara otras razones.

CUADRO 4.26 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES SOBRE ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
¿Consideras que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar/fortalecer tu negocio?	
Si	75.7
No	24.3
Total	100.0
Beneficiarios	340

¿Elaboraste un plan de negocios en el proyecto?

CUADRO 4.26 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES SOBRE ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Si, lo elaboré y lo terminé	70.6
Sí, lo elaboré pero no lo terminé	2.8
No elaboré el plan de negocios	26.6
Total	100.0
Beneficiarios	340
¿Tu plan de negocios fue para crear un negocio o para fortalecer el negocio que ya tienes?	
Fue para crear un negocio	91.5
Fue para fortalecer el negocio que ya tengo	8.5
Total	100.0
Beneficiarios	250
Como parte del proyecto, ¿participaste en un concurso para obtener capital semilla?	
Si	52.0
No	48.0
Total	100.0
Beneficiarios	340
¿Obtuviste el capital semilla?	
Si	28.3
No	71.7
Total	100.0
Beneficiarios	177
¿Qué hiciste con el dinero del capital semilla?	
Lo invertí en el negocio	100.0
Lo gasté en otras actividades	0.0
Nada, lo tengo guardado	0.0
Otra	0.0
Total	100.0
Beneficiarios	50
¿Llegaste a implementar tu plan de negocios?	
Si, estoy implementándolo	13.0
Si, ya estoy operando	15.3
No	71.8
Total	100.0
Beneficiarios	340
¿Por qué no llegaste a implementar tu plan de negocios?	
No tengo recursos económicos para implementarlo	88.2
Requiero más capacitación para implementarlo	5.5
No me interesa implementarlo	2.4
Otro	3.9
Total	100.0
Beneficiarios	244
¿Piensas implementar tu plan de negocios en algún momento?	
Si	96.9
No	3.1
Total	100.0
Beneficiarios	244

CUADRO 4.26 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES SOBRE ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

¿Qué tendría que pasar para que implementes tu plan de negocios?	
Tener más recursos económicos	95.2
Tener más tiempo	2.4
Otro	2.4
Total	100.0
Beneficiarios	238

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.40 Población beneficiaria con negocio, según temas que debieron ser profundizados en la capacitación

Del total de beneficiarios, 340, el 75,7% no indica algún tema que debió ser profundizado en la capacitación. El 10,2% indica el tema de marketing empresarial, el 5,1%, contabilidad y costos, el 2,8% formalización del negocio, otro 2,8% formalización del negocio. Un 1,7% cómo obtener financiamiento y otro 1,1%, gestión de proveedores.

CUADRO 4.27 REGIÓN CAJAMARCA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN TEMAS QUE DEBIERON SER PROFUNDIZADOS EN LA CAPACITACIÓN, A ABRIL DE 2016.

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
¿Qué temas crees que debieron ser profundizados/ desarrollados?	
Administración de negocios	2.8
Como obtener financiamiento	1.7
Contabilidad y costos	5.1
Formalización del negocio	2.8
Gestión de proveedores	1.1
Marketing Empresarial	10.2
proyectos de inversión	0.6
No mencionó algún tema	75.7
Total	100.0
Beneficiarios	340

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.2 Evolución de los indicadores del marco lógico, antes y después del proyecto

TABLA 4. REGIÓN CAJAMARCA: EVOLUCIÓN DE INDICADORES EN ELB Y EEF

OBJETIVO	INDICADOR	INDICADOR Y META ELB	INDICADOR Y META EEF
Fin. Contribuir a la generación de empleo decente en los jóvenes de las provincias de Cajamarca y Celendín.			
Propósito: Desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de los jóvenes en situación de pobreza y extrema pobreza de las provincias de Cajamarca y Celendín, para generar emprendimientos sostenibles.	Número de jóvenes con competencias integrales para el emprendimiento en las provincias de Cajamarca y Celendín. Número de jóvenes con planes de negocios elaborados y viables en las provincias de Cajamarca y Celendín. Número de jóvenes emprendedores que implementan sus negocios. Número de jóvenes emprendedores que implementan sus negocios con capital semilla. Número de jóvenes articulados a entidades financieras locales para que puedan acceder a créditos.	306 jóvenes con competencias integrales para el emprendimiento en las provincias de Cajamarca y Celendín. 306 jóvenes con planes de negocios elaborados y viables en las provincias de Cajamarca y Celendín. 85 jóvenes emprendedores implementan sus negocios. 30 con capital semilla 55 beneficiarios articulados a entidades financieras locales para que puedan acceder a créditos.	326 beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al primer año de ejecución del proyecto. 322 jóvenes con planes de negocios elaborados y viables en las provincias de Cajamarca y Celendín. 46 jóvenes emprendedores implementan sus negocios 30 con capital semilla del proyecto. 3 con capital semilla otorgado por instituciones aliadas. 13 con capital propio. 33 beneficiarios articulados a entidades financieras locales para que puedan acceder a créditos.
Componente 1. Los jóvenes de las provincias de Cajamarca y Celendín cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial.	Número de beneficiarios que culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al primer año de ejecución del proyecto. Número de beneficiarios que participan del	323 beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al primer año de ejecución del proyecto. 306 beneficiarios participan del concurso de planes de	326 beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al primer año de ejecución del proyecto. 322 jóvenes con planes de negocios elaborados y

OBJETIVO	INDICADOR	INDICADOR Y META ELB	INDICADOR Y META EEF
	<p>concurso de planes de negocio al primer año de ejecución del proyecto.</p> <p>Número de jóvenes que reciben capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio.</p>	<p>negocio al primer año de ejecución del proyecto.</p> <p>30 jóvenes reciben capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio.</p>	<p>viables en las provincias de Cajamarca y Celendín.</p> <p>33 jóvenes reciben capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio.</p> <p>13 jóvenes implementan sus negocios con capital propio</p>
<p>Componente 2:</p> <p>Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios.</p>	<p>Número de jóvenes que reciben el servicio de acompañamiento para implementar sus negocios y/o puedan acceder a créditos o financiamiento externo, al año y medio de ejecución del proyecto.</p>	<p>85 jóvenes reciben el servicio de acompañamiento, para implementar sus negocios y/o puedan acceder a créditos o financiamiento externo; al año y medio de ejecución del proyecto.</p>	<p>84 jóvenes reciben el servicio de acompañamiento, para implementar sus negocios y/o puedan acceder a créditos o financiamiento externo; al año y medio de ejecución del proyecto</p>
<p>Componente 3:</p> <p>Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado.</p>	<p>Porcentaje de jóvenes beneficiarios que recibieron acompañamiento, participan en ferias y eventos al 1er año y medio de ejecución del proyecto, para difundir y posicionar sus productos y/o servicios.</p>	<p>80% de jóvenes, 68 en total, beneficiarios que recibieron acompañamiento, participan en ferias y eventos al 1er año y medio de ejecución del proyecto, para difundir y posicionar sus productos y/o servicios.</p>	<p>70,6%, 60 en total, de jóvenes beneficiarios que recibieron acompañamiento, participan en ferias y eventos al 1er año y medio de ejecución del proyecto, para difundir y posicionar sus productos y/o servicios.</p>
<p>Componente 4:</p> <p>Manejo del Proyecto.</p>	<p>Número de informes de seguimiento (1° al 6to mes, 2° al año y 3° al año y medio)</p>	<p>3 informes de seguimiento (1° al 6to mes, 2° al año y 3° al año y medio)</p>	<p>3 informes de seguimiento (1° al 6to mes, 2° al año y 3° al año y medio)</p>

Fuentes: MTPE – Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra – Proyecto C-13-24 Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Cajamarca.

Entrevista Jefe de Proyecto.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 01CAJ2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

De la lectura del cuadro, podemos concluir que:

Con relación al Componente 1:

- i) 326 beneficiarios, el 100,9%, de 323 programados, culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria.
- i) 322 beneficiarios con planes de negocio, el 105,2%, de 306 programados, participan en el concurso de planes de negocio, al primer año de ejecución del proyecto.
- ii) 33 beneficiarios, el 110,0%, de 30 programados, reciben capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio. Los tres planes de negocio añadidos, reciben capital semilla de

las Municipalidades de Cajamarca y Celendín. A esto hay que sumar, como resultado no esperado, a 13 jóvenes que lograron implementar sus negocios con capital propio (4 en Cajamarca, 3 en Los Baños del Inca, 2 en Encañada y 4 en Celendín), lo que hace un 153,33% del indicador planificado.

Respecto del Componente 2:

- i) 84 beneficiarios, el 98,8%, de 85 programados, reciben el servicio de acompañamiento, para implementar sus negocios y/o puedan acceder a créditos o financiamiento externo; al año y medio de ejecución del proyecto.

Respecto del Componente 3:

- i) El 70,6%, 60 en total, de jóvenes beneficiarios que recibieron acompañamiento, participan en ferias y eventos

Con relación al Componente 4:

- i) 3 informes de seguimiento, 100% de lo establecido.

4.3 Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del proyecto

4.3.1 Sobre la pertinencia

En general, se puede afirmar que el diseño del proyecto ejecutado fue pertinente a las necesidades y características de la región Cajamarca, donde se aprecia un crecimiento del 3,6% en el decenio 2001 – 2011⁴, muy por debajo del promedio nacional, de 6,4%, lo que lo ubica entre las 3 regiones de menor crecimiento del país, de la misma forma el índice de competitividad regional para el 2012⁵, ubica a Cajamarca en el puesto 16, con un puntaje obtenido de 4,11, de un índice que va de 0 a 10. Así mismo, según la ENAHO 2009, el 50,7% de la población juvenil -desde los 15 a 29 años de edad- vive en condiciones de pobreza, cifra muy elevada respecto al promedio nacional, que es de 30,1%.

Dichas condiciones socio-económicas de la región, permitieron un gran interés de los jóvenes de ambos sexos, en aprovechar oportunidades de capacitación y asistencia técnica ofertadas por el proyecto, en la búsqueda de mejores condiciones para insertarse en el mercado laboral.

A la vez, el proyecto se enmarcó dentro del Plan Bicentenario “El Perú Hacia el 2021”⁶, con el Plan Regional de Empleo Juvenil 2011 – 2014. De igual manera, guarda relación con los lineamientos de política socio laborales 2012 –2016 (Aprobado con Resolución Ministerial N° 227-2012-TR), con el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cajamarca 2009 -2015 y con el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Celendín 2009-2018.

⁴ Elaborado por el Instituto Peruano de Economía – IPE.

⁵ Elaborado por el Instituto Peruano de Economía – IPE.

⁶ Documento del CEPLAN, DS 054-2011-PCM.

Ahora bien, se ha encontrado dificultades en la formulación de los supuestos, definidos como: aquellos factores que pueden tener influencia en la viabilidad de la propuesta y que no están bajo control de la entidad ejecutora del proyecto; además, siempre han de ser formulados en forma positiva. El análisis de los supuestos del proyecto se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 5. REGIÓN CAJAMARCA. ANÁLISIS DE SUPUESTOS

REDACCIÓN	INFLUYE EN LA VIABILIDAD	NO ESTA BAJO CONTROL DE LA IE	FORMULADO EN FORMA POSITIVA
Componente 1 Supuesto 1 Interés de los jóvenes con vocación emprendedora de participar en el proyecto	Si cumple con el criterio	En la etapa de difusión y focalización, el proyecto propone una serie de actividades con el fin de convocar a jóvenes que se interesen en participar del proyecto, por tanto, sí está bajo el control de la IE.	Si cumple con el criterio
Componente 1 Supuesto 2 Los jóvenes se sensibilizan en el autoempleo digno y formal.	Si cumple con el criterio	En todas las etapas de ejecución del proyecto se consideran una variedad de actividades encaminadas a sensibilizar a los jóvenes en el autoempleo digno y formal, a que se comprometan con sus planes de negocio y a que utilicen los recursos del proyecto en sus negocios, por tanto, sí están bajo el control de la IE.	Si cumple con el criterio
Componente 2 Supuesto 1 Jóvenes se comprometen con sus planes de negocio	Si cumple con el criterio		Si cumple con el criterio
Componente 2 Supuesto 2 Jóvenes utilizan los recursos del proyecto en sus negocios	Si cumple con el criterio		Si cumple con el criterio
Componente 3 Supuesto 1 Hay estabilidad social y económica en el país y en el ámbito de intervención	Si cumple con el criterio. Sin embargo, el supuesto está en clara contradicción con la realidad, pues, según el documento Informe Final, Cajamarca está en recesión desde el 2012.	Si cumple con el criterio, no está bajo control de la IE	Si cumple con el criterio

De la misma forma, encontramos dificultades en el análisis de riesgos, definidos como aquellos factores que pueden afectar las posibilidades para que el proyecto alcance los objetivos planteados y que no están bajo control de la entidad ejecutora. Para mayor detalle, se analizan en la siguiente tabla:

TABLA 6: REGIÓN CAJAMARCA. ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgo identificado	ACCIÓN DE PREVENCIÓN Y/O MITIGACIÓN	Evaluación
La estrategia comunicacional durante el proceso de focalización a jóvenes de 18 a 29 años, en situación de pobreza y extremo pobre no representa un factor que determina su participación activa.	Reuniones de coordinación de incidencia política a nivel de los gobiernos locales y organizaciones sociales de base, los mismos que contribuirán en la promoción y focalización de la población objetivo del proyecto, esta estrategia se complementara con las pautas culturales de la zona.	La IE logro desplegar alianzas con los municipios comprometidos y llegar al público objetivo.
La situación económica de los jóvenes, muchas veces incide en posponer su capacitación, optando en algunos casos por desertar durante el proceso de capacitación.	Durante el proceso de focalización, se realizará la concientización y sensibilización, sobre importancia del curso de capacitación, sumado a ello se establecerá mecanismos y herramientas adecuados para la focalización	La IE realizó diferentes filtros de selección que le permitieron acreditar a jóvenes con real interés en el proyecto y con potencialidad para emprender.
La población objetivo del proyecto, por su situación económica, no permitiría cubrir sus gastos de pasaje, para acudir a los centros de capacitación.	El proyecto contempla brindar a los beneficiarios pasaje de ida y vuelta durante toda la etapa de capacitación.	Se dotó de los estipendios previstos.
Jóvenes beneficiarios del curso de capacitación, sienten cierto temor al fracaso e incertidumbre, respecto a la implementación de sus emprendimientos económicos.	Se propone desarrollar la capacitación más motivadora y dinámica, con casos prácticos de experiencias exitosas en presentación audiovisual y socializando otras realidades. Contando además con un psicólogo/a que intervendrá en casos de incertidumbre y desmotivación que evidenciaría en los jóvenes	Los profesionales a cargo de la capacitación y la asistencia técnica, realizaron un buen acompañamiento motivacional a los beneficiarios.
Jóvenes con limitado conocimiento sobre gestión empresarial, el mismo que no permite la implementación de planes de negocios exitosos.	Facilitación de herramientas durante la identificación de la idea de negocio, elaboración del planes de negocio y acompañamiento a fin de que la iniciativas de emprendimiento en lo jóvenes sean sostenibles	
No todos los beneficiarios que participan en el Concurso de los Planes de Negocio recibirán capital semilla. De tal manera que el resto de beneficiarios puede verse imposibilitado de implementar sus planes de negocio.	La estrategia propone organizar ferias en las que se presenten los planes de negocio más destacados, con el fin de propiciar espacios de acercamiento entre el sistema financiero y los beneficiarios con planes de negocio a fin de promover la vinculación financiera, para la implementación de los planes de negocio	Se desarrolló una Feria de articulación comercial, pero que sólo beneficio a 33 jóvenes.
Recesión económica, producto del impacto de la crisis	Se propone que el coordinador del proyecto articule actividades de promoción y difusión con los sectores Comercio, Producción y	Se produjo recesión en la región, debido a la reducción

internacional.	Gobiernos Locales, los que contribuirían la implementación de los planes de negocios.	de venta de materias primas, como producto del cambio del eje de desarrollo del principal importador, China, y a la falta de políticas nacionales que enrumben a la economía a su diversificación.
----------------	---	--

4.3.2 Sobre la eficiencia

Como se ha indicado, el proyecto inició sus actividades con tres meses de retaso, pues el ET fue contratado al final del período de preparación⁷. Este hecho no impidió que se llevaran a cabo el conjunto de actividades programadas.

La estrategia de selección de los beneficiarios fue adecuada, habiéndose cumplido con los pasos estipulados en la planificación, como son: coordinación y compromisos con las instituciones aliadas locales, difusión de las bondades de la iniciativa, registro de los interesados y, finalmente, identificación y selección de los jóvenes que participaron en todo el proceso.

Respecto del manejo financiero, estuvo bajo responsabilidad del MTPE y su ente designado para los proyectos financiados por FE y, en este caso, cofinanciados por ALAC Cajamarca. Si bien se ejecutó más del 90% del presupuesto asignado y en la realización de las actividades programadas, no es conveniente dejar de indicar que muchas de las demoras se dieron a partir del engorroso y burocrático procedimiento para gestionar los fondos. Por su parte, el ET de la IE ha cumplido con informar, mes a mes, los avances en la ejecución presupuestal.

Los beneficiarios que culminaron el proceso de capacitación están satisfechos con el proceso seguido, pues consideran que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar y/o fortalecer su negocio. De la misma forma, los beneficiarios de los 25 negocios que fueron favorecidos con la capital semilla, muestran mayores niveles de satisfacción.

Con relación a la ejecución presupuestaria, el proyecto 01CAJ2013 fue financiado por FE y ALAC. Según la *TABLA 2.7 REGIÓN CAJAMARCA: NIVEL DE EJECUCIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO Y PARTICIPACIÓN SEGÚN FUENTES DE FINANCIAMIENTO*, tenemos que, en global, se ejecutó el 91,75% del presupuesto programado, siendo los aportes específicos de los co-financiadores, FE y ALAC, de 92,61% y de la IE de 88,55% respectivamente.

La ejecución presupuestal financió la realización del conjunto de actividades, las que, a su vez, permitieron la consecución de las metas planteadas en la formulación del proyecto.

La dificultad mayor fue que, estando en Lima la sede central de la IE, se debieron de realizar una serie de trámites los que, muchas veces, no fueron respondidos de manera inmediata, generándose así, inconvenientes retrasos.

⁷ Entrevista a Roger Atalaya Vásquez, Jefe Operativo del proyecto 01CAJ2013

4.3.3 Sobre la efectividad

El conjunto de metas propuestas han sido logradas, a continuación se detallan los mismos por cada componente.

Componente 1. Los jóvenes de las provincias de Cajamarca y Celendín cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial. Con los siguientes indicadores:

- i. 325 beneficiarios, el 100,62%, de 323 programados, culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria.
- ii. 322 beneficiarios con planes de negocio, el 105,23%, de 306 programados, participan en el concurso de planes de negocio, al primer año de ejecución del proyecto.
- iii. 33 beneficiarios, el 110,0%, de 30 programados, reciben capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio. Los tres planes de negocio añadidos, reciben capital semilla de las Municipalidades de Cajamarca y Celendín. A esto hay que sumar, como resultado no esperado, a 13 jóvenes que lograron implementar sus negocios con capital propio (4 en Cajamarca, 3 en Los Baños del Inca, 2 en Encañada y 4 en Celendín), lo que hace un 153,33% del indicador planificado.

Componente 2. Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios, con los siguientes indicadores:

- i) 84 beneficiarios, el 98,82%, de 85 programados, reciben el servicio de acompañamiento, para implementar sus negocios y/o puedan acceder a créditos o financiamiento externo; al año y medio de ejecución del proyecto.

Componente 3. Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado, con los siguientes indicadores:

- i) El 40,0% de beneficiarios, del 80,0% programado, que recibieron acompañamiento, participan en ferias y eventos organizados por el proyecto para difundir y posicionar sus productos y/o servicios.

Componente 4. Manejo del Proyecto, con los siguientes indicadores:

- i) 3 informes de seguimiento, el 100% del indicar planteado.

Estas metas han sido logradas sobre la base de una adecuada relación con las instituciones y organizaciones aliadas las que, en general, cumplieron sus compromisos. Lo mismo sucedió con el ECAP de la UNA. Es de resaltar el permanente y sostenido acompañamiento de parte de la supervisión de ALAC que estuvo presente en todas las ocasiones que fueron necesarias. Su participación no se redujo a la supervisión de las actividades programas En muchos casos, la supervisión estuvo en coordinaciones previas a la realización de eventos de importancia, como el concurso capital semilla y la feria. Según el responsable del ET, más que supervisión, lo que se dio fue un acompañamiento permanente.

Ahora bien, de las entrevistas que se tuvieron con Rosa Cubas, Directora de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo de Cajamarca, con Roy Díaz, director del Centro Empleo "Jóvenes Productivos", se desprende que, si bien el ET de la IE ha coordinado con ellos acciones relacionadas al proyecto, éstas no han trascendido del protocolo, es decir, ambos funcionarios del gobierno

regional eran informados de lo que el proyecto estaba haciendo, pero, afirman que nunca fueron convocados a que se involucren en su ejecución.

También es cierto que, dado que parte del financiamiento provenía de ALAC, conocida por la población cajamarquina como originaria de la empresa minera Yanacocha, los recelos de los funcionarios del gobierno regional, ideologizados o no, se manifestaban de alguna manera. Por ambas partes, hay la percepción de que las relaciones no pasaron de manifestaciones de buena voluntad y “para la fotografía”.

En cuanto a la calidad de la capacitación recibida por los beneficiarios, a partir del análisis de una muestra de 12 Planes de Negocio entregados por los participantes, puede indicarse que mayormente ha cumplido con lo requerido, es decir se ha cumplido con las condiciones suficientes para que el beneficiario aprenda a formular su Plan de Negocios sin embargo hay carencias en cuanto al trabajo de hacer formales y sostenibles los negocios. A continuación presentamos un resumen de la evaluación:

TABLA 7. REGIÓN CAJAMARCA. CUMPLIMIENTO DE CRITERIOS EN PLANES DE NEGOCIOS DE LOS BENEFICIARIOS

Presentación ordenada y clara del respectivo plan.	100 % Cumple
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.	90 % Cumple
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.	80 % Cumple
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.	80 % Cumple
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.	90 % Cumple
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.	100 % Cumple
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.	50 % Cumple
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.	60 % Cumple
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.	60 % Cumple
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.	70 % Cumple

Para mayor detalle de cada uno de los Planes Evaluados, ver Anexo 5.

4.3.4 Sobre la sostenibilidad

De acuerdo a las visitas realizadas a los emprendimientos en Cajamarca y Celendín, se puede colegir que el 77,78% siguen en funcionamiento, mientras que la diferencia, el 22,22% han cerrado. Cabe resaltar que al menos tres emprendedores vienen desarrollando un nuevo emprendimiento (adicional al que desarrollaron en el proyecto).

Un aspecto importante de la sostenibilidad de los negocios emprendidos es que, incluso con la terminación formal del proyecto, los jóvenes puedan contar con una institución o personas con quienes puedan consultar sus inquietudes, trabajar las dificultades que encuentran y buscar salidas concretas.

Con relación a las políticas nacionales sobre el tema, una rápida revisión de la formulación de políticas nacionales, regionales y locales relacionadas a la promoción del empleo juvenil y los emprendimientos, también juveniles, indican que existe un buen panorama hacia adelante.

Así, en el plano nacional, el objetivo específico 5, del Eje Estratégico 4: Economía, Competitividad y Empleo del Plan Bicentenario “El Perú hacia el 2021”, establece: “Promover la capacitación para el trabajo, la reconversión laboral y la formación continua en las empresas, así como la orientación vocacional, la información ocupacional y la normalización y certificación de competencias laborales para desarrollar los recursos humanos”.

De la misma forma, el Objetivo Estratégico General 2, de los Lineamientos de Política Socio Laborales 2012 – 2016 y aprobado con Resolución Ministerial N° 227-2012-TR, establece “Promover el empleo, la empleabilidad y el emprendimiento a fin de lograr la inserción laboral y autoempleo especialmente de los grupos vulnerables de la población de manera articulada con los gobiernos sub nacionales en un marco de igualdad de oportunidades y respeto al medio ambiente”.

Sin embargo, existen muchas trabas burocráticas y presupuestales que distancian esas buenas intenciones con la realidad. Quizá el ejemplo más palpable de esta situación es que, mientras en los documentos se afirma lo consignado en los párrafos anteriores, en la práctica, se propone y aprueba la “ley pulpin” que recorta una serie de beneficios precisamente a quienes se pretende favorecer en los documentos declarativos⁸.

En el plano regional, la Dirección de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral y del Centro de Empleo “Jóvenes Productivos”, ambos dependencias del Gobierno Regional de Cajamarca, tienen políticas regionales de capacitación y promoción del empleo, pero, por sí solas, no garantizan que en la región haya una oferta sostenida de empleo. A esto se tiene que sumar que la Empresa Minera Yanacocha, ha anunciado que el proyecto no será priorizado en el corto plazo, recortándose así una serie de posibilidades conexas a la explotación minera⁹.

En el plano local, las buenas intenciones solo alcanzan a ser declaraciones que apuntan a promover el empleo y emprendimiento juvenil, no existiendo programas, debidamente financiados, para atender esta imperante necesidad de la población joven.

⁸ Ver: <http://elcomercio.pe/politica/gobierno/ley-pulpin-poder-ejecutivo-promulgo-norma-que-deroga-noticia-1787641>

⁹ Ver: <http://gestion.pe/empresas/presidente-buenaventura-ya-no-considera-viable-proyecto-minas-conga-2159446>

5. LECCIONES APRENDIDAS

- ✓ El trabajo coordinado, permanente y sostenido de la IE con la ALAC ha permitido la consecución de los objetivos planteados por el proyecto.
- ✓ ALAC ha realizado observaciones y sugerencias a la IE, las que fueron oportunamente atendidas lo que influyó en un mejor cumplimiento del trabajo.
- ✓ Las relaciones con las autoridades locales no avanzaron más allá de lo protocolar, sin embargo las relaciones con las organizaciones de base y municipalidades han dado los resultados esperados.
- ✓ La difusión de las bondades del proyecto, así como la convocatoria de los jóvenes del público objetivo, deben de realizarse con la debida anticipación. Fue válido el empleo de diferentes instrumentos de difusión dependiendo del ámbito de intervención, así por ejemplo, un afiche o volante fue más pertinente en el ámbito urbano y la difusión por radio en el ámbito rural.
- ✓ La contratación del ECAP debe estar a cargo del ET local de la IE y no depender de sede central de la IE, dada su lejanía territorial al lugar de ejecución del proyecto y su poco conocimiento de la zona.
- ✓ Los módulos de capacitación tienen que adaptarse a las condiciones de los emprendedores participantes, esto no se tuvo en cuenta a la hora de imprimir los materiales ya que se usó la misma edición usada a nivel nacional por el MTPE. Del mismo modo, es conveniente que en cada grupo participen emprendedores que tienen igual o parecida experiencia previa (saberes previos).
- ✓ La entrega de los kit a los planes de negocio ganadores debe de entregarse de forma inmediata, el retraso genera desconfianza y desilusión en los ganadores.
- ✓ Es conveniente motivar y lograr que empresas establecidas de la localidad no solo auspicien los eventos públicos del proyecto, sino que, también, se comprometan con financiar los kits de emprendimiento, aumentando así el porcentaje de emprendedores que pueden abrir sus negocios con el equipamiento mínimo.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

En la etapa de focalización, registro y selección de beneficiarios

- ✓ La IE ha tenido en cuenta el perfil de los beneficiarios definidos en el diseño del proyecto, en concordancia por lo requerido por FE y ALAC. Se han seguido los procesos de selección y se acreditación determinados por la IE a nivel nacional.

En la etapa de capacitación en planes de negocio y mejora de los planes de negocio

- ✓ 325 beneficiarios culminaron capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria.
- ✓ El proceso de capacitación estuvo a cargo de la Universidad Nacional de Cajamarca .La ECAP contó con una programación curricular que fue aprobada por el supervisión de ALAC. La metodología utilizada fue la de “aprender haciendo”
- ✓ Se realizó, con éxito, el concurso capital semilla teniendo en cuenta los términos de FE y ALAC.
- ✓ 33 beneficiarios, recibieron capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio.
- ✓ 13 jóvenes lograron implementar sus negocios con capital propio.

En la etapa de acompañamiento y asistencia técnica para la implementación de planes de negocio

- ✓ La ECAP brindó a 84 beneficiarios el servicio de acompañamiento, para implementar sus negocios.

Sobre la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad:

- ✓ Hubo una adecuada lectura del contexto socio económico, político y laboral para el diseño del proyecto, sin embargo los supuestos económicos no se cumplieron (no concreción de la inversiones mineras comprometidas en la región).
- ✓ El proyecto inició sus actividades con tres meses de retaso, pues el ET fue contratado al final del período de preparación. Este hecho no impidió que se llevaran a cabo el conjunto de actividades programadas.
- ✓ La estrategia de selección de los beneficiarios fue adecuada, habiéndose cumplido con los pasos estipulados en la planificación, como son: coordinación y compromisos con las instituciones aliadas locales, difusión de las bondades de la iniciativa, registro de los interesados y, finalmente, identificación y selección de los jóvenes que participaron en todo el proceso.
- ✓ Respecto del manejo financiero, estuvo bajo responsabilidad del MTPE y su ente designado para los proyectos financiados por FE y, en este caso, cofinanciados por ALAC. Si bien se ejecutó más del 90% del presupuesto asignado y en la realización de las actividades programadas, no es conveniente dejar de indicar que muchas de las demoras se dieron a partir del engorroso y burocrático procedimiento para

gestionar los fondos. Por su parte, el ET de la IE ha cumplido con informar, mes a mes, los avances en la ejecución presupuestal.

- ✓ Los beneficiarios que culminaron el proceso de capacitación están satisfechos con el proceso seguido, pues consideran que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar y/o fortalecer su negocio. De la misma forma, los beneficiarios de los 25 negocios que fueron favorecidos con la capital semilla, muestran mayores niveles de satisfacción.
- ✓ Con relación a la ejecución presupuestaria, el proyecto 01CAJ2013 fue financiado por FE y ALAC. Sobre los niveles de presupuesto ejecutado, tenemos que, en global, se ejecutó el 91,75% del presupuesto programado, siendo los aportes específicos de los co-financiadores, FE y ALAC, de 92,61% y de la IE de 88,55% respectivamente.
- ✓ El conjunto de metas propuestas han sido logradas, tenemos así en cada uno de los componentes:
 - Componente 1. Los jóvenes de las provincias de Cajamarca y Celendín cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial:
 - 325 beneficiarios, el 100,62%, de 323 programados, culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria.
 - 322 beneficiarios con planes de negocio, el 105,23%, de 306 programados, participan en el concurso de planes de negocio, al primer año de ejecución del proyecto.
 - 33 beneficiarios, el 110,0%, de 30 programados, reciben capital semilla, como resultado del concurso de planes de negocio. Los tres planes de negocio añadidos, reciben capital semilla de las Municipalidades de Cajamarca y Celendín. A esto hay que sumar, como resultado no esperado, a 13 jóvenes que lograron implementar sus negocios con capital propio (4 en Cajamarca, 3 en Los Baños del Inca, 2 en Encañada y 4 en Celendín), lo que hace un 153,33% del indicador planificado.
 - Componente 2. Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios, 84 beneficiarios, de 85 programados, reciben el servicio de acompañamiento, para implementar sus negocios y/o puedan acceder a créditos o financiamiento externo; al año y medio de ejecución del proyecto.
 - Componente 3. Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado, el 40,0% de beneficiarios, del 80,0% programado, que recibieron acompañamiento, participan en ferias y eventos organizados por el proyecto para difundir y posicionar sus productos y/o servicios.
 - Componente 4. Manejo del Proyecto, informes de seguimiento, el 100% del indicador planteado.

-
- ✓ Un aspecto importante de la sostenibilidad de los negocios emprendidos es que, incluso con la terminación formal del proyecto, los jóvenes puedan contar con una institución o personas con quienes puedan consultar sus inquietudes, trabajar las dificultades que encuentran y buscar salidas concretas.
 - ✓ Con relación a las políticas nacionales sobre el tema, una rápida revisión de la formulación de políticas nacionales, regionales y locales relacionadas a la promoción del empleo juvenil y los emprendimientos, también juveniles, indican que existe un buen panorama hacia adelante.
 - ✓ En el plano regional, la Dirección de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral y del Centro de Empleo “Jóvenes Productivos”, ambas dependencias del Gobierno Regional de Cajamarca, tienen políticas regionales de capacitación y promoción del empleo, pero, por sí solas, no garantizan que en la región haya una oferta sostenida de empleo.
 - ✓ En el plano local, las buenas intenciones solo alcanzan a ser declaraciones que apuntan a promover el empleo y emprendimiento juvenil, no existiendo programas, debidamente financiados, para atender esta imperante necesidad de la población joven.

1.2 Recomendaciones

- ❖ En la medida que, a lo largo de la ejecución del proyecto, ha habido un adecuado y cordial seguimiento y supervisión de parte de ALAC, aspecto muy valorado por el ET de la IE, el estilo debe continuar en todas sus intervenciones.
- ❖ Es necesario que en la formulación, tanto de los supuestos como en el análisis de riesgos, se proceda con mayor rigurosidad.
- ❖ Si bien es cierto que MTPE tiene un TUPA que cumplir, es necesario que se acorten los tiempos de manera que las actividades programadas no tengan retraso alguno. Se recomienda estudiar la posibilidad de que, para estos casos tipo, sea directamente el ET quien gestione todo el proyecto.
- ❖ Los tiempos de capacitación deben de ser asignados de acuerdo al tipo de capacitación requerida por los beneficiarios.
- ❖ Los manuales de emprendimientos, ISUN, necesariamente, deben de estar adecuados y contextualizados a la zona de ejecución del proyecto. A ser posible, incorporando aspectos culturales de la región.
- ❖ Los asesores del acompañamiento tienen que ser, obligatoriamente, de la especialidad del negocio que se acompaña.
- ❖ En las compras para la implementación de los emprendimientos ganadores del Capital Semilla deben de participar los beneficiarios, evitando así posibles desentendimientos y favorecer la complacencia del emprendedor.
- ❖ Los participantes con Planes de Negocio presentado y que no alcanzaron ganar el Capital Semilla, deben de ser asesorados para obtener su capital gestionado de manera individual y ante posibles financiadores, como familiares, entidades financieras y/o bancarias.
- ❖ Si bien en el proyecto se considera un tiempo de seguimiento de parte del ET a los beneficiarios, se recomienda que sea extendido, pues es un espacio que posibilita que aquellos beneficiarios que tienen dificultades en sus emprendimientos, puedan hacer consultas y recibir el asesoramiento que requieren.

5 REFERENCIAS

- El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo (2015). ESTUDIO de Línea de Base Proyecto 01CAJ2013 “Promoción del Emprendimiento Juvenil en las provincias de Cajamarca y Celendín”,
- FONDOEMPLEO. Unidad de Planeamiento y Evaluación. Área de Estudios y Medición de Impacto (julio 2014). DICCIONARIO de Variables - segunda parte Encuesta Socioeconómica y Laboral - Línea 1 Línea de Base - 13° Concurso de Proyectos de FONDOEMPLEO. Lima, Perú.
- FONDOEMPLEO. Unidad de Planeamiento y Evaluación. Área de Estudios y Medición de Impacto (agosto 2014). MANUAL del Encuestador: Encuesta Socio Económica y de Emprendimiento Línea 3 – Evaluación Final - 13° Concurso de Proyectos de FONDOEMPLEO. Lima, Perú.
- FONDOEMPLEO. Unidad de Planeamiento y Evaluación. Área de Evaluación y Medición de Impacto (mayo 2015). MANUAL para la presentación del Estudio de Evaluación Final de Proyectos 13° Concurso de Proyectos de FONDOEMPLEO. Lima, Perú.
- MTPE (2013). PROYECTO 01CAJ2013 “Promoción del Emprendimiento Juvenil en las provincias de Cajamarca y Celendín”,
- MTPE – Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes Productivos (2014). PLAN Operativo Primer año. Cajamarca, Perú.
-

6 ANEXOS

ANEXO 1: INSTRUMENTOS DE FOCALIZACIÓN



FOC - 01: FICHA DE FOCALIZACION



Sede/CR	Atención en Campo <input type="checkbox"/>	Atención en Oficina <input type="checkbox"/>	COD. POSTULANTE	
Fecha entrevista			CONDICION FINAL	
			No Acreditado <input type="checkbox"/>	Turno M T N
			Acreditado no seleccionado <input type="checkbox"/>	
			Acreditado seleccionado <input type="checkbox"/>	
			Sisfoh	
			Elegible <input type="checkbox"/>	
			No Elegible <input type="checkbox"/>	

I. DATOS PERSONALES DEL JOVEN

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres completos	

N° DNI	Fecha de nacimiento	Día	Mes	Año	EDAD	Sexo	<input type="checkbox"/> Hombre	<input type="checkbox"/>

Estado Civil: Soltero Casado/conviviente Divorciado / Separado / Viudo

¿Tienes hijos (as) ? SI NO

N° hijos menores de 05 años

N° hijos mayores de 05 años

Total

¿Presentas alguna discapacidad?

- A. Mental
- B. Sensorial Visión Audición
- C. Física Miembros superiores Miembros inferiores

Especifique: _____

¿Puedes trasladarte solo? Si No

Cuántas horas demoras en llegar desde tu vivienda a la capital distrital

Anote de 01 a 24 horas en el recuadro (si es menor a una hora anote 00)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Mas de 24 horas
			<input type="checkbox"/> Vive en la capital

2. DATOS PARA COMUNICARSE CON EL JOVEN

Indica un número de teléfono donde podamos ubicarte:

Teléfono 1:		Dejar mensaje a:	
Teléfono 2:		Dejar mensaje a:	

Tu correo electrónico es: _____ @ _____ @

La dirección de la casa donde vives es: _____

Distrito: _____ Provincia: _____ Departamento _____

III. INFORMACION EDUCATIVA DEL JOVEN

¿Cuál es el último año de estudios que aprobaste?

1: Primaria 1° 2° 3° 4° 5° 6°

2: Secundaria 1° 2° 3° 4° 5°

Hasta la fecha ¿has culminado alguna carrera universitaria o no universitaria? Si (continuar) No (Pase a la siguiente pregunta)

Universitaria	<input type="text"/>	No Universitaria	<input type="text"/>
---------------	----------------------	------------------	----------------------

Durante el último año (Desde la fecha de entrevista de acreditación)

2. ¿Has estudiado?
¿vienes estudiando?: Sí No (pasar a siguiente pregunta)

Nivel	Modalidad					
Curso		Horas semanales		Semanas estudio		Total horas
Superior universitario	Presencial	Horas semanales		Semanas estudio		Total horas
	Distancia	Ciclos estudiados				> a 1 ciclo
						< / = a 1 ciclo
Superior no universitario		Horas semanales		Semanas estudio		Total horas

IV. RESUMEN DE LA FOCALIZACIÓN (Marque con una X en la columna que corresponda)

Sede	Criterios de Evaluación	Cumple	No cumple
Todas las Unidades Zonales	Evaluación Socioeconómica de hogares (Elegible Sisfoh)		
	No ha estudiado un curso u oficio mayor de 480 horas, a nivel de CETPROS, IST'S O Universidades/No se encuentra en el colegio		
	No es desertor ni beneficiario de algún curso o convocatoria del Programa Jóvenes a la Obra		
Condición final		Acreditado Seleccionado	No acreditado

Aplicación de Ficha Socioeconómica Sí No

Observaciones: -

Nombre del Evaluador:



FOC - 02: FICHA INFORMATIVA



CÓDIGO		
--------	--	--

APELLIDOS Y NOMBRES		/ /													
TIPO Y N° DE DOCUMENTO	DNI N°								Telefono 1:					Dejar mensaje a :	
									Telefono 2:					Dejar mensaje a :	
LA DIRECCIÓN DE LA CASA DONDE VIVES ES:								Telefono 3:					Dejar mensaje a :		
								CORREO ELECTRÓNICO:				@			
								CORREO ELECTRÓNICO:				@			
DISTRITO:	PROVINCIA:							DNI Padre:					Fecha de Nac.		
DPTO:								DNI Madre:					Fecha de Nac.		
CENTRO POBLADO:															

Dibuja un plano o croquis donde nos indiques como podemos llegar a tu casa (sólo desde la avenida más conocida o paradero cercano hasta tu casa)

Nota: No te olvides de indicar las referencias de: colegios, postas, iglesias, mercados, canchitas, etc

Indica las siguientes referencias para llegar a tu casa

Avenida más conocida cercana a tu casa y el paradero donde bajas:

 Líneas de transporte, combis, ómnibus, o colectivos que pasan por el paradero o avenida más cercana a tu casa.

 Avenida principal (céntrica) o paradero donde tomar las combis, ómnibus o colectivos que llevan a tu casa (desde el Ministerio de Trabajo)

 Menciona lugares conocidos cerca de tu casa (Ejemplo: Colegio, Posta Médica, Iglesia o Mercado)

Declaro que:

Los datos que brindo al Programa Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes a la Obra" son el fiel contenido de la verdad, son correctos y están completos. Asimismo, no he omitido ni falseado dato alguno por lo que asumo plena responsabilidad administrativa, civil y penal". Por consiguiente, acepto visiten mi domicilio cuando sea necesario asumiendo además, la responsabilidad de ser retirado del Programa.

 FIRMA DEL JOVEN



**FOC 03: TEST DE HABILIDADES Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS
(THAE)**



CÓDIGO:

CALIFICACIÓN:

NOMBRES Y APELLIDOS: _____

DNI N° _____ **FECHA:** / / _____

INDICACIONES:

Lee con cuidado las afirmaciones que se encuentran organizadas desde las filas "A" hasta la "T".

Marca con una "X" la afirmación con la cual te sientas identificada (o).

Recuerda que debes marcar solo un enunciado por cada fila.

A 1. Siempre decido solo sobre el gasto de mi dinero. <input type="checkbox"/>	2. Consulto con mi familia para tomar decisiones sobre el uso de mi dinero. <input type="checkbox"/>
B 3. Sólo colaboro cuando me lo piden. <input type="checkbox"/>	4. Siempre colaboro así no me lo pidan. <input type="checkbox"/>
C 5. Deseo tener un negocio porque quiero tener dinero. <input type="checkbox"/>	6. Deseo tener un negocio para llevar una mejor vida. <input type="checkbox"/>
D 7. Me gusta tomar decisiones, es fácil. <input type="checkbox"/>	8. Se me hace difícil tomar decisiones. <input type="checkbox"/>
E 9. Prefiero situaciones fáciles y cómodas para mí. <input type="checkbox"/>	10. A pesar de los problemas, siempre salgo adelante. <input type="checkbox"/>
F 11. Actúo con decisión y no pienso tanto en lo que pueda ocurrir. <input type="checkbox"/>	12. Actúo con decisión y me adelanto a lo que pueda ocurrir. <input type="checkbox"/>
G 13. Cuando hago lo que me gusta, mis seres queridos me entienden. <input type="checkbox"/>	14. Cuando hago lo que me gusta, mis seres queridos no me apoyan. <input type="checkbox"/>
H 15. Siempre me esfuerzo para hacer lo que me gusta. <input type="checkbox"/>	16. He dejado de hacer lo que me gusta debido a los fracasos. <input type="checkbox"/>
I 17. Cuando he perdido, me ha sido difícil aceptarlo y no lo he superado del todo. <input type="checkbox"/>	18. Cuando he perdido, lo he superado pensando que después me tocará ganar. <input type="checkbox"/>
J 19. No me asusta lo difícil, estoy preparado para hacerle frente. <input type="checkbox"/>	20. Cuando se presenta algo difícil, no puedo enfrentarlo. <input type="checkbox"/>
K 21. Mis familiares y amigos tendrán que pagar por lo que compran de mi negocio. <input type="checkbox"/>	22. A mis familiares y amigos les daré fiado de mi negocio. <input type="checkbox"/>
L 23. Cuando realizo alguna tarea, lo hago sin la necesidad de un plan. <input type="checkbox"/>	24. Cuando realizo alguna tarea, siempre lo hago siguiendo un plan. <input type="checkbox"/>
M 25. Usaré el dinero necesario de mi negocio para sostener a mi familia y a mí. <input type="checkbox"/>	26. Usaré el dinero necesario de mi negocio para todo lo que mi familia necesite. <input type="checkbox"/>
N 27. Siempre aprendo algo en cada trabajo que tengo. <input type="checkbox"/>	28. Solo trabajo para ganar dinero, no me importa aprender. <input type="checkbox"/>
O 29. Me gusta preguntar e informarme antes de tomar una decisión. <input type="checkbox"/>	30. No necesito informarme para tomar una decisión. <input type="checkbox"/>
P 31. No me gusta negociar, prefiero hacer lo que otros me digan. <input type="checkbox"/>	32. Me gusta negociar, siempre gano. <input type="checkbox"/>
Q 33. Me gusta arriesgarme ante una buena oportunidad. <input type="checkbox"/>	34. No me gusta arriesgarme, aun cuando puedo salir ganando. <input type="checkbox"/>
R 35. Tengo problemas para expresar mis ideas. <input type="checkbox"/>	36. Cuando converso, entiendo y me entienden todos. <input type="checkbox"/>
S 37. Me adapto fácilmente a los cambios. <input type="checkbox"/>	38. Me cuesta mucho adaptarme a los cambios. <input type="checkbox"/>
T 39. Cuando he prestado dinero, pido garantías y me aseguro que me paguen. <input type="checkbox"/>	40. Cuando he prestado dinero, no he podido recuperarlo por completo. <input type="checkbox"/>

Firma de postulante

Huella digital



CALIFICACIÓN FINAL DEL THAE



INSTRUCCIONES:

La calificación debe ser realizada solo por el personal focalizador del Programa y/o

Proyecto

Si el joven postulante marcó el enunciado correcto, se deberá marcar "X".

Si las claves marcadas por los jóvenes no coinciden con los enunciados acertados, se debe colocar cero ("0")

Sumar todas las respuestas correctas y colocar el total obtenido

ENUNCIADOS ACERTADOS		CLAVES REGISTRADAS POR EL POSTULANTE
A	2	
B	3	
C	6	
D	7	
E	10	
F	12	
G	13	
H	15	
I	18	
J	19	
K	21	
L	24	
M	25	
N	27	
O	29	
P	31	
Q	33	
R	36	
S	37	
T	39	
TOTAL		

Habilidades y aptitudes priorizadas en el "Test de Habilidades y Actitudes Emprendedoras" (THAE)

MOTIVACIÓN PARA INICIAR O MEJORAR UN NEGOCIO	2.- Consulta con mi familia para tomar decisiones sobre el uso de mi dinero. 3.- Sólo colaboro cuando me lo piden.
CAPACIDAD DE ASUMIR RIESGOS	6.- Deseo tener un negocio para llevar una mejor vida. 7.- Me gusta tomar decisiones, es fácil.
PERSEVERANCIA Y CAPACIDAD DE ENFRENTAR CRISIS	10.- A pesar de los problemas, siempre salgo adelante. 12.- Actúo con decisión y me adelanto a lo que pueda ocurrir.
ACTITUD HACIA Y DE LA FAMILIA	13.- Cuando hago lo que me gusta, mis seres queridos me entienden. 15.- Siempre me esfuerzo para hacer lo que me gusta.
EVALUAR RIESGOS	18.- Cuando he perdido, lo he superado pensando que después me tocará ganar. 19.- No me asusta lo difícil, estoy preparado.
HABILIDAD PARA CONCILIAR CON LA FAMILIA Y NEGOCIOS	21.- Mis familiares y amigos tendrán que pagar por lo que compran de mi negocio. 24.- Cuando realizo alguna tarea, siempre la hago bien.
HABILIDAD PARA TOMAR DECISIONES	25.- Usaré el dinero necesario de mi negocio para sostener a mi familia y a mí. 27.- Siempre aprendo algo en cada trabajo.
CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DEL NEGOCIO	29.- Me gusta preguntar e informarme antes de tomar una decisión. 31.- No me gusta negociar, prefiero hacer lo que me gusta.
HABILIDAD PARA NEGOCIAR	33.- Me gusta arriesgarme ante una buena oportunidad. 36.- Cuando converso, entiendo y me explico.
INICIATIVA	37.- Me adapto fácilmente a los cambios. 39.- Cuando he prestado dinero, pido ganancias.

(*) En los casos en que los puntajes alcanzados coincidan, se priorizará a los postulantes con los siguientes criterios y respectivo orden: jóvenes jefes de hogar con carga familiar, igualdad de género y discapacidad.

ANEXO 2: LISTA DE BENEFICIARIOS DEL MARCO POBLACIONAL

N°	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	DNI	Provincia
1	Chalan	Briones	Manuel Rubén	73021925	Cajamarca
2	Chávez	Cortez	Fabián	72281646	Cajamarca
3	Chuquilin	Ramos	Persida Liliana	75590079	Cajamarca
4	Correa	Portal	Katty Anabely	46523013	Cajamarca
5	Cueva	Castrejon	Flor Mavila	47088508	Cajamarca
6	Culqui	Terán	Rocio Milagros	46635357	Cajamarca
7	De la cruz	Salazar	Mark Alexander	72437894	Cajamarca
8	Huaccha	Minchan	Veronica	46463470	Cajamarca
9	Lopez	Diaz	Sandra Milagritos	45285627	Cajamarca
10	Machuca	Chavez	Flor Esmilda	70041347	Cajamarca
11	Mantilla	Estrada	Jaime Ruben	71943017	Cajamarca
12	Medina	Terrones	Yessenia	47116731	Cajamarca
13	Medina	Narva	Luz Elita	76762103	Cajamarca
14	Ocas	Cabanillas	Alex Pascual	47903210	Cajamarca
15	Plasencia	Tapia	Donatila de Lourdes	43592707	Cajamarca
16	Salazar	Chuquimango	César	47308383	Cajamarca
17	Solano	Terrones	Irma Noemi	73788192	Cajamarca
18	Terrones	Calderon	Cecilia Susana	75250887	Cajamarca
19	Vásquez	Huamán	Gloria Luz	47066816	Cajamarca
20	Yopla	Landa	María Adelayda	47317739	Cajamarca
21	Alcantara	Vilca	María Susana	46707831	Cajamarca
22	Ayala	Alaya	Dorali	45725330	Cajamarca
23	Balarezo	Rojas	Keiko Piel	47479179	Cajamarca
24	Castrejon	Cueva	Jhoan Almilcar	46732585	Cajamarca
25	Cotrina	Cabanillas	Elqui Martin	72228535	Cajamarca
26	Durán	Gutiérrez	Mayra Jhanet	76825408	Cajamarca
27	Guevara	Vásquez	Martín Alexander	74660973	Cajamarca
28	Ilman	Cotrina	Damaris Rocio	47366726	Cajamarca
29	Juarez	Cusqusiban	Esther	70816230	Cajamarca
30	Julon	Huamán	Roxana	44111331	Cajamarca
31	Martos	Paico	Liliana	46838168	Cajamarca
32	Mego	Caruajulca	Virginia Yulisa	45906125	Cajamarca
33	Morales	Martínez	Antony Omar	74133196	Cajamarca
34	Quispe	Matos	Claudia	70371421	Cajamarca
35	Rojas	Chancahuana	Sileny	74314314	Cajamarca
36	Saucedo	Terán	Segundo Ranulfo	47466775	Cajamarca
37	Terrones	Quito	Diana Jackeline	44236397	Cajamarca
38	Terrones	Quito	Elen Karina	44655455	Cajamarca
39	Tirado	Carrera	Alicia	45930820	Cajamarca
40	Villanueva	Rojas	Cintia Yanela	73825796	Cajamarca
41	Abanto	Rios	Leidyn Marilyn	47262291	Cajamarca
42	Acuña	Becerra	Irma Vanesi	46949305	Cajamarca
43	Acuña	Acuña	Flor Giovanny	43581055	Cajamarca
44	Aliaga	Vilela	Ana Karen	47279941	Cajamarca
45	Asencio	Huaccha	Javier	71882710	Cajamarca

46	Cabrera	Castope	Teresa Maheli	45441634	Cajamarca
47	Carrasco	Llanos	Katery Yolanda	45327254	Cajamarca
48	Castope	Chalan	Martha Karina	71818198	Cajamarca
49	Chuquiruna	Rivera	Pedro Alex	48689340	Cajamarca
50	Cueva	Yopla	Julio César	76583770	Cajamarca
51	Gallardo	Alcántara	Elmer Segundo	76903748	Cajamarca
52	Huaman	Infante	José Sidrac	60340145	Cajamarca
53	Julcamoro	Chuquimango	Monica	43141249	Cajamarca
54	Limay	Aquituari	Diana Carolina	47037263	Cajamarca
55	Limay	Aquituari	Mary Elizabeth	47065950	Cajamarca
56	Mendoza	Romero	Yessica Jackelin	46178090	Cajamarca
57	Paucar	Pérez	Walter	46606683	Cajamarca
58	Portal	Flores	Erla Maricel	72463618	Cajamarca
59	Teran	Huamán	Noemí Rocio	45076257	Cajamarca
60	Terrones	Gil	Dolores Elizabeth	45460927	Cajamarca
61	Bruno	Pinedo	Diana Yudit	71054393	Cajamarca
62	Bustamante	Gonzales	José Luis	48625704	Cajamarca
63	Cabrera	Aliaga	Harol Elizabeth	75104929	Cajamarca
64	Cabrera	Novoa	Gloria Ivon	43831036	Cajamarca
65	Calua	Pérez	Victoria Liliana	45392549	Cajamarca
66	Chavez	Llanos	Nestor	46521155	Cajamarca
67	Chilón	Ishpilco	Adiel	70028024	Cajamarca
68	Dilas	Ynfante	María Doris	43608605	Cajamarca
69	Huamán	Zavaleta	César Nilson	43467250	Cajamarca
70	Llanos	Ispilco	Liliana Lisbeth	46933301	Cajamarca
71	Malca	Becerra	Deisy Yudith	74530826	Cajamarca
72	Pizán	Flores	Mary Elsy	48198955	Cajamarca
73	Pompa	Villanueva	Emilia Magali	47860222	Cajamarca
74	Quiroz	Torres	Vilma	76562273	Cajamarca
75	Quispe	Lopez	Ana María	44886786	Cajamarca
76	Sangay	Huaccha	Gilmer	43438767	Cajamarca
77	Torres	Guevara	Mary Flor	70991756	Cajamarca
78	Urbina	Izquierdo	Deysi Magali	46502040	Cajamarca
79	Zambrano	Infante	Liliana Judiht	73126192	Cajamarca
80	Zelada	Pinedo	César	45647821	Cajamarca
81	Chávez	Hernández	Romel Paquito	73440080	Cajamarca
82	Chilón	Pompa	Erika Nancy	76825549	Cajamarca
83	Correa	Chávez	Welser Anthony	71114889	Cajamarca
84	Cortez	Quispe	Fanny Lisseth	71937727	Cajamarca
85	Cueva	Julca	Lupe Hisel	47120253	Cajamarca
86	Cusquisiban	De la Cruz	Moisés	47548270	Cajamarca
87	Gamarra	Nuñez	Ghisella Lucila	43000247	Cajamarca
88	Gómez	Alcántara	Luis Antony	70202623	Cajamarca
89	Huaccha	Tafur	Katherin	73025201	Cajamarca
90	Huamán	Flores	Rosa Antolina	46692491	Cajamarca
91	León	Morales	María Natalia	74074109	Cajamarca
92	Longa	Gamboa	Flor Tania	73643520	Cajamarca
93	López	Valdez	Domiciano	47726502	Cajamarca
94	Montoya	Céspedes	Ronal Wily	46245486	Cajamarca
95	Ponce	Chávez	Juan Augusto	45810673	Cajamarca
96	Tarrillo	Saavedra	Julia	45822802	Cajamarca

97	Terán	Culqui	Olivia Beatriz	48450060	Cajamarca
98	Trigoso	Galarreta	Gerald Diego	43615638	Cajamarca
99	Villanueva	Ruíz	Heder Luis	45319056	Cajamarca
100	Yopla	Herrera	Elita	70399906	Cajamarca
101	Adrianzen	Ruiz	Rumina Araceli	45561523	Cajamarca
102	Aliaga	Vilela	Luz Maria	73863304	Cajamarca
103	Briones	LLanos	Milagros Giovana	47352234	Cajamarca
104	Cachay	Rodriguez	Edinson Rudy	72072280	Cajamarca
105	Carrera	Pajares	Briseni	74740268	Cajamarca
106	Chalan	Raico	Deysi Patricia	46685916	Cajamarca
107	Díaz	Alvarado	Katherin Yusmara	47488563	Cajamarca
108	Flores	Vásquez	Nelly Lucero	73893954	Cajamarca
109	Gallo	Rojas	Anthony Paúl	73270557	Cajamarca
110	Huacccha	Izquierdo	María Erlita	43806780	Cajamarca
111	Manosalva	Arce	Evita	77535525	Cajamarca
112	Mosqueira	Bacón	Rosa Josefina	73826230	Cajamarca
113	Romero	Valencia	Raquel del Pilar	48218894	Cajamarca
114	Ruíz	Pérez	Nelly Elizabeth	71197258	Cajamarca
115	Soria	Barrera	Deysi Noemi	43584526	Cajamarca
116	Torres	Herrera	Cleide	45717066	Cajamarca
117	Vargas	Moreno	Miguel Rodrigo	70191787	Cajamarca
118	Villanueva	Flores	Natalia Olga	46274774	Cajamarca
119	Villanueva	Calla	Magaly Guianine	71985313	Cajamarca
120	Zambrano	Infante	Elvis	72879832	Cajamarca
121	Abanto	Carranza	Neuter Elvis	45200055	Cajamarca
122	Alcalde	Cerdán	Antonio Heli	71133403	Cajamarca
123	Bustamante	Cusquisiban	José Luis	66197570	Cajamarca
124	Carrasco	Alaya	Maritza Maribel	43427277	Cajamarca
125	Chávez	Tejada	Gilmer Jesús	46045159	Cajamarca
126	Chipana	Yupanqui	Edith	44403300	Cajamarca
127	Cusquisiban	Chilón	Alindor	47995996	Cajamarca
128	Cusquisiban	Muñoz	Martín	47535778	Cajamarca
129	Espinoza	Vásquez	Flor Liliana	47524317	Cajamarca
130	Infante	Ishpilco	Hamlet Merlin	71029317	Cajamarca
131	Ishpilco	Chilón	Ruben	70016837	Cajamarca
132	Ishpilco	Infante	Etelvina	71441315	Cajamarca
133	Ishpilco	Chilón	Sandra	71472814	Cajamarca
134	Mejia	Huatay	Heber Alexander	44137145	Cajamarca
135	Pajares	Durand	Erika Margoth	46986949	Cajamarca
136	Rodriguez	Terán	Rosmery Soledad	47387320	Cajamarca
137	Terán	Cahuana	José Zacarias	44493488	Cajamarca
138	Vásquez	Acuña	Franklin Saul	71966180	Cajamarca
139	Vera	Hernández	Luis Fernando	72647110	Cajamarca
140	Yopla	Herrera	Elmer	76582994	Cajamarca
141	Calua	Villanueva	Polet Yakeline	46583157	Cajamarca
142	Caruanambo	Goicochea	Jessica Roxana	72541697	Cajamarca
143	Cerquín	Silva	Edita	71206498	Cajamarca
144	Cortez	Jara	Kateri	46700913	Cajamarca
145	Gallardo	Mantilla	Luis Fernando	48811504	Cajamarca
146	Goicochea	Cerquin	Elio Hernan	48653354	Cajamarca
147	Huatay	Mosqueira	Segundo Cruz	43600538	Cajamarca

148	Lucano	Mantilla	Consuelo Dolores	44184871	Cajamarca
149	Marcelo	Rodriguez	Agustina	45733708	Cajamarca
150	Mendoza	Sánchez	Ana Cristina	46669436	Cajamarca
151	Ocas	De la Cruz	Marco Antonio	48376120	Cajamarca
152	Ocas	Bacón	María Margarita	45431918	Cajamarca
153	Quispe	Choque	Mary Carmen	47930998	Cajamarca
154	Quispe	Choque	Ruth Margarita	48668173	Cajamarca
155	Rodríguez	Vásquez	Carmen Rosa	47269694	Cajamarca
156	Salazar	Huaman	Maria Edita	73369115	Cajamarca
157	Saldaña	Alva	Edgar	76956447	Cajamarca
158	Sánchez	Chaiña	Ethel Stefany Maribel	73079563	Cajamarca
159	Vásquez	Sifuentes	Rosa Lila	45479106	Cajamarca
160	Yupanqui	Arce	Herlinda Gisela	46985732	Cajamarca
161	Alaya	Huamán	Mary Luz	72944528	Cajamarca
162	Azañero	Vera	Deisy Esther	47988563	Cajamarca
163	Bueno	Gallardo	Eli Margarita	44113940	Cajamarca
164	Chávez	Murga	Luz Magaly	76352996	Cajamarca
165	Chugnas	Huatay	Martha Magali	73829064	Cajamarca
166	Gallardo	Cerquín	Rafael	47956822	Cajamarca
167	García	Villanueva	Eduar Eduardo	47254831	Cajamarca
168	Goicochea	Linares	Luz Edith	70752615	Cajamarca
169	Gutierrez	Calderón	Karolay	73266838	Cajamarca
170	Huaman	Huaripata	German	47618168	Cajamarca
171	Huaman	Llanos	Segundo Francisco	45327259	Cajamarca
172	Huamán	Castrejón	Genaro	47120049	Cajamarca
173	Machuca	Briones	Haydee Nieves	45001699	Cajamarca
174	Novoa	Rodriguez	Leydi Dayan	48528292	Cajamarca
175	Pachamango	Terrones	Jorge Luis	45913644	Cajamarca
176	Rojas	Ramirez	Elizabeth	71957248	Cajamarca
177	Sánchez	Goicochea	Raúl	45796912	Cajamarca
178	Tafur	Gutierrez	Juan Miguel	70039875	Cajamarca
179	Tanta	Mantilla	María Mercedes	44576774	Cajamarca
180	Terrones	Toledo	Javier	45350986	Cajamarca
181	Chalán	Ocas	Luis	44207827	Cajamarca
182	Chiuca	Sandoval	Nataly Beatriz	73829314	Cajamarca
183	Gálvez	Tarrillo	Marleni Yuliza	46986950	Cajamarca
184	Guayan	Goicochea	David	47551983	Cajamarca
185	Huatay	Luicho	Luz Elena	73372964	Cajamarca
186	Huatay	Luicho	Jaime	47650850	Cajamarca
187	Izquierdo	Vásquez	Jean Carlos	72120041	Cajamarca
188	Julca	Chunque	Luz Hermelinda	47690759	Cajamarca
189	Llanos	Soriano	Katherine Bernabeth	75046904	Cajamarca
190	Lucano	Vargas	Nancy Esther	70212079	Cajamarca
191	Mantilla	Quiliche	Roxana Judith	48509298	Cajamarca
192	Novoa	Cerquín	Lidia	71606081	Cajamarca
193	Ocas	Escobal	Segundo Casimiro	70256161	Cajamarca
194	Ocas	Huamán	José Fernando	46964786	Cajamarca
195	Quiliche	Quiliche	Manuela	71606086	Cajamarca
196	Quispe	Yupanqui	Reyna Guicela	47507617	Cajamarca
197	Rudas	Luicho	Jose Abelino	72946510	Cajamarca

198	Ruiz	Bustamante	Deisy Araceli	47152154	Cajamarca
199	Saldaña	Vargas	Yovana	70212082	Cajamarca
200	Zelada	Cotrina	Roxana	43745429	Cajamarca
201	Aguilar	Escobal	Sarita	48652383	Cajamarca
202	Aguilar	Escobal	Martha	63782483	Cajamarca
203	Ayala	Colorado	Samuel	71206482	Cajamarca
204	Briones	Cueva	Eva	44907394	Cajamarca
205	Briones	Valera	Kharin	70970190	Cajamarca
206	Castillo	Culqui	Edith Vanesa	75071370	Cajamarca
207	Cortez	Requelme	Wilmer Alexander	47973149	Cajamarca
208	Díaz	Requelme	María Irene	48286776	Cajamarca
209	Gonzales	Tello	Shery Milene	75076519	Cajamarca
210	Gutierrez	Culqui	Patricia	71971365	Cajamarca
211	Huamán	Chaupe	Veronica Vanessa	48728826	Cajamarca
212	Huaripata	Huaripata	William Omar	47359717	Cajamarca
213	Huaripata	Castrejon	Florencio	45011036	Cajamarca
214	Julca	Llico	Miriam	47448199	Cajamarca
215	Ordoñez	Otoleas	Juan Carlos	48685702	Cajamarca
216	Ordoñez	Llasac	Saúl	76514836	Cajamarca
217	Ramirez	Llanos	Cecilia	47577095	Cajamarca
218	Rodriguez	Culqui	Rebeca	45986997	Cajamarca
219	Vásquez	Sánchez	Candelaria	47785355	Cajamarca
220	Vigo	Díaz	Clara Luz	47726511	Cajamarca
221	Aguilar	Lucano	Janet	48201867	Cajamarca
222	Alvarado	Terrones	Juan Nelson	71940825	Cajamarca
223	Alvarado	Quispe	Elisa	47428443	Cajamarca
224	Bautista	Heras	edilberto	72278724	Cajamarca
225	Cabellos	Roncal	Santos Marisol	47660851	Cajamarca
226	Carrera	Cerna	Robert Adolfo	71214978	Cajamarca
227	Chávez	Llanos	Nando	77176419	Cajamarca
228	Chávez	Llanos	Susana	48184196	Cajamarca
229	Cortez	Briones	Matias	44476998	Cajamarca
230	Cueva	Requelme	Deni	62280025	Cajamarca
231	Díaz	Luicho	Jesús	46581208	Cajamarca
232	Estacio	Requelme	Samuel	46909785	Cajamarca
233	Estacio	Requelme	Milton	77176424	Cajamarca
234	Izquierdo	Valera	Katherine Gabriela	47683806	Cajamarca
235	Julca	Llico	Vilma Roxana	75088744	Cajamarca
236	Llico	Llanos	Mardeli	70991735	Cajamarca
237	Mantilla	Culqui	María Ines	47476930	Cajamarca
238	Ramirez	Llanos	Cèsar Humberto	46571176	Cajamarca
239	Sánchez	Gonzales	Liz Janet	47816556	Cajamarca
240	Yopla	Díaz	David	46505624	Cajamarca
241	Alvarado	Gutierrez	Graciela Isabel	46700903	Cajamarca
242	Alvarado	Gutierrez	Justina	44391074	Cajamarca
243	Alvarado	Huaripata	Hugo Fernando	73271325	Cajamarca
244	Culqui	Mosqueira	Roxana	48042692	Cajamarca
245	Goicochea	Pajares	Magaly	47017017	Cajamarca
246	Gutierrez	Colorado	Elvis Anibal	77175137	Cajamarca
247	Llico	Chucchucan	Homero	71967686	Cajamarca
248	Mantilla	Requelme	María Esperanza	71472003	Cajamarca

249	Mantilla	Requelme	Segundo Valentin	71201356	Cajamarca
250	Micha	Bueno	Ricardo	48611382	Cajamarca
251	Peregrino	Reyes	Angelica María	73063405	Cajamarca
252	Portal	Llico	Luz Angelica	46900176	Cajamarca
253	Portal	Alvarado	Alex Wilfredo	71200840	Cajamarca
254	Quiliche	Tello	Judith Maribel	76412071	Cajamarca
255	Rodriguez	Culqui	Silvia	47451238	Cajamarca
256	Sánchez	Moreno	Maribel	48425942	Cajamarca
257	Sánchez	Quiroz	Ycenia Ycela	75080321	Cajamarca
258	Silva	Salazar	Zulema Teodocia	71232314	Cajamarca
259	Tasilla	Alvarado	Deysi	71201291	Cajamarca
260	Vera	Portal	María Florinda	46752671	Cajamarca
261	Bueno	Alvarado	María Anita	76470247	Celendin
262	Chávez	Rodriguez	Angel Rony	45600541	Celendin
263	Chávez	Cachay	Gladys Jovana	48115559	Celendin
264	Davila	Silva	Rosmeri	47678652	Celendin
265	Díaz	Gutierrez	Lenin Ricardo	47561575	Celendin
266	Díaz	Hoyos	Elena Roxana	46117670	Celendin
267	Huamán	Becerra	Norma Betty	47062064	Celendin
268	Lozano	Vásquez	Eti Liliana	76065881	Celendin
269	Lozano	Chávez	Dilmer Abel	48266322	Celendin
270	Moreno	Ortiz	Nelson	76373131	Celendin
271	Muñoz	Chacon	Guicela Del Carmen	45328644	Celendin
272	Pereyra	Ortiz	Harol Carlos	46821277	Celendin
273	Rimache	Espinoza	Melania	73624842	Celendin
274	Rosado	Ortiz	Lenin Marlon	47542910	Celendin
275	Rubio	Barboza	Melisa Anany	72727330	Celendin
276	Salazar	Díaz	Gady Milena	47700567	Celendin
277	Sánchez	Lozano	Rosa Mercedes	71595126	Celendin
278	Sánchez	Lozano	Elita Angelica	47908486	Celendin
279	Soto	Salazar	Mirian Mercedes	46348640	Celendin
280	Villar	Ortiz	Karla Dalith	72910600	Celendin
281	Bustamante	Lopez	Elder	46518586	Celendin
282	Chavarry	Isquierdo	Erlin David	77911870	Celendin
283	Chávez	Tejada	María Katherine	48413828	Celendin
284	Chávez	Tejada	Rosa Magdalena	44322147	Celendin
285	Chávez	Rojas	Flor Marianela	46726957	Celendin
286	Correa	Palma	Marcela	77384569	Celendin
287	Cortez	Malca	Klever	47130464	Celendin
288	Díaz	Delgado	Aladino	73654836	Celendin
289	Duran	Zamora	María Hilda	45993295	Celendin
290	Fernandez	Muñoz	Sonia Jhaneth	47701319	Celendin
291	Guevara	Mego	Neidi Rosibel	48817675	Celendin
292	Herrera	Cerdan	Clara Yudit	47449502	Celendin
293	Medina	Palma	Sonia Deisy	77436687	Celendin
294	Oyarce	Silva	Rosario Del Carmen	45319124	Celendin
295	Rios	Rodriguez	Ana Guicela	48335027	Celendin
296	Rocha	Mayta	Antonia	44833312	Celendin

297	Sánchez	Pinedo	Nadia Anais	72671951	Celendin
298	Silva	Cojal	Nilda	47698917	Celendin
299	Velasquez	Díaz	Oscar	44667973	Celendin
300	Velasquez	Zelada	Evelin Lizeth	48114327	Celendin
301	Alva	Paredes	Leyvi Jhonatan	77330362	Celendin
302	Cacho	Cáceres	Elias Manuel	71788737	Celendin
303	Castrejon	Mendoza	Lidia Esperanza	46081952	Celendin
304	Chávez	Pereyra	Mariela Elizabeth	46929094	Celendin
305	Chávez	Chacón	Francisco	44459033	Celendin
306	Chávez	Silva	Marina Celinda	47844985	Celendin
307	Cojal	Muñoz	Jhonatan Jean Carlos	48317070	Celendin
308	Cruzado	Manosalva	Neydi Raquel	73233274	Celendin
309	Cruzado	Manosalva	Hilda Milagros	47394199	Celendin
310	Cruzado	Chávez	Damián	44798773	Celendin
311	Díaz	Oyarce	Rosario Maribel	74396320	Celendin
312	Díaz	Vásquez	Yoni	48080276	Celendin
313	Hernandez	Aguirre	Segundo Jeremias	71532137	Celendin
314	Hernandez	Aguirre	Henemias	71532142	Celendin
315	López	Vargas	Gimer Alberto	47747687	Celendin
316	Mena	Díaz	Walter	48149323	Celendin
317	Muñoz	Manosalva	Haydee	71968126	Celendin
318	Paredes	Salazar	Rimber Isai	47172132	Celendin
319	Perez	Cachay	Edwar Elizer	47178281	Celendin
320	Vásquez	Barrena	Helita	47126300	Celendin
321	Barboza	Escobar	Willam Antonio	43559393	Celendin
322	Barboza	Nauca	Elizabeth	46864493	Celendin
323	Bardales	Hoyos	Segunda Enma	45812807	Celendin
324	Bazán	Chávarry	Lili Yhoana	44902196	Celendin
325	Cachay	Silva	Gloria	71600037	Celendin
326	Davila	Marin	Jimy Deyvis	47929253	Celendin
327	Espinoza	Mesia	Ofelia Albina	48054159	Celendin
328	Garay	Castañeda	Fran Kenedi	47045595	Celendin
329	Lozano	Chávez	Laqueli	47086354	Celendin
330	Mejia	Carreon	Juan	71606572	Celendin
331	Molocho	Gutierrez	Carmen Rosmeri	45592358	Celendin
332	Perez	Cotrina	Edwin Santiago	47755382	Celendin
333	Prado	Garay	Luis Smith	77050538	Celendin
334	Quispe	Tantalean	Jenny Liliana	44214853	Celendin
335	Sánchez	Huamán	Edwin	47272012	Celendin
336	Silva	Rojas	Elmer	43675516	Celendin
337	Silva	Castañeda	Oscar Martín	45519212	Celendin
338	Tello	Vilela	Jhaneth Mercedes	43175131	Celendin
339	Vásquez	Pompa	Inmer	71898987	Celendin
340	Zegarra	Montoya	Carlos Raúl	76573024	Celendin

ANEXO 3: INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS APLICADOS EN EL EEF

ENCUESTA SOCIO ECONÓMICA Y DE EMPRENDIMIENTO - LÍNEA 3
EVALUACIÓN FINAL - 13° CONCURSOCódigo de proyecto # de encuesta

A. DATOS GENERALES DEL BENEFICIARIO

A.1 Nombre completo A.2 No. de DNI

B. CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO

B.1 Desde que empezó el proyecto (mencionar nombre) hasta el día de hoy, ¿has estudiado algún curso de corta duración?

1 Si 2 No (Ir a C.1)

B.2 Curso seguido	B.3 Código
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

C. CONDICIÓN DE ACTIVIDAD

(Período de referencia:)

C.1 Del (día).... al (día).... del (mes) ¿eras el dueño o socio de un negocio/taller/empresa? 1 Si (Ir a C.6) 2 No C.2 Del (día).... al (día).... del (mes) ¿trabajaste en un negocio/taller/empresa de tu familia? 1 Si (Ir a C.6) 2 No C.3 Del (día).... al (día) ... del (mes) ¿realizaste algún trabajo o cachuelo? 1 Si (Ir a D.1) 2 No C.4 Aunque no trabajaste en ese período, ¿tenías algún trabajo al que seguramente ibas a volver? 1 Si (Ir a D.1) 2 No

C.5 ¿Por qué no buscaste algún trabajo? (Ir a F.1)

1 No hay trabajo 4 Falta de experiencia 7 Las tareas del hogar se lo impidieron 2 Se cansó de buscar 5 Sus estudios no lo permiten 8 Problema de salud 3 Por su edad 6 Falta de documentos 9 Otro

C.6 Si C.1=1, Además del negocio/taller, ¿realizaste del (día).... al (día).... del (mes)... algún trabajo como dependiente?

1 Si 2 No (Ir a E.1)

C.7 ¿Cuál consideras que es tu ocupación principal?

1 El trabajo en el negocio (Ir a E.1) 2 El trabajo dependiente (Ir a D.1)

D. OCUPACIÓN DEPENDIENTE (SOLO SI C.3=1 o C.4=1)

(Período de referencia:)

D.1 ¿Cuál es la ocupación principal que desempeñaste entre el (día)..... y el (día).....?

Cod.

D.2 ¿Cuáles son las principales tareas que realizaste en tu ... (mencionar ocupación principal)?

D.3 ¿Este trabajo lo realizaste(leer alternativas)?

1 En la chacra/negocio familiar sin pago alguno 4 En una institución del sector público 2 En un hogar 5 Otro (especificar)..... 3 En una empresa privada

D.4 ¿A qué se dedica el negocio o empresa para la que trabajaste?

Cod.

D.5 ¿Cuántas horas trabajaste del (día)..... al (día)..... en tu ocupación principal?

1 Domingo 3 Martes 5 Jueves 7 Sábado 2 Lunes 4 Miércoles 6 Viernes 8 Total

D.6 ¿En tu ocupación (mencionar nombre).... te pagan... (encuestador, leer alternativas)?

1 Diario 2 Semanal 3 Quincenal 4 Mensual D.7 ¿Cuánto fue el último ingreso que recibió por (mencionar ocupación) en(mencionar frecuencia de D.6) ? D.8 ¿Tienes seguro de salud? 1 Sí, ESSALUD 2 Sí, SIS 3 Sí, seguro privado 4 No D.9 Sólo si D.8=1 o 2 o 3, ¿Este seguro de salud ha sido entregado por tu empleador? 1 Si 2 No

D.10 ¿El sistema de pensiones al cuál estás afiliado es.....?

1 Sistema Privado de Pensiones (AFP) 2 Sistema Nacional de Pensiones (ONP) 3 Otro..... 4 Ninguno

D.11 ¿Bajo qué tipo de contrato trabajaste en esta ocupación?

1 Contrato indefinido, permanente 4 Convenio de Formación Laboral Juvenil 7 Locación de Servicios, SNP 2 Contrato a plazo fijo 5 Prácticas pre profesionales 8 Otro (Especifique) 3 Estuvo en período de prueba 6 Contrato de aprendizaje 9 No Sabe

D.12 En ese trabajo, negocio o establecimiento ¿cuántas personas trabajan?

1 Sólo yo trabajo 3 De 11 a 20 personas 5 De 51 a 100 personas 7 Más de 500 personas 2 Menos de 10 personas 4 De 21 a 50 personas 6 De 101 a 500 personas

E. SOBRE EL NEGOCIO (Sólo si C.1=1)

E.1 ¿A qué se dedica tu negocio/taller/empresa?

Cod.

E.2 ¿En qué fecha se inició tu negocio/taller/empresa?

mes	año
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Nota: Encuestador, verificar la respuesta de E.3 con la información dada por el beneficiario en la línea de base.

E.3 ¿Este negocio es el mismo que tenías antes del proyecto ... (mencionar nombre)?

1 Si (Pasar a E.8) 2 Antes del proyecto no tenía negocio/taller/empresa 3 No

E.4 ¿Quién formó el negocio?

1 Sólo yo 3 Solo familiares 5 Familiares, socios y yo
 2 Algún familiar y yo 4 Familiares y socios 6 Terceras personas (negocio comprado/transferido)

E.5 ¿Tú eres el único dueño del negocio o tienes socios?

1 Sí, Soy el único dueño 2 Tengo socios familiares 3 Tengo socios que no son familiares

E.6 Sólo si E.4=1, 2, 5 ¿Por qué razón decidiste formar este negocio? (respuesta múltiple)

1. No encontró trabajo asalariado 3. Por tradición familiar 5. Controlo mi tiempo
 2. Obtiene mayores ingresos como trabajador independiente 4. Quiere ser independiente 6. Otro

E.7 ¿El negocio/taller/empresa está registrado como ... (leer alternativas)?

1. Persona natural con negocio propio con RUC
 2. Persona Natural con negocio propio y Registro Único Simplificado (R.U.S)
 3. Persona Natural con negocio propio y Régimen Especial de Impuestos a la Renta (R.E.I.R.)
 4. Persona Jurídica como empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L.)
 5. Ninguno

E.8 Sólo si E.4=1, 2, 5 ¿Por qué razón formó (ron) la empresa en ese giro del negocio? (respuesta múltiple)

1. Yo o uno de mis socios habíamos tenido un negocio en ese giro 6. Es un giro fácil de manejar
 2. Yo o uno de mis socios habíamos trabajado como dependiente en ese giro 7. Es un giro rentable
 3. Es un giro que requiere poca inversión 8. Por tradición familiar
 4. En la zona no había muchos competidores 9. Por recomendación del proyecto
 5. Es un giro con demanda (actual y/o potencial) 10. Otro

E.9 ¿Tu negocio/taller/empresa está ubicada en (leer alternativas)?

1 Taller o local comercial dentro de la vivienda 5 Puesto fijo/improvisado en mercado de abastos
 2 Local en un establecimiento diferente a la vivienda 6 En el domicilio de los clientes
 3 En la vía pública, sin puesto fijo 7 Otro (especificar)
 4 En la vía pública, puesto fijo

E.10 ¿Tu negocio cuenta con..... (leer alternativas)? 1 = Si, 2 = No

1 RUC 5 Planilla de personal 9 Cuenta bancaria
 2 Minuta de Constitución 6 Licencia de funcionamiento 10 Cuenta de correo electrónico
 3 Inscripción en SUNARP 7 Declaración Anual ante SUNAT 11 Página web
 4 Libros contables 8 Inscripción en REMYPE

E.11 ¿Tu negocio entrega siempre facturas o boletas a tus clientes?

1 Sí, siempre 2 Sólo cuando el cliente lo pedía 3 Nunca

E.12 ¿Tu negocio lleva un registro de las compras a tus proveedores?

1 Si 2 No (Ir a E.15)

E.13 Sólo si E.11=1, ¿Cómo es el registro de las compras a tus proveedores?

1 Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre 3 Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo siempre
 2 Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando 4 Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando

E.14 Sólo si E.11=1, ¿el registro de compras de tus proveedores para qué te sirve?

1 Para saber cuanto gasto en el negocio 3 No lo uso para nada
 2 Para saber la ganancia de mi negocio 4 Otro

E.15 ¿Qué tomas en cuenta para elegir a tus proveedores?

1 Que sean mis amigos 5 Que tengan el producto cuando lo solicito
 2 Que me ofrezcan un producto de calidad 6 Que estén ubicados cerca de mi negocio
 3 Que me ofrezcan descuentos 7 Que sean recomendados por un amigo/familiar
 4 Que me ofrezcan cancelar el producto después 8 Otra.....

E.16 ¿Tu negocio lleva un registro de las ventas realizadas en tu negocio? 1 Si 2 No (Ir a E.19)

E.17 ¿Cómo es el registro de las ventas que realizas en tu negocio?

1 Ea un registro en un libro formal y lo realizo siempre 3 Es un registro informal y lo realizo siempre
 2 Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando 4 Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando

E.18 ¿El registro de ventas de tu negocio para qué te sirve?

- 1 Para saber cuanto ingresa a mi negocio 3 No lo uso para nada
 2 Para saber la ganancia de mi negocio 4 Otro

E.19 En tu negocio/taller o empresa:

1= Sólo yo, 2=Yo con mis socios, 3 = Sólo mis socios, 4=Trabajadores, 5= Trabajadores y yo, 6=Otras personas, 7=No corresponde/no se realiza la actividad

- E.19.1 ¿Quién realiza la producción/venta/servicio? E.19.5 ¿Quién determina el precio de venta de su producto/servicios?
 E.19.2 ¿Quién controla los gastos de la empresa? E.19.6 ¿Quién determina la ganancia de su producto/servicio?
 E.19.3 ¿Quién decide la compra de equipos? E.19.7 ¿Quién consigue los clientes?
 E.19.4 ¿Quién negocia con los proveedores?

E.20 Actualmente, ¿cómo determina el precio de sus productos?

- 1 Averiguo el precio en otros negocios cercanos 3 Aplico lo aprendido en las capacitaciones brindada por el proyecto
 2 Agrego un porcentaje de ganancia al costo del producto % 4 Otro

E.21 ¿Haces algo para conseguir nuevos clientes? 1 Si 2 No (Ir a E.23)

E.22 ¿Qué haces para conseguir nuevos clientes?

- 1 Reparto volantes 3 Difundo mis productos por el internet 5 Hago visitas puerta a puerta
 2 Realizo promociones 4 Asisto a ferias 6 Otra.....

Encuestador : En las preguntas E.23 y E.24, el período de referencia son los últimos 12 meses previos a la selección del beneficiario

Período de referencia : Desde de 201..... hasta de 201.....

E.23 Entre (señalar el período de referencia) ¿en qué meses las ventas de su negocio fueron altas/bajas/normales? (Marcar con X donde corresponda)

Temporada	Ene.	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
Alta												
Baja												
Normal												
Ninguna producción/venta												

E.24 Entre (señalar el período de referencia) ¿Cuáles han sido las ventas por temporada de tu negocio/taller/empresa? De esa cantidad ¿cuánto queda para tí? (En Nuevos Soles)

Temporada	Ventas	Ganancia
Mes de temporada alta		
Mes de temporada baja		
Mes Normal		
Mes sin producción/ventas		

Entrevistador: Calcule estos montos al término de la entrevista para consistencia de la información.

Nº meses con venta: 1/	Total ventas	Total ganancias
	S/.	S/.

E.25 En ... (mes previo a la salida del beneficiario del proyecto), ¿Cuántos trabajadores había en tu negocio? (no considere al beneficiario)

Tipo de trabajadores por permanencia en el negocio/taller o empresa:		
Eventuales	Permanentes	Total

Tipo de trabajadores por relación con el dueño:			
Familiares remunerados	TFNR	No familiares	Total

E.26 ¿Cuántas horas al día estaba abierto tu negocio?

1. Lunes a viernes	2. Sábado	3. Domingo

E.27 ¿Cómo se financiaba tu empresa/taller/negocio? (Marcar todas las alternativas que correspondan)

1. Recursos propios 4. Préstamo de clientes 7. Préstamo de ONG
 2. Recursos de familiares/amigos 5. Préstamo de Bancos 8. Otro (especificar).....
 3. Préstamo de proveedores 6. Préstamo de Cajas Munic./Rurales

E.28 El ... (mes previo a la salida del beneficiario del proyecto) ¿Quiénes fueron tus principales clientes? (encuestador, anotar todas las alternativas que correspondan)

- 1 Ambulantes 6 Estado
 2 Mayoristas 7 Agente/empresa exportadora
 3 Consumidores individuales 8 Familiares/amigos/vecinos
 4 Empresas de menos de 10 trabajadores 9 Otro (especifique)
 5 Empresas de más de 10 trabajadores

E.29 ¿De dónde provienen tus clientes (encuestador, leer alternativas)? (marcar todas las alternativas que correspondan)

1. Distrito donde está ubicado el negocio 4. En otras regiones
 2. Provincia donde está ubicado el negocio (incluye alternativa anterior) 5. En el extranjero
 3. Región donde está ubicado el negocio

E.30 En la zona donde queda tu negocio, ¿aproximadamente cuántas empresas dedicadas al mismo giro del negocio existen?

E.31 ¿Por qué motivos tu empresa se encuentra ubicada en esta zona? (de ser el caso, considerar las 2 más importantes respuestas)

- | | | | |
|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 1. Vivo aquí/está muy cerca de mi casa | <input type="checkbox"/> | 5. Varias empresas del mismo rubro se ubican aquí | <input type="checkbox"/> |
| 2. Es una zona muy céntrica y comercial | <input type="checkbox"/> | 6. Es más económico el pago de servicios (alquiler de local, otros) | <input type="checkbox"/> |
| 3. Los proveedores están cerca | <input type="checkbox"/> | 7. Otros (especificar) | <input type="checkbox"/> |
| 4. Los clientes están cerca | <input type="checkbox"/> | | |

E.32 ¿Tu negocio pertenece a alguna organización/asociación/gremio/red empresarial? 1. Si 2. No (Pasará a F.1)

E.33 ¿Qué ventajas has conseguido de participar en esa organización/asociación/gremio empresarial?

(de ser el caso, considerar las 2 más importantes respuestas)

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. Acceder a información sobre nuevos clientes | <input type="checkbox"/> | 5. Capacitación sobre técnicas de producción | <input type="checkbox"/> | 9. Otro | <input type="checkbox"/> |
| 2. Acceder a información sobre nuevos proveedores | <input type="checkbox"/> | 6. Mejorar la producción | <input type="checkbox"/> | | |
| 3. Acceder a información sobre técnicas de producción | <input type="checkbox"/> | 7. Mejorar la calidad de mi producto | <input type="checkbox"/> | | |
| 4. Capacitación en mercado | <input type="checkbox"/> | 8. Red de contactos | <input type="checkbox"/> | | |

F. ACERCA DE LA PARTICIPACIÓN DEL BENEFICIARIO EN EL PROYECTO FINANCIADO POR FONDOEMPLEO

F.1 ¿Culminaste la capacitación? 1. Sí (Pasará F.3) 2. No 3. No participé de la capacitación

F.2 Sólo si F.1=2, ¿Por qué no la culminaste?

- | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
| 1. Mis estudios me lo impidieron | <input type="checkbox"/> | 4. Los horarios de la capacitación no me convenían | <input type="checkbox"/> |
| 2. Mi trabajo me lo impidió | <input type="checkbox"/> | 5. El lugar de la capacitación quedaba lejos | <input type="checkbox"/> |
| 3. No me gustó la capacitación | <input type="checkbox"/> | 6. Problemas familiares y/o de salud impidieron que continué | <input type="checkbox"/> |

F.3 Sólo si F.1=1, Sobre las siguientes frases, responde si estás "totalmente de acuerdo" "Parcialmente de acuerdo" "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo"

- 1 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó todos los conocimientos necesarios para crear un negocio
- 2 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar un negocio
- 3 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como formalizar el negocio
- 4 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información sobre cómo buscar financiamiento
- 5 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como gestionar a mis proveedores
- 6 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como identificar las fortalezas y debilidades de un negocio
- 7 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados
- 8 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de mi negocio
- 9 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión de mi negocio
- 10 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos productivos de mi negocio

F.4 ¿Consideras que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar/fortalecer tu negocio? 1 Sí (Pasará a F.6) 2 No

F.5 Si F.4=1, ¿Qué temas crees que debieron ser profundizados/desarrollados?

F.6 ¿Elaboraste un Plan de Negocios en el proyecto? 1 Sí, lo elaboré y lo terminé 2 Sí, lo elaboré pero no lo terminé 3 No (Pasará a F.9)

F.7 ¿Tu Plan de Negocios fue para crear un negocio o para fortalecer el negocio que ya tienes?

- 1 Fue para crear un negocio 2 Fue para fortalecer el negocio que ya tengo

F.8 ¿Cómo se llamó tu Plan de Negocios?

F.9 Como parte del proyecto, ¿participaste en un concurso para obtener capital semilla? 1 Sí 2 No (Pasará a F.12)

F.10 ¿Obtuviste el capital semilla? 1 Sí 2 No (Pasará a F.12)

F.11 ¿Qué hiciste con el dinero del capital semilla?

- 1 Lo invertí en el negocio 2 Lo gasté en otras actividades 3 Nada, lo tengo guardado 4 Otra.....

F.12 ¿Llegaste a implementar tu Plan de Negocios?

- 1 Sí, estoy implementándolo (Fin) 2 Sí, ya está operando (Fin) 3 No

F.13 ¿Por qué no llegaste a implementar tu Plan de Negocios?

- | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 1 No tengo recursos económicos para implementarlo | <input type="checkbox"/> | 3 No me interesa implementarlo | <input type="checkbox"/> |
| 2 Requero más capacitación para implementarlo | <input type="checkbox"/> | 4 Otro (especificar)..... | <input type="checkbox"/> |

F.14 ¿Piensas implementar tu Plan de Negocios en algún momento? 1 Sí 2 No

ANEXO 4-A

Instrumentos metodológicos cualitativos – Línea 3¹⁰

Metodología para evaluar a la Institución Ejecutora

Los puntos relevantes para evaluar el desempeño de la IE son los siguientes:

- a. Relevancia:** Está relacionada con el diseño del proyecto y se refiere a si se establecieron los objetivos correctos de acuerdo a la identificación de los problemas o necesidades reales. Su análisis debe enfocar los siguientes aspectos:
- Si la identificación de los problemas o necesidades de los beneficiarios fue adecuada.
 - Verificar si la propuesta estuvo alineada a un sector económico dinámico y/o con potencial de desarrollo en la zona de intervención (región/provincia/distrito).
 - Analizar si la identificación y establecimiento de sinergias con aliados/socios de la zona de intervención fue adecuada.
 - Identificar si hubo complementariedad y coherencia de las actividades con las realizadas por otras instituciones en el mismo entorno territorial.
 - El proyecto y la estrategia de intervención, tuvieron los siguientes aspectos:
 - La claridad y consistencia de los objetivos, propósito y resultados.
 - Si los indicadores de los objetivos estuvieron bien definidos y si permitieron medir adecuadamente los resultados obtenidos.
 - La estrategia de selección de los beneficiarios permite identificar a beneficiarios que cumplan los requisitos indicados en las bases del concurso.
 - Los temas de la capacitación para la elaboración de Planes de Negocios propuesto por la IE les asegura a los jóvenes contar con las competencias ofrecidas en el proyecto (en cuanto a temas y duración de la capacitación para la elaboración de los Planes de Negocios).
 - Los otros componentes diseñados por el proyecto brindan elementos suficientes para que los emprendimientos de los jóvenes sean viables en términos económicos y financieros.
 - Los riesgos y supuestos establecidos se adecúan a la realidad del proyecto y están adecuadamente definidos.
- b. Eficiencia:** Este criterio identifica cómo las actividades se han materializado en resultados, en términos de cantidad, calidad y cronograma previsto. La pregunta que se busca responder es: ¿Se hubiese podido lograr similares resultados con medios más económicos y con el mismo (o menor) tiempo de ejecución? El análisis de la eficiencia se debe enfocar en los siguientes aspectos:
- Manejo y gestión del proyecto por parte de la IE.
 - Manejo de la información del proyecto por parte de la IE.
 - Calidad de la focalización realizada.
 - Calidad de la capacitación recibida por los beneficiarios. Medida a partir de la revisión crítica de 10 Planes de Negocios elaborados por

¹⁰ Para la elaboración de algunos de estos instrumentos, FONDOEMPLEO ha considerado – total o parcialmente – preguntas formuladas por instituciones evaluadoras de anteriores concursos.

los jóvenes.

- Calidad del monitoreo interno de la IE y de los mecanismos establecidos por la IE para incorporar las recomendaciones del monitoreo externo de FE.
- Existencia de resultados no planificados.

c. Efectividad. El criterio de la efectividad, en relación al Marco Lógico (ML), es si se lograron los objetivos del proyecto después de su terminación. Esta relación se centra en la relación causal establecida en el ML entre componentes, propósito y fin del proyecto. Se centra en los siguientes aspectos:

- Si los servicios planificados fueron entregados y recibidos adecuada y efectivamente. Por tal razón, es importante conocer la percepción tanto de los beneficiarios como de la IE y organizaciones relacionadas al proyecto.
- Si los supuestos y riesgos fueron inválidos, o si no se tomaron en cuenta otros factores externos.
- Si la IE fue flexible para atender cambios del entorno.
- Si el compromiso y participación entre las instituciones que intervinieron fue el adecuado.
- Si resultados no planificados afectaron los beneficios recibidos.

d. Sostenibilidad. Este criterio analiza la probabilidad de que los resultados positivos del proyecto, a nivel de propósito, continúen después de que el financiamiento del proyecto termine. El análisis de la sostenibilidad podría enfocar los siguientes aspectos:

- La relación de los objetivos del proyecto con las políticas locales, regionales y nacionales, y si en la práctica existe la intención de ser replicadas por las autoridades distritales, provinciales y/o de la región.
- La capacidad organizacional e institucional, analizando el grado de compromiso de los beneficiarios y de sus organizaciones con el proyecto y si estas condiciones favorecen la sostenibilidad del proyecto.
- Si el presupuesto del proyecto fue adecuado para su propósito.
- Factores socio-culturales, es decir, si el proyecto está en sintonía con las percepciones de los beneficiarios sobre sus necesidades, problemas y posibles soluciones.

ANEXO 4-B

Instrumentos metodológicos cualitativos – Línea 3¹¹

Entrevista al MTPE de la región donde interviene el proyecto

1. ¿Cuál es la problemática laboral de los jóvenes en su región?
2. ¿Cuáles son los componentes indispensables que deben contemplarse en un proyecto que promueve el emprendimiento empresarial juvenil en su región?
3. ¿Cuáles son los riesgos que afronta este tipo de proyectos para lograr que los emprendimientos creados por los jóvenes sean viables y sostenibles en el tiempo?
4. ¿La promoción del emprendimiento empresarial juvenil es una prioridad de su institución? Justifique.
5. ¿Conoce del proyecto que viene ejecutando la IE? Explique.
6. Si respondió que sí en la pregunta anterior ¿El equipo del proyecto ha coordinado con su institución para la ejecución conjunta de actividades en apoyo del emprendimiento empresarial juvenil? Explique en qué consistió esa coordinación. Si respondió que sí coordinó, indique si considera que se han alcanzado los resultados esperados en el proyecto. Justifique.
7. En una intervención como la planteada por el proyecto, ¿Cuáles son las instituciones o actores que deberían involucrarse con el proyecto? ¿De qué manera debieran participar o involucrarse?

¹¹ Ídem al anterior.

**ANEXO 5: EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PLANES DE NEGOCIO PRESENTADOS
POR LOS BENEFICIARIOS (12)**

PLAN DE NEGOCIOS	MARÍA ADELAYDA YOPLA LANDA			PUNTAJE: 43		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.						X
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.						X
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.						X
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

PLAN DE NEGOCIOS	AGUSTINA MARCELO RODRÍGUEZ			PUNTAJE: 36		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.				X		
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.				X		

PLAN DE NEGOCIOS	ALIAGA VILELA ANA KAREN			PUNTAJE: 43		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.						X
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.						X
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.						X
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

PLAN DE NEGOCIOS	ERLIN DAVID CHAVARRY ISQUIERDO			PUNTAJE: 41		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.						X
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

PLAN DE NEGOCIOS	HAROL CARLOS PEREYRA ORTIZ			PUNTAJE: 40		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.						X
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.				X		

PLAN DE NEGOCIOS	JHANETH MERCEDES TELLO VILELA			PUNTAJE: 42		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.						X
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.						X
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

PLAN DE NEGOCIOS	KATHERINE YZQUIERDO VALERA			PUNTAJE: 40		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

PLAN DE NEGOCIOS	MOISES CUSQUISIBAN DE LA CRUZ			PUNTAJE: 40		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.						X
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.				X		

PLAN DE NEGOCIOS	RAFAEL GALLARDO CERQUIN			PUNTAJE: 48		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.						X
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.						X
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.						X
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.						X
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.						X
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.						X
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.						X
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.						X

PLAN DE NEGOCIOS	MULTISERVICIOS "RODRÍGUEZ" EIRL			PUNTAJE: 39		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.				X		

PLAN DE NEGOCIOS	MARIA SUSANA ALCANTARA VILCA			PUNTAJE: 42		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.						X
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.						X
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.						X
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.				X		

PLAN DE NEGOCIOS	WILLAN OMAR HUARIPATA HUARIPATA			PUNTAJE: 43		
	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.						X
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.						X
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.						X
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	