



Yanacocha



ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL

**GENERACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE AUTOEMPLEO A TRAVÉS
DE EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN LOS DISTRITOS DE
CELENDÍN Y HUASMÍN
PROYECTO 05CAJ2013**

INSTITUCIÓN EVALUADORA

EL TALLER ASOCIACIÓN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO

AREQUIPA, MARZO 2016

CRÉDITOS

JEFE DEL EQUIPO TÉCNICO

Jhon Ricardo Loayza Borja

PROFESIONAL TEMÁTICO

Jorge Alejandro Mango Choque

EQUIPO DE CAMPO

William Alberto Herrera Correa (Supervisor de Campo)

Diego Jesús Mamani Quispe (Critico - digitador)

Fiorela Michele Delgado Herrera (Encuestador)

Diana Elizabeth Herrera Correa (Encuestador)

CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO	5
2. EL PROYECTO	9
2.1 Información general del proyecto	9
2.2 Período de vida del proyecto	9
2.3 La focalización.....	10
2.4 Fase de selección de beneficiarios.....	10
2.5 Fase de capacitación en planes de negocio y planes de mejora.....	11
3. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO	14
3.1 Objetivos	14
3.1.1 Objetivo General	14
3.1.2 Objetivos Específicos.....	14
3.2 Metodología del estudio	15
3.2.1 Encuesta a beneficiarios	15
3.2.2 Focus group y entrevistas a profundidad	15
3.2.3 Revisión documentaria.....	16
3.3 Periodo de referencia del estudio	17
4. RESULTADOS	17
4.1 Caracterización de la población beneficiaria	17
4.2 Evolución de los indicadores del marco lógico, antes y después del proyecto.....	41
4.3 Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del proyecto	44
4.3.1 Sobre la pertinencia	44
4.3.3 Sobre la efectividad	48
4.3.4 Sobre la sostenibilidad	49
5. LECCIONES APRENDIDAS	50
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
6.1 Conclusiones.....	51
6.2 Recomendaciones.....	53
7. REFERENCIAS	54
8. ANEXOS	55

LISTA DE ACRÓNIMOS

AFP	:	Administradora de Fondo de Pensiones
ALAC	:	Asociación Los Andes Cajamarca
CONAJUV	:	Consejo Nacional de la Juventud
CEFOP	:	Centro de Formación Profesional
CEPs	:	Capacidades Emprendedoras Personales
ECAP	:	Entidad de Capacitación
ELB	:	Estudio de Línea de Base
EEF	:	Estudio de Evaluación Final
ET	:	Equipo Técnico
ESSALUD	:	Seguro Social de Salud del Perú
FE	:	Fondo Empleo
GIN	:	Genera su idea de negocio
IDER CV	:	Instituto de Desarrollo Regional César Vallejo
IE	:	Institución Ejecutora
INEI	:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
ISUN	:	Inicia su negocio
MESUN	:	Manual Mejore su Negocio
MYPES	:	Micro y Pequeñas Empresas
MTPE	:	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
OIT	:	Organización Internacional del Trabajo
ONGD	:	Organización No Gubernamental para el Desarrollo
PdN	:	Plan(es) de Negocio(s)
PROCRIDER	:	Programa Créditos
p.p.	:	Puntos porcentuales
R.E.I.R.	:	Régimen Especial de Impuestos a la Renta
REMYPE	:	Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa
RMV	:	Remuneración Mínima Vital
RUC	:	Registro Único del Contribuyente
RUS	:	Registro Único Simplificado
SIS	:	Seguro Integral de Salud
SUNAT	:	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

1. RESUMEN EJECUTIVO

El documento muestra el EEF del proyecto 05CAJ2013 “Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín”, encargado por FE en el marco de la Línea de Cofinanciamiento con ALAC/Yanacocha y que corresponde a la Línea 3 Promoción y Fortalecimiento de Emprendimientos.

Dicho proyecto ha sido implementado por la IE IDER CV, en los distritos de Celendín y Huasmín de la provincia de Celendín, región Cajamarca, del 4 de marzo de 2014 al 3 de marzo de 2016. El propósito del proyecto fue: “Desarrollar competencias emprendedoras en los jóvenes de los distritos Celendín y Huasmín que les permitan generar o fortalecer su autoempleo”.

Son tres los componentes que desarrolla el proyecto: Componente 1. Desarrollo de capacidades humanas y empresariales; Componente 2. Financiamiento de iniciativas empresariales juveniles y Componente 3. Fortalecimiento de la gestión comercial.

La IE ha tenido un equipo profesional conformado por un jefe del proyecto, un promotor focalizador, un analista acreditador y un especialista en capacitaciones.

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.

Sobre la caracterización de los beneficiarios

Desde el inicio del proyecto y del total de participantes, el 11,6% siguió un curso de corta duración sobre capacitación para el trabajo. Con relación a la condición de actividad de los beneficiarios después de culminado el proyecto, los resultados de la encuesta muestran que el 25,6% es dueño de un negocio, taller o empresa; y del 74,4% que no era dueño (168), la totalidad no trabaja en un negocio, taller o empresa familiar y el 39,1% realizaba algún trabajo o cachuelo.

De los beneficiarios que se encontraban en condición de económicamente inactivos, la mayoría, el 46,2%, afirma que el impedimento para trabajar son los estudios que se encontraban realizando; otro grupo importante, el 38,5%, indicó que las labores que realiza en el hogar le impiden trabajar.

De la población beneficiaria con ocupación dependiente, 66 en total, el 52,0% está afiliado al SIS, el 12,0% a ESSALUD y el 36,0% no acceden a algún seguro de salud. Así mismo, de esta población beneficiaria, sólo el 12,0% accedió a un seguro de pensiones y lo hizo a través de una AFP, mientras que la mayoría (el 88,0%) no accedió a algún sistema de pensiones.

La gran mayoría, el 72,0%, laboraba bajo ningún tipo de contrato; el 16,0% mediante un contrato a plazo fijo y el 12,0% tiene un contrato de locación de servicios, SNP.

De los beneficiarios que contaban con algún negocio (58), el 63,6%, se desenvolvía en el sector comercio (16,4 p.p. menor que en el ELB); el 18,2% dice en la industria (1,8 p.p. menor que en el ELB, que fue de 20,0%); el 4,5% en cada caso, tenía su negocio en los sectores de agricultura, ganadería, caza y silvicultura; transportes y comunicaciones y servicios sociales, comunales y de recreación, lo que significa un incremento de 4,5 p.p., respectivamente, con relación al ELB.

En cuanto a la propiedad de los negocios, la mayoría, el 60,0%, son los únicos propietarios,

mientras que el 40,0% afirma que tiene socios familiares. Entre las razones principales para formar sus negocios, un gran porcentaje, el 93,3%, afirma que quiere ser independiente, otro 86,7% que controla su tiempo, y un 66,7% porque no encuentra trabajo asalariado. Sobre la inscripción de los negocios en Registros Públicos y/o la SUNAT, el 53,3% declara que tiene RUS, un 40,0% que no tiene registro alguno y un 6,7% indica ser persona natural con negocio propio con RUC.

En relación a la ubicación de sus negocios el 77,3%, tenía su taller o local comercial dentro de la vivienda que, comparado con el ELB, 60,0%, denota un crecimiento de 17,3 p.p. La diferencia, el 22,7%, señala que el negocio está ubicado en un establecimiento diferente a su vivienda lo que comparado con el ELB equivale a un decrecimiento de 17,3 p.p.

Por otro lado, sólo el 4,5% de beneficiarios con negocio siempre emite facturas o boletas, el 72,7% lo hace sólo cuando el cliente lo pide y el 22,7% nunca. Del total de beneficiarios con negocio, el 90,9% lleva un registro de compras, y para el 95,0% de quienes lo llevan es un cuaderno de apuntes o similares y lo realiza siempre.

En relación a la utilidad del registro de compras, un 25,0% dice que lo hace para saber cuánto gasta en el negocio y el 75,0%, declara que lo hace para saber la ganancia que obtiene. Sobre sus proveedores, el 81,8% de beneficiarios con negocio prefieren a quienes ofrecen un producto de calidad, un 4,5% a quienes ofrecen descuentos.

El 95,5% manifiesta que lleva un registro de ventas, de los que el 81,0% indica que lleva un registro informal y que siempre registra sus ventas, y un 14,3% afirma que igualmente lleva un registro informal y que lo realiza de vez en cuando. Para el 76,2% les es útil para saber la ganancia de sus negocios y para el 23,8% para saber cuánto ingresa a su negocio.

Otros resultados del EEF indican que el 95,5% tiene como principal fuente de financiamiento a sus recursos propios, denotando una variación positiva de 25,5 p.p. con respecto del ELB.

Según el EEF, los principales clientes que tuvieron los beneficiarios con negocio fueron ambulantes, en un 59,1% que, comparado con el ELB muestra un incremento de 49,1 p.p.; y con relación a la procedencia de los clientes, un 77,3% proviene del distrito en donde está ubicado el negocio que, comparado con el ELB muestra un incremento de 27,3 p.p.

El 13,6% de los beneficiarios pertenece a alguna organización o gremio, lo que resulta mayor en 13,6 p.p. comparado con el ELB y las ventajas que obtienen de esa pertenencia fueron: para el 33,3% les permite acceder a información sobre nuevos proveedores, mayor en 33,3 puntos porcentuales al ELB; otro 66,7% dice que recibe capacitación sobre técnicas de producción que, comparado con el ELB significa un incremento de 66,7 p.p.

Acerca del nivel de satisfacción sobre la capacitación e información recibida, entre otros aspectos, los beneficiarios están totalmente de acuerdo con que el proyecto les brindó: las herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión de sus negocios (el 92,8%); todos los conocimientos necesarios para crear un negocio (88%); herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos (85,5%); información sobre cómo buscar financiamiento (84,3%); información clara y precisa sobre cómo formalizar el negocio (78,3%); información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de sus negocios (77,1%).

De la totalidad de participantes, el 98,8% elaboró su plan de negocios hasta su terminación; el

69,8% participó en el concurso de capital semilla, de los que el 15,0% lo obtuvo.

Con relación a qué temas debieran ser profundizados en la capacitación, el 66,3% no mencionó alguno; el 10,5%, marketing empresarial y el 5,8%, formalización empresarial.

Sobre la pertinencia

El proyecto es pertinente debido a que la lectura del contexto económico ha sido adecuada incorporando una descripción detallada de las condiciones en las que se desenvuelve la juventud en los dos distritos considerados y las oportunidades de emprendimiento que tienen. Todo esto, dentro de un contexto social y político bastante cambiante por la posibilidad de una importante inversión de parte de la minera Yanacocha -Proyecto Conga- y la oposición de gran parte de la población sobre todo del ámbito rural.

Sobre la eficiencia

Ha sido eficiente la implementación de la estrategia de focalización, identificación y selección de los jóvenes beneficiarios que participaron en el proyecto cumpliendo el perfil establecido, destacando en este proceso el establecimiento de coordinaciones y compromisos con instituciones y organizaciones de los dos distritos en los que se ejecutó el proyecto facilitándose así la intervención, pese a que algunos pobladores y autoridades se oponían a su realización. Es por ello que se la califica como adecuada.

Si bien se ejecutó el 91,3% del presupuesto asignado se cumplió con la realización de las actividades programadas. La Municipalidad Provincial de Celendín no cumplió con aporte lo que motivó una serie de dificultades que fueron subsanadas con aportes adicionales de IDER CV.

Pese a que, en opinión de los beneficiarios el proceso de capacitación recibido fue positivo, esto va en sentido contrario con una de las más importantes conclusiones del EEF: el proceso de capacitación no logró que los beneficiarios sean capaces de desarrollar sus respectivos planes de negocio¹, por tanto, se puede afirmar que la eficiencia del proyecto está ubicada por debajo de las expectativas tanto del proyecto mismo como de quienes lo financiaron.

Sobre la efectividad

En lo que respecta a la formulación del proyecto, existe una evidente y estrecha relación entre el propósito, fin y componentes del proyecto; y con relación a los resultados obtenidos se tiene que el componente 1 se alcanzó en un 83,0%; el componente 2 en un 92,0% y el componente 3 en un 107,8%, lo que hace un promedio cuantitativo general del 94,3%. Ahora bien, estas altas cifras cuantitativas no van de la mano con la información cualitativa, como las limitadas habilidades y destrezas alcanzadas por los beneficiarios para la formulación de los planes de negocio.

En el desarrollo del proyecto se presentaron una serie de dificultades y limitaciones que no impidieron su ejecución pero sí limitaron la consecución de varios de los logros planteados. Destaca el incumplimiento de la Municipalidad Provincial de Celendín que comprometió una contrapartida de S/ 24 000,0 y que nunca entregó.

Sobre la sostenibilidad

¹ Ver el detalle de la afirmación en las páginas donde se desarrolla la evaluación del sostenimiento del proyecto, específicamente, cuando se analizan los 10 mejores planes de negocio de los beneficiarios.

En el ámbito de acción nacional, existen compromisos y líneas de acción que están contenidos en diferentes documentos y constituyen políticas públicas de Estado, como lo acordado en el Plan Bicentenario El Perú hacia el 2021 o en Lineamientos de Política Socio Laborales 2012 – 2016 que promueven la capacitación para el trabajo, el empleo, la empleabilidad y el emprendimiento con el fin de lograr la inserción laboral.

En el ámbito regional, la Dirección de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral y del Centro de Empleo “Jóvenes Productivos”, dependencias del Gobierno Regional de Cajamarca, desarrollan políticas de capacitación y promoción del empleo, aspecto a aprovechar al máximo. Sin embargo, ha de tenerse en cuenta que representantes de minera Yanacocha, informaron que el Proyecto Conga con una inversión prevista de más de 5 mil millones de dólares ya no es viable, debido a la problemática social, perdiéndose así una serie de posibilidades conexas a la explotación minera.

Este panorama denota una perspectiva poco favorable para que la experiencia llevada adelante tenga un mínimo de años de sostenibilidad.

2. EL PROYECTO

2.1 Información general del proyecto

TABLA 2.1 REGIÓN CAJAMARCA: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Nombre del proyecto	Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín.
Línea del proyecto	Promoción y fortalecimiento de emprendimientos.
Institución ejecutora	IDER César Vallejo
Duración	Del 4 de marzo de 2014 al 3 de marzo de 2016
Presupuesto	S/ 878 843,72
Presupuesto Fondo Empleo	S/ 634 389,79
Municipalidad Provincial de Celendín	S/ 24 000,00
CEFOP Cajamarca, sede Celendín	S/ 9 520,00
Universidad Alas Peruanas	S/ 10 480,00
Programa Créditos PROCRIDER	S/ 84 000,00
Beneficiarios	S/ 28 800,00
IDER César Vallejo	S/ 87 654,00
Instituciones colaboradoras o asociadas	Municipalidad provincial Celendín. CEFOP Cajamarca, sede Celendín. Universidad Alas Peruanas - filial Celendín. Programa Créditos PROCRIDER.
Propósito	Desarrollar competencias emprendedoras en los jóvenes de los distritos Celendín y Huasmín que les permitan generar o fortalecer su autoempleo.
Población beneficiaria	200 jóvenes, 100 varones y 100 mujeres, emprendedores capacitados.
Ámbito de ejecución	Región: Cajamarca.
	Provincia: Cajamarca.
	Distritos: Celendín y Huasmín.

Fuente: IDER CV - Proyecto 05CAJ2013 - Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín. 2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

2.2 Período de vida del proyecto

La fecha de inicio del proyecto se estableció para el 4 de marzo de 2014 y la de finalización el 3 de marzo de 2016.

2.3 La focalización

2.3.1 Promoción y difusión del proyecto; medios de difusión utilizados; convocatoria y preinscripción de candidatos. Emprende joven

Las primeras actividades fueron las relacionadas a la promoción y difusión de las ventajas del proyecto, para ello se realizaron cuatro charlas informativas y de sensibilización de forma descentralizada, en los distritos Celendín y Huasmín. Para estas acciones, se elaboraron afiches, trípticos y volantes, se grabaron y difundieron spots radiales. Todos estos materiales de soporte tuvieron como común denominador las principales características y requisitos del programa y fueron difundidos entre las personas que, luego, pudieran ser el público participante. También se colocaron gigantografías en lugares estratégicos para mayor información de los jóvenes interesados en participar del proyecto.

2.3.2 Proceso de inscripción/focalización de candidatos

La identificación de los jóvenes participantes del proyecto se hizo tomando en cuenta los requisitos principales: que sean jóvenes de una edad comprendida entre 18 y 29 años², que vivan en situación de pobreza, que tengan ideas de negocios o emprendimientos en etapa inicial y que vivan en los distritos de Celendín y Huasmín.

Como se estableció en la formulación del proyecto, para seleccionar y acreditar a los jóvenes, se les aplicó la Ficha de Inscripción y Socioeconómica, Formato Croquis de Ubicación, Cuestionario CEPs y Formato de Selección. Un total de 236 jóvenes, entre varones y mujeres participaron de esta primera etapa. Cada uno de los jóvenes entrevistados cuenta con un expediente que contiene la información indispensable para su posible participación como beneficiario del proyecto.

En el conjunto de actividades realizadas participaron, con diferentes intensidades, todas las instituciones aliadas: Municipalidad Provincial Celendín, CEFOP Cajamarca - sede Celendín, Universidad Alas Peruanas - filial Celendín y el Programa Créditos, PROCRIDER.

2.4 Fase de selección de beneficiarios

2.4.1 Selección de beneficiarios

Luego de la entrevista de los participantes se contó con un Padrón de Seleccionados, en el que quedaron un total de 250 jóvenes emprendedores seleccionados, distribuidos de la siguiente manera: Distrito de Celendín: 100 varones y 70 mujeres; Distrito de Huasmín: 40 varones y 40 mujeres, considerados aptos para su participación en el proyecto en condición de beneficiarios.

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

Se tiene que indicar que el contexto social y político de la zona de intervención fue más que complicado, pues el rechazo a la actividad minera era generalizado, causando serias dificultades al conocerse que la iniciativa era financiada, en parte, con aporte de ALAC, esta es una de las razones por la que la Municipalidad de Celendín no cumplió con el compromiso de

² Según el ELB, el 2,2% y el 5,6%, eran menores a los 18 años de edad y mayores a los 29 años, respectivamente.

participar en la co-financiación del presupuesto. A lo anterior se debe de sumar el hecho de que en la zona no existían iniciativas de emprendimiento, pero aun así y debido al compromiso del equipo de profesionales de la IE, se logró la participación de los jóvenes.

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

Una vez identificados y seleccionados a los jóvenes beneficiarios del proyecto, se procedió a la capacitación en planes de negocio utilizando una metodología apropiada y adaptada a la realidad de la zona.

2.5.1 Taller de coordinación de inicio del proceso de capacitación

Realizado con el objetivo de presentar –al equipo del proyecto y al equipo de la Entidad de Capacitación– las estrategias del proceso de capacitación, los resultados que se pretenden lograr con los jóvenes y los procedimientos de monitoreo y supervisión del Programa Jóvenes a la Obra. Este taller tuvo una duración de dos días y se realizó en la ciudad de Lima, donde participaron otros equipos de proyectos y ECAP, con quienes el programa Jóvenes a la Obra implementa otros proyectos similares.

2.5.2 Desarrollo humano para el emprendimiento

Después de la selección de los beneficiarios, se formaron los grupos de capacitación, según cada distrito. Así, en Celendín se formaron 7 grupos y se realizaron 10 talleres con cada uno, haciendo un total de 70 talleres. Se utilizaron los ambientes proporcionados por el Instituto UNIBACT e IMPERIAL. En el Distrito de Huasmín se formaron 3 grupos y se realizaron 30 talleres, a razón de 10 por cada grupo.

Los jóvenes participantes fueron capacitados en:

- Diferencias entre sexo y género, estereotipos, sistemas y roles de género;
- Equidad e importancia de género y prácticas que promueven equidad de género;
- Derechos de las mujeres, principales derechos;
- Violencia contra la mujer, tipos, consecuencia y prácticas que evitan la violencia contra la mujer;
- Autoestima, tipos y escala de autoestima, tipos de autonomía, tipos de empoderamiento, consecuencias del desarrollo de la autoestima, autonomía y empoderamiento;
- Liderazgo, crecimiento personal, motivación y comunicación;
- Ética y valores sociales y empresariales;
- Trabajo en equipo y responsabilidad social.

2.5.3 Capacitación para la gestión comercial

Para el desarrollo de esta parte de la capacitación, se editó un Manual de Capacitación de las Metodologías CEPS-GIN-ISUN, basándose en las metodologías de capacitación empresarial OIT, contando con un paquete de herramientas a la medida de las necesidades de los emprendimientos juveniles.

Este ciclo de capacitaciones ha sido dividido en dos etapas: la primera, de la metodología OIT, corresponde al ciclo de capacitaciones CEPs-GIN, que fue desarrollado en 5 sesiones de capacitación con 4 horas de duración cada una. La segunda, corresponde al ciclo de capacitaciones ISUN, que fue desarrollado en 10 sesiones de trabajo de 4 horas de duración cada una.

Al final de las dos etapas, se logró capacitar a 219 participantes, 154 corresponden al distrito de Celendín y 65 al distrito de Huasmán.

2.5.4 Asesoría técnica en elaboración de planes de negocios

El resultado del proceso de las capacitaciones en las Metodologías CEPs-GIN-ISUN son los Planes de Negocios elaborados por los jóvenes emprendedores, en un avance promedio de 80%. Una vez culminado el ciclo de capacitaciones, los beneficiarios reciben asistencia técnica personalizada para revisar sus PdN y mejorarlos, de manera que estén listos para ser presentados al Concurso por el Capital Semilla.

A la par, en esta etapa los jóvenes beneficiarios reciben asesoramiento específico para que preparen sus exposiciones, ya que la sustentación de sus respectivos planes de negocio es parte fundamental del Concurso por el Capital Semilla. Estas asistencias técnicas son personalizadas. Se han realizado 133 asistencias en el distrito de Celendín y 55 en el distrito de Huasmán, haciendo un total de 188 asistencias técnicas personalizadas con el fin de mejorar el diseño de sus planes de negocios y presentarse al concurso por el Capital Semilla.

Para un mejor acompañamiento a los beneficiarios y en cada distrito, se organizó el Grupo Gestor, formado por profesionales de diferentes ramas, quienes, conscientes de que los jóvenes requieren un acompañamiento y orientación sostenidos, son quienes velarán para que los beneficiarios sean perseverantes en el logro de sus objetivos, desarrollando actividades que faciliten procesos de articulación entre personas, colectivos, grupos e instituciones, para la construcción social del conocimiento y el desarrollo empresarial juvenil. Impulsará oportunidades de desarrollo económico local para la juventud del distrito y la provincia, en sectores productivos y apoyando la incursión de jóvenes en la población económicamente activa.

2.5.5 Concurso Capital Semilla para el financiamiento de planes de negocio

En la formulación del proyecto se habló de financiar a los 10 mejores planes de negocio con un total de S/ 3 600,00 cada uno, pero, al agudizarse las relaciones con la Municipalidad Provincial de Celendín que, finalmente, no cumplió con su compromiso de cofinanciar el proyecto, se optó por duplicar los beneficiarios desdoblado en dos el monto del capital semilla. Esto ha permitido que se haya financiado 20 planes de negocio, con aporte promedio de S/ 1 800,00 para cada uno.

Para la selección de los planes de negocio ganadores, se formó un Jurado Calificador integrado por 4 personalidades, uno representando a las entidades de micro finanzas, otro a la Cámara de Comercio, un tercero representante de instituciones académicas y un cuarto, representante de ONGD, entre quienes eligen al Presidente, y quienes se rigieron por una metodología

basada en criterios de evaluación y prelación para definir el orden de méritos. El presidente, además, tenía la prerrogativa de voto dirimente cuando lo considere necesario y oportuno. Los concursos se realizaron en Celendín y Huasmín.

Al concurso se presentaron 180 planes de negocio, todos y cada uno de ellos debidamente revisado por el ET de la IE y sustentados por cada beneficiario que lo desarrolló. Una vez concluido el proceso, los negocios que se implementaron con capital semilla fue de 26, se lograron implementar 6 negocios más contando con el aporte en la modalidad de contrapartida del IDER CV, que asumió una parte del compromiso tomado por la Municipalidad Provincial de Celendín, pero que no cumplió.

Los negocios emprendidos con recursos propios y apalancamiento financiero fueron 36.

2.5.6 Asesoría a emprendimientos MYPES

Las asesorías a emprendimientos MYPES fueron recibidas por los beneficiarios que implementaron sus negocios y la tarea fue asumida por asesores empresariales externos, quienes llevan adelante su acompañamiento sobre la base del Manual de Asesoría MESUN. Específicamente, la asesoría consistió en que asesor realizaba un diagnóstico de los negocios estableciendo, luego, las formas en que debería ser fortalecido, posibilitando así que, en promedio, se realizaron dos asesorías por beneficiario por mes, llegándose a la cifra de 65 jóvenes son asesorados para lograr el buen desarrollo de sus negocios.

Los temas desarrollados fueron: formalización, costos, organización, administración, contabilidad, financiamiento y marketing.

2.5.7 Implementación de ferias de emprendimientos juveniles

En la primera etapa del proyecto, se organizaron 02 Ferias de Emprendimiento. Una en Celendín, contando con la participación de 10 expositores, y otra en Huasmín, en la que participaron 9 expositores, haciendo un total de 19 jóvenes emprendedores que dieron vida a las ferias. En la segunda etapa del proyecto, se organizaron otras 02 Ferias de Emprendimiento, la primera en Celendín, contando con la participación de 14 expositores, y otra en Huasmín, en la que participaron 4 expositores, haciendo un total de 18 jóvenes emprendedores que participaron en las ferias organizadas en la segunda etapa. En total, fueron 37 los beneficiarios que con sus respectivos negocios participaron en el conjunto de ferias organizadas por el proyecto en sus dos etapas.

A consecuencia de las ferias, se generó una red de contactos con los nuevos emprendedores de Celendín y Huasmín y los empresarios tradicionales de la zona, posibilitándose una serie de nuevas relaciones entre proveedores y demandantes de los productos y servicios ofrecidos por nuestros emprendedores.

2.5.8 Graduación de jóvenes emprendedores

Al final de las dos etapas del proyecto, se graduaron 145 jóvenes emprendedores, distribuidos de la siguiente manera: en la primera etapa del proyecto, se graduaron 35 del distrito de Celendín y 30 del distrito de Huasmín, 65 como total de la etapa. En la segunda etapa, se

graduaron 70 del distrito de Celendín y 10 del distrito de Huasmín, 80 emprendedores como total de la etapa. Cada uno de los jóvenes emprendedores recibió un certificado de reconocimiento de las metodologías GIN – ISUN de la OIT con las que se capacitaron.

2.5.9 Organización de asociaciones de jóvenes empresarios

Se ha logrado organizar 2 Asociaciones de Jóvenes, 1 en cada etapa de ejecución del proyecto. Así, en la primera etapa se organizó y formalizó a la Asociación “Juventud Emprendedora Shilica” formada por 15 jóvenes del distrito de Celendín. En la segunda etapa se logró organizar a la Asociación “Juventud Emprendedora Cielo Azul del Edén” formada por 16 jóvenes, de los cuales, 11 son del distrito de Celendín y 5 del distrito de Huasmín.

2.5.10 Manejo del proyecto

La IE ha cumplido con la entrega de todos los informes acordados. Así mismo, pese a las dificultades en la ejecución del proyecto, el ET ha mostrado compromiso con los objetivos planteados.

Con relación al manejo financiero, recordar que estuvo bajo responsabilidad del MTPE y su ente designado para los proyectos co-financiados por FE y ALAC. Es necesario resaltar que, si bien se ejecutó el 91,3% del presupuesto asignado en la realización de las actividades programadas, la Municipalidad Provincial de Celendín no cumplió con el compromiso asumido de aportar S/ 24 000,00, el 2,7% del presupuesto programado, lo que motivó una serie de dificultades que fueron subsanadas con los aportes de IDER CV.

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

3.1.2.1 Identificar el nivel de logro de los objetivos del proyecto, mediante el análisis de los resultados esperados versus los obtenidos.

3.1.2.2 Señalar la pertinencia e innovación de la estrategia del proyecto para el logro de sus metas y objetivos.

3.1.2.3 Analizar y establecer la eficiencia y efectividad del proyecto.

3.1.2.4 Determinar el efecto del proyecto en los diferentes actores (beneficiarios, ejecutores del proyecto, entre otros).

3.1.2.5 Analizar la sostenibilidad de la intervención realizada.

3.1.2.6 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

Para la fase de capacitación, la IE seleccionó a 226 beneficiarios según lo previsto y planificado, por lo que la muestra resultante fue de 89 beneficiarios los mismos que fueron encuestados y debieran ser encuestados nuevamente en función del EEF.

TABLA 3.1 REGIÓN CAJAMARCA: MUESTRA Y ENCUESTAS REALIZADAS EN EEF

Proyecto	Muestra determinada	Encuestas realizadas en ELB	Encuestas realizadas en EEF	Tasa de respuesta
05CAJ2013	89	89	86	96,6%

Fuente: EL TALLER - ELB Proyecto 05CAJ2013.

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 3 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 Focus group y entrevistas a profundidad

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

TABLA 3.2 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.
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.
Guion de Desarrollo del Grupo Focal.	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 1° Concurso de la Línea de Cofinanciamiento de Proyectos de FONDOEMPLEO, Lima 2013.
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

3.2.3 Revisión documentaria

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

- ELB del proyecto 05CAJ2013 elaborado por El Taller, Asociación de Promoción y Desarrollo.
- Documento del proyecto 05CAJ2013 “Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín”, Cajamarca, 2013.
- Plan Operativo Primer Año del proyecto y aprobado por FE.
- Informes técnicos y financieros de avance mensual elaborados por la IE.

- Informes de Supervisión Externa del Primer, Segundo y Tercer Entregables, elaborados por ALAC.
- Informe final del proyecto, elaborado por I IE.
- Manual de Habilidades Cognitivas y Socioemocionales, editado por el MTPE - Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra” (hoy, Impulsa Perú) (2014).
- Manual Jóvenes Emprendedores Generan Ideas de Negocio, del FIODM (Fondo para el logro de los ODM).
- Manual Jóvenes Emprendedores Inician su Negocio, del FIODM (Fondo para el logro de los ODM).

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 16 de marzo al 26 de 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 el inicio del proyecto y del total de participantes, el 11,6% siguió un curso de corta duración sobre capacitación para el trabajo.

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	11.6
No	88.4
Total	100.0
Beneficiarios	226

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 25,6% es dueño de un negocio, taller o empresa y que del 74,4% no lo es. De la misma manera, que, el 100,0% del universo que no era dueño de un negocio, taller o empresa, 168 beneficiarios, no tenía trabajo en un negocio, taller o empresa familiar, mientras que un 39,1% realizaba algún trabajo o cachuelo.

De entre los que no realizaban algún trabajo o cachuelo, ninguno tenía algún trabajo al que seguramente iba a volver, es decir, todos se encontraban en condición de económicamente inactivos.

De los beneficiarios que se encontraban en condición de económicamente inactivos, el 46,2% afirma que el impedimento para trabajar son los estudios que se encontraban realizando; otro 38,5% dice que las labores que realiza en el hogar le impiden trabajar, mientras que el 10,3% atribuye esa condición a que no hay trabajo. Finalmente, un 5,1% dice que no trabaja debido a la falta de documentos.

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

Indicador	Resultado
Dueño o socio de un negocio/taller/empresa	
Si	25.6
No	74.4
Total	100.0
Beneficiarios	226
Trabaja en un negocio/taller/empresa familiar	
Si	-
No	100.0
Total	100.0
Beneficiarios	168
Realiza algún trabajo o cachuelo	
Si	39.1
No	60.9
Total	100.0
Beneficiarios	168
Tenía algún trabajo al que seguramente iba a volver	
Si	-
No	100.0
Total	100.0
Beneficiarios	102
Motivos de inactividad	
No hay trabajo	10.3
Se cansó de buscar	-
Por su edad	-
Falta de experiencia	-
Sus estudios no lo permiten	46.2
Falta de documentos	5.1
Las tareas del hogar se lo impidieron	38.5
Problema de salud	-
Otro	-
Total	100.0
Beneficiarios	102
Trabajo como dependiente	
Si	-
No	100.0
Total	100.0
Beneficiarios	58

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 54,7% de los beneficiarios realizaba algún trabajo lo que significó un incremento de 5,8 p.p. respecto de los resultados del ELB y, en contraste, el 45,3% no trabajaba, lo que equivalió a una disminución en 5,8 p.p. respecto de los resultados obtenidos en el ELB.

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

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
Realiza algún trabajo			
Trabaja	48.8	54.7	5.8
No trabaja	51.2	45.3	-5.8
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	226	226	

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 05CAJ2015, mayo 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 40,1 horas a la semana, es decir, por debajo de las 48 establecidas como mínimo correspondiente a un empleo formal en la actividad privada.

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

Indicadores	Resultado		
	Media	Mediana	Varianza
Horas trabajadas por semana	40.1	40.0	66.0
Beneficiarios	66		

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, 66 en total, el 52,0% está afiliado al SIS, EL 12,0% a ESSALUD y el 36,0% no tienen ningún tipo de seguro de salud. Del universo con algún seguro de salud, el 18,8% dice que le fue proporcionado por el empleador, mientras que, la diferencia, el 81,3% afirma que no. Así mismo, de esta población beneficiaria, sólo el 12,0% accedió a un seguro de pensiones y lo hizo a través de una AFP, mientras que, la diferencia, el 88,0% dice que no tiene algún sistema de pensiones.

Con relación al tipo de contrato, el 72,0% indicó realizar su trabajo bajo ningún tipo de contrato; el 16,0% mediante un contrato a plazo fijo y el 12,0% tiene un contrato de locación de servicios

SNP.

Así mismo, el 80,0% dijo que trabajaba en empresas que contaban con menos de 10 trabajadores, el 12,0% dijo que lo hacía en empresas que tenían entre 11 y 20 personas y el 4,0% manifestó que trabajaba en una empresa en la que el único trabajador era el beneficiario.

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?	
Sí, ESSALUD	12.0
Sí, SIS	52.0
Sí, Seguro privado	-
No	36.0
Total	100.0
Beneficiarios	66
¿Este seguro de salud ha sido entregado por tu empleador?	
Sí	18.8
No	81.3
Total	100.0
Beneficiarios	42
Acceso a sistema de pensiones	
AFP	12.0
ONP	-
Otro	-
Ninguno	88.0
Total	100.0
Beneficiarios	66
Tipo de contrato	
Contrato indefinido, permanente	-
Contrato a plazo fijo	16.0
Estuvo en período de prueba	-
Convenio de Formación Laboral Juvenil	-
Prácticas pre profesionales	-
Contrato de aprendizaje	-
Locación de servicios, SNP	12.0
Otro	-
No sabe	-
Sin contrato	72.0
Total	100.0
Beneficiarios	66
Cuántas personas trabajan	
Solo yo	4.0
Menos de 10 personas	80.0
De 11 a 20 personas	12.0
De 21 a 50 personas	4.0
De 51 a 100 personas	-
De 101 a 500 personas	-
Más de 500 personas	-
Total	100.0
Beneficiarios	66

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

Del cuadro 4.6, desprendemos que, de los beneficiarios que contaban con algún negocio, que, en total, suman 58, el 63,6%, declara que el giro era el comercio, 16,4 puntos porcentuales menos que en el ELB. Un 18,2% dice que era la industria, 1,8 puntos porcentuales menos que en el ELB, que fue de 20,0%. Con un 4,5% cada uno, aparecen agricultura, ganadería, caza y silvicultura; transportes y comunicaciones y servicios sociales, comunales y de recreación, que, en cada caso, significa un incremento de 4,5 p.p.

En cuanto a la propiedad de los negocios, el 60,0% dice ser el único propietario, mientras que el 40,0% afirma que tiene socios familiares. Entre las razones para formar sus negocios, un 93,3% afirma que quiere ser independiente, otro 86,7% que controla su tiempo, un 66,7% manifiesta que no encontró trabajo asalariado, otro 26,7% que obtiene mayores ingresos como trabajador y, finalmente, un 6,7% dice que por tradición familiar.

Sobre el registro de los negocios en Registros Públicos y/o la SUNAT, el 53,3% declara que tiene RUS, un 40,0% que no tiene registro alguno y un 6,7% declara ser persona natural con negocio propio y con RUC.

Entre las razones que tuvieron los beneficiarios con negocio para formar sus empresas en los giros elegidos y teniendo en cuenta que existe la posibilidad de dar respuestas múltiples, destaca el argumento de que es un giro que requiere poca inversión, con un 54,5% de referencias que, comparado con el ELB, que fue 0,0%, denota un incremento de 54,5 p.p. Luego, está la razón de que es un giro fácil de manejar, con un 45,5%, que, comparado con el ELB, 30,0%, indica un incremento de 15,5 p.p.

Después hay un 27,3% que refieren la razón de que en la zona no había muchos competidores que, comparado con el ELB, 20,0%, significa un incremento de 7,3 p.p. Con el mismo porcentaje, 27,3%, está es un giro con demanda (actual y/o potencial) que, comparado con el ELB, 10,0%, denota un incremento de 17,3 p.p.

También con el mismo porcentaje, 27,3%, están las referencias a que es un negocio rentable que, comparado con el ELB, 20,0%, significa un incremento de 7,3 p.p. Ningún beneficiario, el 0,0%, hace referencia a que él y uno de sus socios habían tenido un negocio que, comparado con el ELB, 10,0%, significa un decrecimiento de 10,0 p.p. Finalmente, con un 4,5% aparece la referencia a que es por tradición familiar que, comparado con el ELB, 0,0%, significa un incremento de 4,5 p.p.

En relación a la ubicación de sus negocios el 77,3%, tenía su taller o local comercial dentro de la vivienda que, comparado con el ELB, 60,0%, denota un crecimiento de 17,3 p.p. La diferencia, el 22,7%, dice que el negocio está ubicado en un establecimiento diferente a su vivienda que, comparado con el ELB, 40,0%, indica un decrecimiento de 17,3 p.p.

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

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Giro del negocio			
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	-	4.5	4.5
Pesca	-	-	-
Minería	-	-	-
Industria	20.0	18.2	-1.8
Electricidad, gas y agua	-	-	-
Construcción	-	-	-
Comercio	80.0	63.6	-16.4
Restaurantes y hoteles	-	-	-
Transportes y comunicaciones	-	4.5	4.5
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles	-	-	-
Servicio prestados a empresas	-	4.5	4.5
Enseñanza	-	-	-
Servicios sociales, comunales y de recreación	-	4.5	4.5
Hogares	-	-	-
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	26	58	
Propiedad del negocio			
Sí, Soy el único dueño		60.0	
Tengo socios familiares		40.0	
Tengo socios que no son familiares		-	
Total		100.0	
Beneficiarios		39	
Razones para formar el negocio			
No encontró trabajo asalariado		66.7	
Obtiene mayores ingresos como trabajador independiente		26.7	
Por tradición familiar		6.7	
Quiere ser independiente		93.3	
Controlo mi tiempo		86.7	
Otro		-	
Total		100.0	
Beneficiarios		39	
El negocio/taller/empresa está registrado			
Persona natural con negocio propio con RUC		6.7	
R.U.S		53.3	
R.E.I.R.		-	
E.I.R.L.		-	
Ninguno		40.0	
Total		100.0	
Beneficiarios		39	
Razones para formar la empresa en ese giro del negocio 1/			
Yo o uno de mis socios habíamos tenido un negocio en ese giro	10.0	-	-10.0
Yo o uno de mis socios habíamos trabajado como dependiente en ese giro	-	-	-
Es un giro que requiere poca inversión	-	54.5	54.5
En la zona no había muchos competidores	20.0	27.3	7.3
Es un giro con demanda (actual y/o potencial)	10.0	27.3	17.3
Es un giro fácil de manejar	30.0	45.5	15.5
Es un giro rentable	20.0	27.3	7.3
Por tradición familiar	-	4.5	4.5
Por recomendación del proyecto	-	-	-
Otro	10.0	-	-10.0

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

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Total Beneficiarios	100.0 26	100.0 58	
Ubicación del negocio			
Taller o local comercial dentro de la vivienda	60.0	77.3	17.3
Local en un establecimiento diferente a la vivienda	40.0	22.7	-17.3
En la vía pública, sin puesto fijo	-	-	-
En la vía pública, puesto fijo	-	-	-
Puesto fijo/improvisado en mercado de abastos	-	-	-
En el domicilio de los clientes	-	-	-
Otro	-	-	-
Total Beneficiarios	100.0 26	100.0 58	

Nota: La información sobre "propiedad del negocio", "razones para formar el negocio" y "el negocio / taller / empresa está registrado", corresponde a los beneficiarios que indicaron tener un nuevo negocio después de la capacitación recibida del proyecto.

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 05CAJ2015, mayo 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Según el cuadro, de la población beneficiaria con negocio el 31,8% declara que el negocio que tiene al momento de la aplicación de la encuesta del EEF es el mismo que tenía antes del inicio 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	31.8
Antes del proyecto no tenía negocio /taller/ empresa	68.2
No	-
Total Beneficiarios	100.0 58

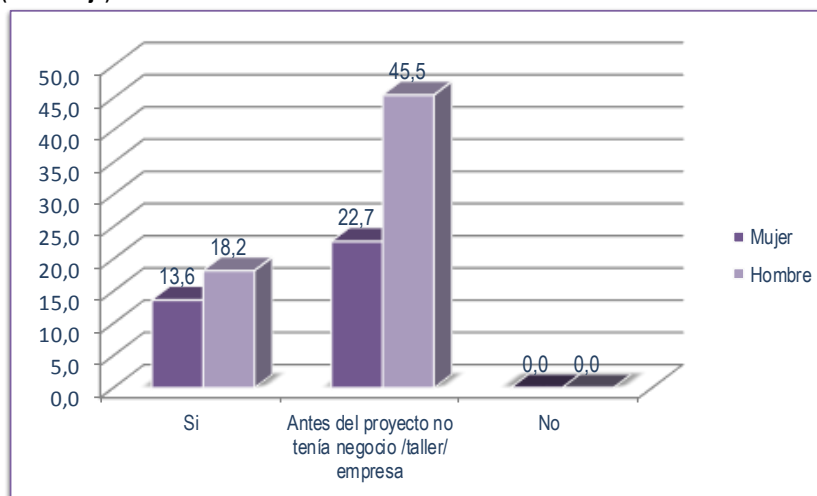
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Antes del inicio del proyecto, el 22,7% de mujeres no tenía un negocio creado y el 13,6% sí lo tenía. Por el lado de los varones, un 45,5% no lo tenía creado, mientras que un 18,2% ya lo había creado.

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

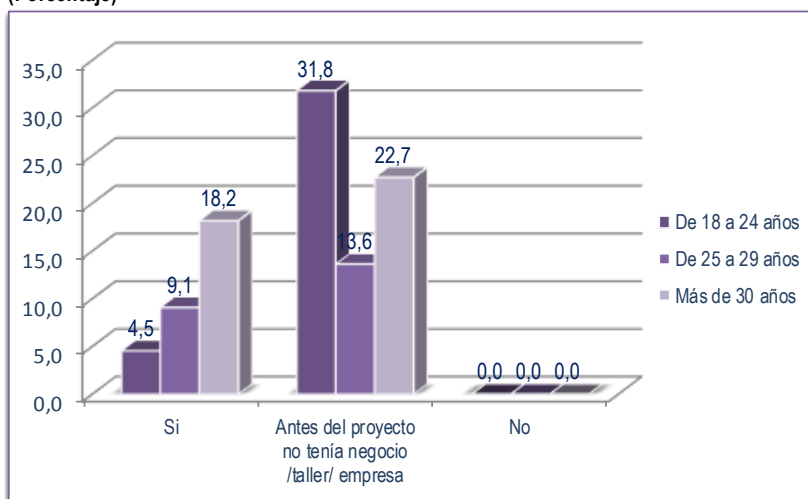


Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Abril 2016.
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Del 31,8% de beneficiarios con negocio creado antes del proyecto, el 4,5% tiene una edad que va entre los 18 y 24 años; el 9,1% entre los 25 y 29 años de edad; y el 18,2% es mayor de 30 años.

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



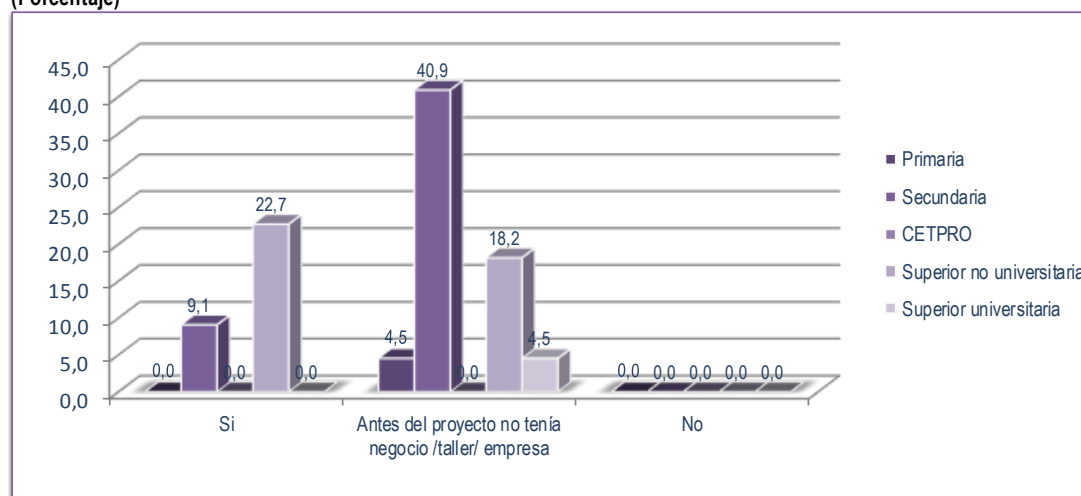
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.10 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto según nivel superior universitario

El 9,1% afirma que tenía un grado de educación secundaria y el 22,7% educación del nivel superior no universitario.

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.

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

Según los resultados del EEE, el 50,0% de los negocios de los beneficiarios tiene una antigüedad de entre 13 y 24 meses que, comparado con los resultados del ELB, 0,0%, significa un incremento de 50 p.p.; el 31,8% dice que la antigüedad de su negocio es mayor a los 24 meses que, comparado con los resultados del ELB muestra una disminución de 18,2 50 p.p.; el 13,6% afirma que su negocio tiene una antigüedad de hasta 6 meses que, comparado con el ELB, 30,0%, muestra una disminución de 16,4 50 p.p.. Finalmente, el 4,5% declara que la antigüedad de su negocio está entre los 7 y 12 meses que, comparado con los resultados del ELB, 20,0%, establece una disminución en 15,5 50 p.p.

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)	23.7 (20.3)	27.3 (23.9)	3.6
Rango de meses de antigüedad del negocio			
Hasta 6 meses	30.0	13.6	-16.4
De 7 a 12 meses	20.0	4.5	-15.5
De 13 a 24 meses	-	50.0	50.0
Mayor de 24 meses	50.0	31.8	-18.2
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	26	58	

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 05CAJ2015, mayo 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

El 81,8% de los beneficiarios con negocio contaba con RUC, lo que significó un incremento de 51,8 50 p.p. con relación a los resultados del ELB (30,0%). A su vez, otro 81,8% manifiesta tener licencia de funcionamiento que, comparado con el ELB, 0,0%, denota un incremento igualmente de 81,8 50 p.p. Un 4,5% indica hacer declaración anual ante SUNAT que, comparado con el ELB, 0,0%, explicita un incremento de 4,5 50 p.p. Un 95,5% declara que tiene un registro de ventas informal que, comparado con los resultados del ELB, 50,0%, significa un incremento de 45,5. Finalmente, un 90,0% afirma que tiene un registro de compras informal que comparado con el ELB, 20,0% denota un incremento de 70,9 50 p.p.

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	30.0	81.8	51.8
Minuta de Constitución	-	-	-
Inscripción en SUNARP	-	-	-
Libros contables	-	-	-
Planilla de personal	-	-	-
Licencia de funcionamiento	-	81.8	81.8
Declaración Anual ante SUNAT	-	4.5	4.5
Inscripción en REMYPE	-	-	-
Cuenta bancaria	-	-	-
Cuenta de correo electrónico	-	-	-
Página web	-	-	-
Registro de ventas informal	50.0	95.5	45.5
Registro de compras informal	20.0	90.9	70.9
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	26	58	

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 05CAJ2015, mayo 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Sólo el 4,5% de beneficiarios con negocio siempre emite facturas o boletas, el 72,7% lo hace solo cuando el cliente lo pide y el 22,7% nunca las emite.

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	4.5
Sólo cuando el cliente lo pedía	72.7
Nunca	22.7
Total	100.0
Beneficiarios	58

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

De un total de 58 beneficiarios, el 90,9% lleva un registro de compras, mientras que el otro 9,1% no lo lleva. En cuanto a la formalidad y frecuencia del registro de compras, se tiene que el 95,0% declara que tiene un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realiza siempre y el 5,0% manifiesta que es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realiza de vez en cuando.

En relación a la utilidad del registro de compras, un 25,0% dice que lo hace para saber cuánto gasta en el negocio y el 75,0%, declara que lo hace para saber la ganancia que obtiene.

Sobre sus proveedores, el 81,8% de beneficiarios con negocio prefieren a quienes ofrecen un producto de calidad. Un 4,5% a quienes ofrecen descuentos, otro 4,5% a quienes ofrezcan cancelar el producto después. Un 4,5% a quienes estén ubicados cerca de su negocio y, finalmente, otro 4,5% a quienes sean recomendados por un amigo/familiar.

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	90.9
No	9.1
Total	100.0
Beneficiarios	58
Formalidad y frecuencia del registro de compras	
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	-
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	-
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo siempre	95.0
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando	5.0
Total	100.0
Beneficiarios	53
Utilidad del registro de compras	
Para saber cuánto gasto en el negocio	25.0
Para saber la ganancia de mi negocio	75.0
No lo uso para nada	-
Otro	-
Total	100.0
Beneficiarios	53
¿Qué tomas en cuenta para elegir a tus proveedores?	
Que sean mis amigos	-
Que me ofrezcan un producto de calidad	81.8
Que me ofrezcan descuentos	4.5
Que me ofrezcan cancelar el producto después	4.5
Que tengan el producto cuando lo solicito	-
Que estén ubicados cerca de mi negocio	4.5
Que sean recomendados por un amigo / familiar	-
Otra 1/	4.5
Total	100.0
Beneficiarios	58

1/ Se refiere a que el beneficiario ofrece servicios por su oficio.

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

El 95,5% manifiesta que lleva un registro de ventas, mientras que el 4,5% declara que no lo hace. En relación a la formalidad y la frecuencia de llevar un registro de ventas, el 81,0% indica que lleva un registro informal y que siempre registra sus ventas. Un 14,3% afirma que lleva un registro formal y que lo realiza de vez en cuando.

Sobre la utilidad de registro de ventas, el 23,8% dice que le sirve para saber cuánto dinero ingresa y, el 76,2%, para saber la ganancia que le proporciona el negocio.

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	95.5
No	4.5
Total	100.0
Beneficiarios	58
Formalidad y frecuencia del registro de ventas	
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	4.8
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	-
Es un registro informal y lo realizo siempre	81.0
Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando	14.3
Total	100.0
Beneficiarios	55
Utilidad del registro de ventas	
Para saber cuánto ingresa a mi negocio	23.8
Para saber la ganancia de mi negocio	76.2
No lo uso para nada	-
Otro	-
Total	100.0
Beneficiarios	55

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Sobre quién realiza la producción/venta/servicio, el 45,5% declara que lo hace solo. Otro 36,4% dice que lo hace él con sus socios y, un 18,2% que lo hace él y sus trabajadores.

Con relación al control de los gastos de la empresa, el 81,8% indica que lo hace él solo, mientras que el 18,2% dice que lo hace él con sus socios.

Sobre quién negocia con los proveedores, el 81,8% dice que lo hace él solo, el 13,6% que lo hace él con sus socios y 4,5% lo hace solo con sus socios.

Con relación a la determinación de los precios de venta de sus productos/servicios, el 81,8% dice que lo hace él solo y el 18,2% que lo hace él y sus socios.

Sobre a quién determina la ganancia de su producto/servicio, el 81,8% dice que lo hace él solo y el 18,2% que lo hace él y sus socios.

Con relación a quién consigue los clientes, el 81,8% dice que lo hace él solo y el 18,2% que lo hace él y sus socios.

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?	45.5	36.4	-	-	18.2	-	-	100.0
¿Quién controla los gastos de la empresa?	81.8	18.2	-	-	-	-	-	100.0
¿Quién decide la compra de equipos?	81.8	13.6	4.5	-	-	-	-	100.0
¿Quién negocia con los proveedores?	81.8	18.2	-	-	-	-	-	100.0
¿Quién determina el precio de venta de su producto/servicios?	81.8	18.2	-	-	-	-	-	100.0
¿Quién determina la ganancia de su producto/servicio?	81.8	18.2	-	-	-	-	-	100.0
¿Quién consigue los clientes?	81.8	18.2	-	-	-	-	-	100.0

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Los beneficiarios con negocio, 58 en total, determinan el precio de sus productos de diferentes maneras: el 36,4% afirma que averigua el precio en otros negocios cercanos, el 31,8% dice que le agrega un porcentaje de ganancia al costo del producto y un 31,8% que aplica lo aprendido e las capacitaciones brindadas por el proyecto,

El 86,4% de beneficiarios afirma que hace algo para conseguir nuevos clientes. De ese nuevo universo, el 15,8% reparte volantes, el 73,7% realiza promociones, el 5,3% asiste a ferias y otro 5,3% hace visitas puerta a puerta.

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	36.4
Agrego un porcentaje de ganancia al costo del producto	31.8
Aplico lo aprendido en las capacitaciones brindadas por el proyecto	31.8
Otro	-
Total	100.0
Beneficiarios	58
¿Haces algo para conseguir nuevos clientes?	
Si	86.4
No	13.6
Total	100.0
Beneficiarios	58
¿Qué haces para conseguir nuevos clientes?	
Reparto volantes	15.8
Realizo promociones	73.7
Difundo mis productos por el internet	-
Asisto a ferias	5.3
Hago visitas puerta a puerta	-
Otra	5.3
Total	100.0
Beneficiarios	50

1/ Se refiere a entregar tarjetas de presentación.

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Según la EEF, el promedio de las ventas anuales de los negocios de los beneficiarios fue de S/ 24 736,40 que, comparado con el ELB, S/ 25 538,00 denota un decrecimiento de S/ 801,60. De la misma forma, según el EEF, el promedio de ventas mensuales fue de S/ 2 061,40, mientras que según el ELB fue S/ 2 128,20 mostrando un decrecimiento de S/ 66,80. Con relación a las ganancias anuales, se tiene que, según el EEF, llegan a S/ 11 325,00, mientras que en el ELB son de S/ 12 665,10 mostrando un decrecimiento de S/

1 340,10. Las ganancias mensuales muestran las siguientes cifras: en el EEF son de S/ 943,80, mientras que las del ELB, son de S/ 1 055,40, evidenciando un decrecimiento de S/ 111,70.

CUADRO 4.15 REGIÓN CAJAMARCA: 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)	25538.0	(22207.3)	24736.4	(17048.2)	-801.6
Promedio de ventas mensuales (S/./mes)	2128.2	(1850.6)	2061.4	(1420.7)	-66.8
Promedio de ganancias anuales (S/./año)	12665.1	(14002.2)	11325.0	(7108.3)	-1340.1
Promedio de ganancias mensuales (S/./mes)	1055.4	(1166.9)	943.8	(592.4)	-111.7

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 05CAJ2015, mayo 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.19 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/ 24 736,4, mientras que las ganancias llegaron a S/ 11 325,0, siendo el promedio de trabajadores 1,2 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)	24736.4	20500.0	(17048.2)
Ganancia anual (S/./año)	11325.0	10050.0	(7108.3)
Total de Trabajadores	1.2	1.0	(0.4)

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.20 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/ 20 636,8.

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)	20636.8 (9656.0)

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.21 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 1,2, de los que, según su estabilidad laboral, 0,8% fueron permanentes; el 0,4% fueron eventuales; el 0,6% fueron familiares remunerados; el 0,1% fueron TFNR; 0,5% 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)	1.2 (0.4)
Permanentes	0.8 (0.4)
Eventuales	0.4 (0.7)
Familiares remunerados	0.6 (0.5)
TFNR	0.1 (0.2)
No Familiares Beneficiarios	0.5 (0.6)
Beneficiarios	50

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.22 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 44,5 horas. Los días sábados, en promedio, atienden 8,0 horas y, los domingos, 3,0 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	44.5	47.5	(9.6)
Sábado	8.0	8.5	(3.0)
Domingo	3.0	-	(3.6)

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.23 Población beneficiaria con negocio, según fuentes de financiamiento

Los datos de la EEF indican que el 95,5% tiene como la principal fuente de financiamiento de los negocios a los recursos propios, denotando una variación positiva de 25,5 50 p.p. con respecto del ELB.

El EEF también indica que un 18,2% tiene como fuente de financiamiento a los recursos proporcionados por familiares/amigos, mientras que el ELB indica que el 10,0% recurre a familiares/amigos; esto indica que hay un incremento de 8,2 50 p.p.

Según la EEF, el 9,1% de beneficiarios recurre a préstamos de proveedores, mostrando un crecimiento del mismo 9,1 50 p.p. en comparación a los datos de la ELB, que es de 0,0%.

El 22,7% de beneficiarios indica que recurre a préstamos de bancos, lo que muestra un decrecimiento de 7,3 50 p.p. con respecto de la ELB, cuyo dato es de 30,0%. Finalmente,

el EEF indica que el 4,5% recurre a préstamos de cajas municipales/rurales, lo que significa un incremento de 4,5 50 p.p. con respecto del ELB, que fue de 0,0%

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

(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Fuentes de financiamiento 1/			
Recursos propios	70.0	95.5	25.5
Recursos de familiares/amigos	10.0	18.2	8.2
Préstamo de proveedores	-	9.1	9.1
Préstamo de clientes	-	-	-
Préstamo de Bancos	30.0	22.7	-7.3
Préstamo de Cajas Munic./Rurales	-	4.5	4.5
Préstamo de ONG	-	-	-
Otro	-	-	-
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	26	58	

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

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 05CAJ2015, mayo 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Según el EEF, los principales clientes fueron ambulantes, con un 59,1% que, comparado con el ELB, 10,0%, muestra un incremento de 49,1 50 p.p. El 4,5% dice que fueron los mayoristas que, comparado con el ELB, 10,0%, denota un decrecimiento de 5,5 50 p.p. El 100,0% dice que fueron los consumidores individuales que, comparado con el ELB, 100,0%, muestra que no ha habido variación. Un 13,6% afirma que sus principales clientes fueron empresas de menos de 10 trabajadores que, comparado con el ELB, 0,0%, significa un crecimiento de 13,67 50 p.p. Nadie, 0,0% indica que fueron empresas de más de 10 trabajadores que, comparado con el ELB, 10,0%, muestra un decrecimiento de 10,0 50 p.p. El 72,7% dice que fueron familiares/amigos/vecinos que, comparado con el ELB, 10,0%, denota un crecimiento de 62,7 puntos porcentuales.

Con relación a la procedencia de los clientes, un 77,3% proviene de distrito en donde está ubicado el negocio que, comparado con el ELB, 50,0%, muestra un incremento de 27,3 50 p.p. El 22,7% provienen de la provincia donde está ubicado el negocio que, comparado con el ELB, 50,0% denota un decrecimiento de 27,3 50 p.p. Finalmente, nadie, 0,0% indica que provienen de la región donde está ubicado el negocio que, comparado con el ELB, 20,0% muestra un decrecimiento de 20,0 50 p.p.

Sobre los motivos que los beneficiarios del proyecto tuvieron para ubicar sus negocios en sus actuales lugares, se tiene que el 77,3% lo hizo porque vive ahí o está muy cerca de su casa que, comparando los datos con los del ELB, 40,0%, se constata un incremento de 37,3 50 p.p. Otro 31,8% declara que lo hizo porque es una zona muy céntrica y comercial,

mientras que en el ELB la cifra es de 50,0%, mostrándose un decrecimiento en el EEF de 18,2 50 p.p. La razón de que varias empresas del mismo rubro se ubican aquí, tiene un 13,6%, mostrando un incremento de 13,6 50 p.p. con respecto del ELB. El 36,4% declara que la ubicación de su negocio se debe a que es más económico el pago de los servicios (alquiler del local, otros) que, comparado con el ELB, 0,0%, muestra un crecimiento de 36,4 50 p.p.

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	10.0	59.1	49.1
Mayoristas	10.0	4.5	-5.5
Consumidores individuales	100.0	100.0	-
Empresas de menos de 10 trabajadores	-	13.6	13.6
Empresas de más de 10 trabajadores	10.0	-	-10.0
Estado	-	4.5	4.5
Agente/empresa exportadora	-	-	-
Familiares/amigos/vecinos	10.0	72.7	62.7
Otro	-	-	-
Total	100.0	100.0	-
Beneficiarios	26	58	
Procedencia de principales clientes 2/			
Distrito donde está ubicado el negocio	50.0	77.3	27.3
Provincia donde está ubicado el negocio (incluye alternativa anterior)	50.0	22.7	-27.3
Región donde está ubicado el negocio	20.0	-	-20.0
En otras regiones	-	-	-
En el extranjero	-	-	-
Total	100.0	100.0	-
Beneficiarios	26	58	
Motivos de ubicación 3/			
Vivo aquí/está muy cerca de mi casa	40.0	77.3	37.3
Es una zona muy céntrica y comercial	50.0	31.8	-18.2
Los proveedores están cerca	-	-	-
Los clientes están cerca	20.0	18.2	-1.8
Varias empresas del mismo rubro se ubican aquí	-	13.6	13.6
Es más económico el pago de servicios (alquiler de local, otros)	-	36.4	36.4
Otros	-	-	-
Total	100.0	100.0	-
Beneficiarios	26	58	

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 05CAJ2015, mayo 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

Sólo un 7,3% de beneficiarios tenían sus negocios en las mismas zonas donde había otros 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	7.3 (5.2)

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 pertenencia a alguna organización empresarial

Según los resultados del EEF, el 13,6% de los beneficiarios pertenece a alguna organización o gremio, lo que resultaba mayor en 13,6 50 p.p. que en el ELB, pues en éste se estableció que ningún beneficiario, 0,0%, pertenencia a alguna organización o gremio.

Las ventajas que se obtienen de la pertenencia a una organización empresarial o gremio fueron: un 33,3% dice que les permite acceder a información sobre nuevos proveedores, mayor en 33,3 50 p.p. al ELB; otro 66,7% recibe capacitación sobre técnicas de producción que, comparado con el ELB, 0,0%, significa un incremento de 66,7 50 p.p. Un 33,3% manifiesta que mejora la producción que, comparado con el ELB, 0,0%, denota un incremento de 33,3 50 p.p.

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	-	13.6	13.6
No	100.0	86.4	-13.6
Total	100.0	100.0	
Beneficiarios	26	58	
Ventajas de pertenencia a Organización/Asociación/Gremio			
1/			
Acceder a información sobre nuevos clientes	-	33.3	33.3
Acceder a información sobre nuevos proveedores	-	-	-
Acceder a información sobre técnicas de producción	-	-	-
Capacitación en mercado	-	-	-
Capacitación sobre técnicas de producción	-	66.7	66.7
Mejorar la producción	-	33.3	33.3
Mejorar la calidad de mi producto	-	-	-
Red de contactos	-	-	-
Otro	-	-	-
Total	-	100.0	
Beneficiarios	0	8	

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 05CAJ2015, mayo 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

La sistematización de la encuesta aplicada a la muestra de beneficiarios indica que el 96,5%

concluyeron la capacitación; el 3,5% no culminó el proceso.

Los motivos que explican la no culminación del proceso son: un 33,3% debido a que los estudios se lo impedían, otro 33,3% a que trabajo se lo impidió y, finalmente, el otro 33,3% 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	96.5
No culminé	3.5
No participé en la capacitación	-
Total	100.0
Beneficiarios	226
Motivos de no culminación de la capacitación	
Mis estudios me lo impidieron	33.3
Mi trabajo me lo impidió	33.3
No me gustó la capacitación	-
Los horarios de la capacitación no me convenían	-
El lugar de capacitación quedaba lejos	-
Problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe	33.3
Total	100.0
Beneficiarios	8

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 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 88,0% está completamente de acuerdo y el 12,0% parcialmente de acuerdo.

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 72,3% está completamente de acuerdo; el 26,5% parcialmente de acuerdo y el 1,2% en desacuerdo.

Con relación a que, si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo formalizar un negocio, el EEF indica que el 78,3% está completamente de acuerdo; el 19,3% parcialmente de acuerdo y el 2,4% en desacuerdo.

Con relación a que, si el proyecto brindó información sobre cómo buscar financiamiento, el EEF indica que el 84,3% está completamente de acuerdo; el 13,3% parcialmente de acuerdo y el 2,4% 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 69,9% está completamente de acuerdo; el 25,3% parcialmente de acuerdo y el 4,8% 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 75,9% está completamente de acuerdo; el 20,5% parcialmente de acuerdo y el 3,6% en desacuerdo.

Con relación a que, si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados, el EEF indica que el 69,9% está completamente de acuerdo; el 25,3% parcialmente de acuerdo y el 4,8% 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 77,1% está completamente de acuerdo; el 22,9% parcialmente de acuerdo.

Con relación a que, si el proyecto brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión del negocio, el EEF indica que el 92,8% está completamente de acuerdo; el 6,0% parcialmente de acuerdo y el 1,2% en desacuerdo.

Con relación a que, si el proyecto brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos el EEF indica que el 85,5% está completamente de acuerdo y el 14,5% parcialmente de acuerdo.

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	88.0	12.0	-	-	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar un negocio	72.3	26.5	1.2	-	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo formalizar el negocio	78.3	19.3	2.4	-	100.0
El proyecto me brindó información sobre cómo buscar financiamiento	84.3	13.3	2.4	-	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo gestionar a mis proveedores	69.9	25.3	4.8	-	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo identificar las fortalezas y debilidades de un negocio	75.9	20.5	3.6	-	100.0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados	69.9	25.3	4.8	-	100.0
El proyecto me brindó información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de mi negocio	77.1	22.9	-	-	100.0
El proyecto me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión de mi negocio	92.8	6.0	1.2	-	100.0
El proyecto me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos	85.5	14.5	-	-	100.0

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

El 66,3% de beneficiarios considera que el contenido del curso de capacitación y el número de horas dedicadas para tales fines fueron suficientes para implementar o fortalecer sus negocios, mientras que el 33,7% opinó lo contrario.

De la totalidad de participantes, 226 en total, el 98,8% elaboró su plan de negocios hasta su terminación y solo el 1,2% lo elaboró, pero sin culminarlo. De los que elaboraron y concluyeron el plan, el 90,7% lo hizo para crear un negocio y, la diferencia, el 9,3% lo hizo para fortalecer el negocio que ya tenía.

Del total de participantes, el 69,8% participó en el concurso de capital semilla, mientras que el 30,2% no lo hizo. Del total de participantes en el concurso, solo el 15,0% obtuvo capital semilla. De ellos, 24 beneficiarios, el 100,0% utilizó capital semilla en la implementación de su plan de negocio.

Del total de beneficiarios el 7,0% está implementando su negocio, el 29,9% ya lo está operando y el 72,1% no llegó a implementarlo. Del total de beneficiarios que no llegó a implementar su negocio 163, el 100,0% afirma que no tienen recursos económicos para implementarlo. De ese mismo universo, el 100,0% afirma que piensa implementar su negocio en algún momento.

Finalmente, el 56,5% de beneficiarios de este universo, responde que para implementar su plan de negocios debe de tener más recursos económicos y el 43,5% afirma que tiene que tener más tiempo.

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	66.3
No	33.7
Total	100.0
Beneficiarios	226
¿Elaboraste un plan de negocios en el proyecto?	
Si, lo elaboré y lo terminé	98.8
Sí, lo elaboré pero no lo terminé	1.2
No elaboré el plan de negocios	-
Total	100.0
Beneficiarios	226
¿Tu plan de negocios fue para crear un negocio o para fortalecer el negocio que ya tienes?	
Fue para crear un negocio	90.7
Fue para fortalecer el negocio que ya tengo	9.3
Total	100.0
Beneficiarios	226

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

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
Como parte del proyecto, ¿participaste en un concurso para obtener capital semilla?	
Si	69.8
No	30.2
Total	100.0
Beneficiarios	226
¿Obtuviste el capital semilla?	
Si	15.0
No	85.0
Total	100.0
Beneficiarios	158
¿Qué hiciste con el dinero del capital semilla?	
Lo invertí en el negocio	100.0
Lo gasté en otras actividades	-
Nada, lo tengo guardado	-
Otra	-
Total	100.0
Beneficiarios	24
¿Llegaste a implementar tu plan de negocios?	
Sí, estoy implementándolo	7.0
Si, ya estoy operando	20.9
No	72.1
Total	100.0
Beneficiarios	226
¿Por qué no llegaste a implementar tu plan de negocios?	
No tengo recursos económicos para implementarlo	100.0
Requiero más capacitación para implementarlo	-
No me interesa implementarlo	-
Otro	-
Total	100.0
Beneficiarios	163
¿Piensas implementar tu plan de negocios en algún momento?	
Si	100.0
No	-
Total	100.0
Beneficiarios	163
¿Qué tendría que pasar para que implementes tu plan de negocios?	
Tener más recursos económicos	56.5
Tener más tiempo	43.5
Otro	-
Total	100.0
Beneficiarios	163

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 temas que debieron ser profundizados en la capacitación

Con relación a qué temas debieron ser profundizados, el 2,3% de los beneficiarios refiere el

tema de cómo acceder a nuevos mercados, otro 2,3% a cómo captar nuevos clientes, un 1,2% a cómo contratar con empresas privadas, un 5,8% a la formalización del negocio, un 1,2% a la gestión de proveedores, un 7,0% a gestión financiera, otro 10,5% a marketing empresarial, un 3,5% a publicidad del negocio y, finalmente, un 66,3% no refirió o mencionó algún tema.

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?	
Cómo acceder a nuevos mercados	2.3
Cómo captar nuevos clientes	2.3
Cómo contratar con empresas privadas	1.2
Formalización del negocio	5.8
Gestión de proveedores	1.2
Gestión financiera	7.0
Marketing empresarial	10.5
Publicidad del negocio	3.5
No mencionó algún tema	66.3
Total	100.0
Beneficiarios	226

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 4.1 REGIÓN CAJAMARCA: COMPARACIÓN DE INDICADORES EX ANTE Y EX POST DEL PROYECTO³

OBJETIVO	INDICADOR	INDICADOR Y META ELB	INDICADOR Y META EEF
FIN			
Mejorar las condiciones de vida, de los jóvenes de la Provincia Celendín de la Región Cajamarca.			
PROPÓSITO			
Desarrollar competencias emprendedoras en los jóvenes de los distritos Celendín y Huasmín que les permitan generar o fortalecer su autoempleo.			
Componente 1. Jóvenes han desarrollado capacidades emprendedoras, en igualdad de oportunidades	A término del proyecto, 100 varones y 100 mujeres jóvenes capacitados en temas	0 jóvenes capacitados en temas sobre capacidades emprendedoras.	226 beneficiarios, entre hombres y mujeres, capacitados para el emprendimiento, que es el 113,0% del indicador (No

³ A pesar de que no existe consistencia en y entre ambos documentos, para la elaboración del cuadro, se ha recurrido a información consignada en el Tercer Entregable, Cuadro de Avance Físico de Productos y al Informe Final de Proyecto.

de género, gestión social y empresarial.	<p>sobre capacidades emprendedoras.</p> <p>100 varones y 100 mujeres jóvenes promueven y practican la igualdad de oportunidades en el entorno familiar, comunal y laboral, a término de ejecución del proyecto.</p> <p>100 varones y 100 mujeres jóvenes capacitados en CEPs y elaboración de PdN a finalizar la ejecución del proyecto.</p> <p>180 planes de negocio formulados como resultado de la capacitación en GIN e ISUN; a término del proyecto.</p> <p>90 varones y 90 mujeres jóvenes asesorados técnicamente en la elaboración de sus PdN, a finalizar la ejecución del proyecto.</p>	<p>0 jóvenes promueven y practican la igualdad de oportunidades en el entorno familiar, comunal y laboral</p> <p>0 jóvenes capacitados en CEPs y elaboración de PdN</p> <p>0 planes de negocio formulados como resultado de la capacitación en GIN e ISUN.</p> <p>0 jóvenes asesorados técnicamente en la elaboración de sus PdN</p>	<p>hay información que permita desagregarla por género)</p> <p>No existe información detallada sobre el tema, por lo que no se ha logrado establecer el grado de consecución del indicador.</p> <p>210 beneficiarios, entre hombres y mujeres, capacitados en CEPs y elaboración de PdN, el 105,0% del indicador (No hay información que permita desagregarla por género)</p> <p>175 planes de negocio formulados como resultado de la capacitación en GIN e ISUN. El 97,2% del indicador</p> <p>180 jóvenes asesorados técnicamente en la elaboración de sus PdN, el 100,0% del indicador (No hay información que permita desagregarla por género)</p>
<p>Componente 2. Jóvenes emprendedores acceden a financiamiento y ponen en funcionamiento sus negocios, en un entorno favorable de instituciones públicas y privadas que apoyan el emprendimiento juvenil.</p>	<p>10 planes de negocios ganadores del concurso premiados por el Fondo de Capital Semilla del proyecto con S/. 3,600 cada PdN, a finalizar la ejecución del proyecto.</p> <p>90 planes de negocio financiados por instituciones y financieras locales, a término del proyecto.</p> <p>100 planes asesorados en la etapa de implementación y funcionamiento de los negocios, a finalizar la ejecución del proyecto.</p> <p>02 Gobiernos Municipales participan y apoyan la</p>	<p>0 planes de negocios ganadores del concurso premiados por el Fondo de Capital Semilla del proyecto con S/. 3,600 cada PdN</p> <p>0 planes de negocio financiados por instituciones y financieras locales</p> <p>0 planes asesorados en la etapa de implementación y funcionamiento de los negocios</p> <p>0 Gobiernos Municipales participan y apoyan la</p>	<p>26 PdN ganadores del concurso. 20 premiados por el fondo de capital semilla del proyecto con S/ 1 800 c/u y 6 premiados con fondos de IDER CV. En total, el 260% del indicador.</p> <p>45 planes de negocio financiados por instituciones y financieras locales. El 50% del indicador.</p> <p>100 planes asesorados en la etapa de implementación y funcionamiento de los negocios. El 100% del indicador.</p> <p>01 gobierno municipal participa y apoya la gestión</p>

	gestión del emprendimiento juvenil, a término de la ejecución del proyecto. 01 mesa de concertación Provincial organizada y en funcionamiento sobre emprendedurismo juvenil, a finalizar la ejecución del proyecto.	gestión del emprendimiento juvenil 01 mesa de concertación provincial organizada y en funcionamiento sobre emprendedurismo juvenil	del emprendimiento juvenil. El 50% del indicador. 0 mesa de concertación provincial organizada y en funcionamiento sobre emprendedurismo juvenil. El 0,0% del indicador.
Componente 3. Jóvenes emprendedores graduados, fortalecen su gestión comercial y se articulan a cadenas productivas y mercados locales.	60 emprendimientos (MYPES en marcha) fortalecidos con la implementación de planes de mejoras con asesoría MESUN, a finalizar la ejecución del proyecto. 40 negocios asesorados y asistidos en formalización, gestión comercial en la fase inicial de funcionamiento del negocio a término de la ejecución del proyecto. 100 jóvenes emprendedores con negocios en funcionamiento reciben asesoría en gestión comercial a término de la ejecución del proyecto. 01 feria distrital de Planes de Negocio a realizarse en el 10 mes de cada año de ejecución del proyecto. 100 jóvenes graduados empresarialmente, a término del proyecto 100 Negocios se articulan a mercados locales y cadenas productivas agropecuarias, a término del proyecto.	0 emprendimientos (MYPES en marcha) fortalecidos con la implementación de planes de mejoras con asesoría MESUN. 0 negocios asesorados y asistidos en formalización, gestión comercial en la fase inicial de funcionamiento del negocio 0 jóvenes emprendedores con negocios en funcionamiento reciben asesoría en gestión comercial. 0 feria distrital de Planes de Negocio realizados 0 jóvenes graduados empresarialmente 0 Negocios se articulan a mercados locales y cadenas productivas agropecuarias	60 emprendimientos (MYPES en marcha) fortalecidos con la implementación de planes de mejoras con asesoría MESUN. El 100% del indicador. 40 negocios asesorados y asistidos en formalización, gestión comercial en la fase inicial de funcionamiento del negocio. El 100% del indicador. 80 jóvenes emprendedores con negocios en funcionamiento reciben asesoría en gestión comercial. El 80% del indicador. 04 ferias distritales de Planes de Negocio realizadas. El 200% del indicador. 100 jóvenes graduados empresarialmente, a término del proyecto. El 100% del indicador. 65 negocios se articulan a mercados locales y cadenas productivas agropecuarias. El 65% del indicador.

Fuentes: IDER CV - Proyecto 05CAJ2013 - Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmin. 2013.

Entrevista Coordinadora de Proyecto.

ALAC. Supervisor Externo. Saúl Enrique Vigil Barreda (marzo 2016). INFORME de Supervisión – Tercer Entregable - Proyecto 05CAJ2013: "Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmin". Cajamarca, Perú.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 05CAJ2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

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

4.3.1 Sobre la pertinencia

Se puede afirmar que el proyecto es pertinente debido a las siguientes razones:

- La lectura del contexto económico ha sido adecuada, incorporando una descripción detallada de las condiciones en las que se desenvuelve la juventud de los dos distritos y las oportunidades de emprendimiento que tienen. Todo esto, dentro de un contexto social y político bastante cambiante por la posibilidad de una importante inversión de parte de la mina Yanacocha -Proyecto Conga- y la oposición de gran parte de la población sobre todo del ámbito rural.
- El proyecto se vincula a los planes y políticas de promoción de las MYPES y los programas sectoriales gubernamentales; a las acciones que desarrolla el CONAJUV, que es la entidad rectora de apoyo a propuestas e iniciativas de promoción del trabajo digno y emprendimientos juveniles. Así mismo, tiene directa relación con el Plan Nacional de Educación que vincula la Educación Alternativa con iniciativas de emprendimiento juvenil; con los Planes de Promoción de las MYPES y Sectorial de Turismo, que promueven en las regiones productos con identidad cultural y la gastronomía. También existe una vinculación a los planes de desarrollo concertado de la región, la provincia y los distritos de intervención.
- La IE tiene gran experiencia en la ejecución de proyectos de emprendimiento juvenil en el ámbito nacional.
- El establecimiento de relaciones formales con una variedad de instituciones y organizaciones de la misma zona de intervención, favorece su implementación y la consecución de los productos planteados: Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, Universidad Alas Peruanas – Filial Celendín, Centro de Formación Profesional – Sede Celendín, Municipalidad Distrital de Celendín, Municipalidad Distrital de Huasmín, Municipalidad Provincial de Celendín y el Programa de Créditos.

Por otro lado, se ha constatado una seria dificultad en la formulación de los supuestos, los que son definidos como los 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. Para mayor detalle, se analizan en la siguiente tabla:

TABLA 4.2 REGIÓN CAJAMARCA. ANÁLISIS DE SUPUESTOS

REDACCIÓN	INFLUYE EN LA VIABILIDAD	NO ESTA BAJO CONTROL DE LA IE	FORMULADO EN FORMA POSITIVA
Propósito: Estabilidad económica y política del país (Problemática minera estable, evolución creciente de principales sectores de la economía)	Sí influye en la viabilidad, por tanto, cumple con el criterio.	No está bajo el control de la IE	Sí está formulado en forma positiva, por tanto, cumple con el criterio.

TABLA 4.2 REGIÓN CAJAMARCA. ANÁLISIS DE SUPUESTOS

REDACCIÓN	INFLUYE EN LA VIABILIDAD	NO ESTA BAJO CONTROL DE LA IE	FORMULADO EN FORMA POSITIVA
regional, agroindustria, ganadería, turismo, pequeña industria, comercio y servicios; otros. Incremento del empleo regional en sectores prioritarios)			
Componente 1. Cambio de actitudes de los jóvenes rurales.	Sí influye en la viabilidad, por tanto, cumple con el criterio.	Sí está bajo el control de la IE, por tanto, no cumple con el criterio.	Sí está formulado en forma positiva, por tanto, cumple con el criterio.
Componente 2. Condiciones estables de mercado con oportunidades de negocio. Autoridades públicas y privadas con cambios de actitudes	Sí influye en la viabilidad, por tanto, cumple con el criterio.	No está bajo el control de la IE, por tanto, cumple con el criterio.	Sí está formulado en forma positiva, por tanto, cumple con el criterio.
Componente 3. Condiciones estables de mercado con oportunidades de negocio. Se mantiene el interés de los jóvenes de articularse a mercados y cadenas productivas.	Sí influye en la viabilidad, por tanto, cumple con el criterio.	El primer párrafo del supuesto no está bajo el control de la IE, por tanto, cumple con el criterio. El segundo párrafo del supuesto sí está bajo el control de la IE, por tanto, no cumple con el criterio.	Sí está formulado en forma positiva, por tanto, cumple con el criterio.

Fuentes: IDER CV - Proyecto 05CAJC2013 - Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos Juveniles en distritos Celendín y Huasmin. 2013.

ALAC. Supervisor Externo. Saúl Enrique Vigil Barreda (marzo 2016). INFORME de Supervisión – Tercer Entregable - Proyecto 05CAJ2013: “Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmin”. Cajamarca, Perú.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

De la lectura del cuadro se destaca lo siguiente: si bien el supuesto del nivel propósito cumple los tres criterios, fue equivocado, ya que por el contrario la estabilidad económica y política del país ha sido relativa: la economía ha sufrido una seria desaceleración, la inversión privada se ha congelado y la inversión pública no es suficiente, lo que ha influido directamente en la involución de casi todos los indicadores económicos, sobre todo los de la región Cajamarca, al tiempo que el gobierno ha sufrido una fuerte baja de credibilidad. La frase del supuesto que refiere a la “problemática minera estable” resultó absolutamente alejada de la realidad, pues ha sido todo lo contrario, particularmente para la región Cajamarca, habiéndose concretado la inviabilidad del Proyecto Conga, proyecto que abría una serie de oportunidades a una variedad de actividades conexas.

El análisis de riesgos es adecuado. Si tenemos en cuenta que los riesgos están conceptualizados como los 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 4.3 REGIÓN CAJAMARCA. ANÁLISIS DE RIESGOS.

REDACCIÓN	INFLUYE EN LA VIABILIDAD	NO ESTA BAJO CONTROL DE LA IE	COMENTARIOS
<p>La estrategia diseñada para el proyecto no contempla externalidades, el riesgo que representa la probabilidad de darse el fenómeno de El Niño o un sismo.</p> <p>Ante un sismo: Son daños físicos y materiales, en las viviendas, los locales de capacitación y actividades económicas.</p> <p>Ante un fenómeno de El Niño: Daños en la agricultura y actividades económicas.</p>	Sí influye, por tanto, cumple con el criterio.	No está bajo el control de la IE, por tanto, cumple con el criterio.	Las acciones de prevención que se plantean por pertinentes.
<p>Poca capacidad de comprensión de los temas a capacitar</p> <p>Los beneficiarios, al ser jóvenes en su mayoría con una no adecuada calidad educativa, pueden no tener una adecuada comprensión de los diferentes conceptos que se incluyen en los módulos de capacitación, que serán dictados por los especialistas.</p>	Sí influye, por tanto, cumple con el criterio	Está bajo control de la IE. No cumple con el criterio.	El proyecto parte de la constatación de una serie de deficiencias en las habilidades y capacidades de los beneficiarios, frente a ese hecho, el plan de capacitación es una necesidad sentida por los participantes y la metodología a utilizar ha de ser participativa y busca el involucramiento activo de los beneficiarios.
<p>No se cuenta con los recursos económicos necesarios para la buena ejecución del proyecto.</p> <p>La crisis económica del país y del mundo está sujeto a incrementos inesperados de los precios interrumpiendo las actividades del proyecto por falta de financiamiento.</p> <p>Limita la operatividad del proyecto, generando un atraso en las actividades.</p>	Sí influye, por tanto, cumple con el criterio	No está bajo el control de la IE, por tanto, cumple con el criterio.	Las acciones de prevención que se plantean por pertinentes.
<p>No se cuenta con señalizaciones en los locales de capacitación.</p> <p>Zonas de riesgos no identificadas son un peligro</p>	Sí influye, por tanto, cumple con el criterio	No está bajo el control de la IE, por tanto, cumple con el criterio.	Las acciones de prevención que se plantean por pertinentes.

para la seguridad de las personas.			
Conflicto minero – medio ambiental. Las movilizaciones y paros regionales, detienen el funcionamiento del transporte, perjudicando el normal desarrollo de las capacitaciones.	Sí influye, por tanto, cumple con el criterio	No está bajo el control de la IE, por tanto, cumple con el criterio.	Las acciones de prevención que se plantean por pertinentes.

Fuentes: IDER CV - Proyecto 05CAJC2013 - Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmin. 2013. Entrevista Jefe de Proyecto.

ALAC. Supervisor Externo. Saúl Enrique Vigil Barreda (marzo 2016). INFORME de Supervisión – Tercer Entregable - Proyecto 05CAJ2013: "Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmin". Cajamarca, Perú.

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto 05CAJ2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.3.2 Sobre la eficiencia

La implementación de la estrategia de selección de los beneficiarios ha cumplido con la realización de las actividades planificadas, 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. Es de destacar el establecimiento de coordinaciones y compromisos con una serie de instituciones y organizaciones de los dos distritos en los que se ejecutó el proyecto, lo que facilitó la intervención, pese a que algunos pobladores y autoridades se oponían a su realización. Es por ello se la califica como adecuada.

Con relación al manejo financiero, se resalta que si bien se ejecutó el 91,3% del presupuesto asignado se cumplió con la realización del conjunto de actividades programadas. La Municipalidad Provincial de Celendín no cumplió con el compromiso asumido de aportar S/ 24 000,0, el 2,7% del presupuesto programado, lo que motivó una serie de dificultades que fueron subsanadas con los aportes de IDER CV.

TABLA 4.4 REGIÓN CAJAMARCA. EJECUCIÓN PRESUPUESTO.

INSTITUCIÓN APORTANTE	TOTAL PROGRAMADO	TOTAL EJECUTADO	PORCENTAJE DE AVANCE (%)
FONDO EMPLEO Y ALAS CAJAMARCA	634,389.79	608,051.09	95.85
Institución Ejecutora	87,654.00	93,654.00	106.85
Municipalidad Provincial de Celendín	24,000.00	0.00	0.00
CEFOP Cajamarca sede Celendín	9,520.00	9,520.00	100
Universidad Alas Peruanas - filial Celendín	10,480.00	10,480.00	100
Programa Créditos	84,000.00	51,900.00	61.79
Beneficiarios	28,800.00	28,800.00	100
TOTAL DEL PROYECTO	878,843.79	802,405.09	91.30

Fuentes: IDER CV - Proyecto 05CAJC2013 - Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmin. 2013.

ALAC. Supervisor Externo. Saúl Enrique Vigil Barreda (marzo 2016). INFORME de Supervisión – Tercer Entregable - Proyecto 05CAJ2013: “Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmin”. Cajamarca, Perú.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

Pese a que, en opinión de los beneficiarios, el proceso de capacitación recibido fue positivo, el contenido de los módulos y el número de horas trabajadas fueron importantes para implementar y/o fortalecer su negocio, estas afirmaciones van en sentido contrario con una de las más importantes conclusiones del EEF: el proceso de capacitación no logró que los beneficiarios desarrollen sus respectivos planes de negocio con los requisitos deseados ⁴, por tanto, se puede afirmar que la eficiencia del proyecto está ubicada por debajo de las expectativas tanto del proyecto mismo como de quienes lo financiaron.

4.3.3 Sobre la efectividad

En lo que respecta a la formulación del proyecto, existe una evidente y estrecha relación entre el propósito, fin y resultados. Así mismo, a pesar de una demora en la transferencia de fondos todas las actividades programadas se realizaron dentro de los plazos establecidos y el logro de los indicadores de los componentes fue el siguiente:

Primer componente

- El logro del primer indicador ha sido de 113,0%, sin embargo, en toda la documentación sobre el proyecto, no hay información que permita discriminar el alcance logrado por género tal como está redactado el indicador.
- El logro del segundo indicador no ha podido ser determinado pues, en la documentación sobre el proyecto no hay información que permita hacerlo.
- El logro del tercer indicador es de 105,0%, sin embargo, en la documentación sobre el proyecto no hay información que permita discriminar el alcance logrado por género tal como está redactado el indicador.
- El logro del cuarto indicador es de 97,2%.
- El logro del quinto indicador es de 100,0%, sin embargo, en la documentación sobre el proyecto no hay información que permita discriminar el alcance logrado por género tal como está redactado el indicador.

Segundo componente

- El logro del primer indicador es de 260,0% con la precisión de que se duplicó el número de beneficiarios dividiendo el monto presupuestado que cada uno debería recibir (de S/ 3 600,00 a S/. 1 800,00) y a que IDER CV aportó el dinero que cubrió la entrega de capital semilla a otros 6 beneficiarios, esto, como consecuencia del incumplimiento del compromiso asumido por la Municipalidad Provincial de Celendín.
- El logro del tercer indicador es de 50,0%.

⁴ Ver el detalle de la afirmación en las páginas donde se desarrolla la evaluación del sostenimiento del proyecto, específicamente, cuando se analizan los 10 mejores planes de negocio de los beneficiarios.

- El logro del cuarto indicador es de 50,0%.
- El logro del quinto indicador es de 0,0%. Sin embargo, hay que señalar que la IE logró la constitución de una asociación en la que participan los beneficiarios.

Tercer componente

- El logro del primer indicador es de 100,0%
- El logro del segundo indicador es de 100,0%.
- El logro del tercer indicador es de 100,0%.
- El logro del cuarto indicador es de 200,0%.
- El logro del quinto indicador es de 100,0%.
- El logro del segundo indicador es de 65,0%.

El promedio de logro alcanzado por componente es el siguiente: del componente 1, 83,0%; del componente 2, 92,0%; y del componente 3, 107,8%, lo que hace un promedio cuantitativo general del 94,3%. Ahora bien, estos promedios cuantitativos no van de la mano con la información cualitativa relacionada con las limitadas habilidades y destrezas alcanzadas por los beneficiarios para la formulación de los planes de negocio.

En el desarrollo del proyecto se presentaron una serie de dificultades y limitaciones que no impidieron su ejecución pero sí limitaron la consecución de varios de los logros planteados, destacándose el incumplimiento de la Municipalidad Provincial de Celendín que no cumplió con su contrapartida de S/ 24 000,00.

4.3.4 Sobre la sostenibilidad

Existen compromisos y líneas de acción que están contenidos en diferentes documentos y constituyen políticas públicas con las que el proyecto ha sido alineado:

- Al objetivo específico 5, del Eje Estratégico 4: Economía, Competitividad y Empleo del Plan Bicentenario El Perú hacia el 2021³, que 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”.
- Al Objetivo Estratégico General 2, de los Lineamientos de Política Socio Laborales 2012 – 2016⁴, que 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”.
- Igualmente a las políticas de capacitación y promoción del empleo de la Dirección de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral y del Centro de Empleo “Jóvenes Productivos”, ambos dependencias del Gobierno Regional de Cajamarca, las que sin

³ CEPLAN -El Perú hacia el 2021. Aprobado mediante DS N° 054-2011-PCM.

⁴ Aprobado mediante Resolución Ministerial N° 227-2012-TR.

embargo no llegan a ser garantía para que exista una sostenida oferta de empleo.

- En el plano local, a los planes de desarrollo de las municipalidades provinciales y distritales, las que sin embargo, no pasan de ser declaraciones de buenas intenciones para promover el empleo y emprendimiento juvenil.

Por otro lado, en las perspectivas de sostenibilidad del proyecto habrá de tomarse en cuenta, pero en sentido contrario a la misma, las declaraciones que hace un tiempo atrás brindaron representantes de la minera Yanacocha quienes informaron que el Proyecto Conga, que tenía una inversión prevista de más de 5 mil millones de dólares, ya no es viable debido a la problemática social creada, de manera que se pierde una serie de posibilidades conexas a la explotación minera.

5. LECCIONES APRENDIDAS

En las fases de focalización, sensibilización y selección de beneficiarios

Si bien las alianzas establecidas con instituciones de la zona permitieron lograr el acercamiento necesario a la población objetivo, debe de hacerse el seguimiento necesario para que los aliados honren con los compromisos adquiridos.

El proceso de focalización y sensibilización de beneficiarios es trascendental ya que solo una correcta selección de los beneficiarios hace viable y sostenible los proyectos en los que intervienen.

En la fase de capacitación en planes de negocio y planes de mejora

El equipo de profesionales encargado de la capacitación de los beneficiarios cumplió con el proceso, pero los resultados alcanzados no fueron los esperados al observarse las calificaciones de los planes de negocio que compitieron para ganar el capital semilla; en este sentido, se tiene que ser más exigente con el equipo encargado de la capacitación, realizando un monitoreo sistemático y permanente. El monitoreo debe incluir a los beneficiarios en su proceso de aprendizaje.

Aún con las limitaciones señaladas, el emprendimiento es un estilo de vida que genera el desarrollo personal, económico y social en las personas.

En la fase de acompañamiento y asistencia técnica para la implementación de negocios

Se ha cumplido formalmente con el asesoramiento y acompañamiento de los beneficiarios, pero, como ya se ha explicado, los resultados no han sido de los mejores, por lo que cuando se realice el diseño de los proyectos ha de tenerse en cuenta las dificultades reales existentes en las zonas de intervención, tales las distancias que hay a recorrer para llegar hasta los lugares en donde viven no pocos de los beneficiarios, así como los tiempos que incluyen estos recorridos demoran, de modo que se prevean las facilidades a ser brindadas a los asesores para que el asesoramiento que realicen no sea superficial.

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 requerido para la focalización y selección de los beneficiarios, establecido por en las Bases de la convocatoria.

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

- Se ha capacitado al 100% (226) de beneficiarios, jóvenes hombres y mujeres provenientes tanto del ámbito rural como del urbano en emprendimiento. Se capacitó al 92,9% (210) beneficiarios en CEP y elaboración de sus respectivos planes de negocios.
- Se ha concretado que 175 beneficiarios desarrollen sus ideas de negocio y los plasmen en sus respectivos planes de negocios y participen en el concurso de capital semilla, 26 de los cuales fueron premiados. No se dispone información de quienes habiendo sido capacitados, no elaboraron sus planes de negocio.
- El ET de la IE ha implementado los procedimientos de supervisión, monitoreo y acompañamiento comprometidos en la formulación del proyecto.

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

- Se ha asesorado a los beneficiarios en la elaboración de sus planes de negocio. El seguimiento fue individualizado.
- Todos los beneficiarios que ganaron el capital semilla recibieron el dinero y fueron acompañados por los asesores y/o personas del ET en la adquisición de los insumos para montar el negocio.

En la etapa de articulación al mercado de los negocios de los jóvenes

- El ET de la IE organizó 04 ferias, 02 en cada distrito, en la que participaron activamente los beneficiarios habiéndose logrado iniciar una articulación al mercado de los negocios de los jóvenes.

Sobre la pertinencia

- La IE ha tenido una adecuada lectura del contexto socio económico laboral y de emprendimiento en la que se ejecutó el proyecto, aunque no fue precisa en uno de los supuestos centrales: el relacionado a una supuesta economía y actividad minera estable; de la misma forma, identificó los riesgos de la intervención habiéndose establecido acciones específicas para enfrentarlos.
- Se trabajó con instituciones de la zona con amplio conocimiento de la población juvenil con quienes se firmaron actas de compromiso que posibilitaron la convocatoria, registro y

selección de los beneficiarios, siendo lamentable que la Municipalidad Provincial de Celendín no cumpliera con los compromisos que asumió.

- Con relación al marco lógico, aunque hubo consistencia en la formulación del proyecto, específicamente entre el fin, el propósito y los componentes o resultados, hubo fallas en la formulación de los supuestos. Hay varios indicadores que pueden haber sido trabajados pero que no han sido consignados específicamente en ninguno de los informes: *“A término del proyecto, 100 varones y 100 mujeres jóvenes capacitados en temas sobre capacidades emprendedoras”, “100 varones y 100 mujeres jóvenes promueven y practican la igualdad de oportunidades en el entorno familiar, comunal y laboral, a término de ejecución del proyecto”, “100 varones y 100 mujeres jóvenes capacitados en CEPs y elaboración de PdN a finalizar la ejecución del proyecto”.*

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 aliadas locales, difusión de las bondades de la iniciativa, registro de los interesados y, finalmente, identificación y selección de jóvenes que participaron en el proceso de capacitación.
- Aunque los beneficiarios que culminaron el proceso de capacitación están satisfechos con el proceso seguido, los resultados de los planes de negocio no han sido suficientes. Aún así 26 beneficiarios fueron favorecidos con capital semilla.

Sobre la efectividad

- En lo que respecta a la formulación del proyecto, existe una evidente y estrecha correlación entre el fin, propósito y componentes del proyecto. El promedio de logro alcanzado por componente es el siguiente: del componente 1, 83,0%; del componente 2, 92,0% y del componente 3, 107,8%, lo que hace un promedio cuantitativo general del 94,3%.
- Estos positivos resultados alcanzados no se complementan con las habilidades y destrezas alcanzadas por los beneficiarios para la formulación de los planes de negocio.

Sobre la sostenibilidad

- Existen compromisos y líneas de acción que están contenidos en diferentes documentos que constituyen políticas públicas que se tienen que aprovechar y las que ha sido alineado el proyecto.
- Igualmente el proyecto ha sido alineado a las políticas de capacitación y promoción del empleo que desarrollan la Dirección de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral y el Centro de Empleo “Jóvenes Productivos”, ambas dependencias del Gobierno Regional de Cajamarca, las que sin embargo no llegan a ser garantía para que exista una sostenida oferta de empleo.
- En las perspectivas de sostenibilidad hay que tener en cuenta las declaraciones últimas de representantes de minera Yanacocha acerca de que el Proyecto Conga, que tenía una inversión prevista de más de 5 mil millones de dólares, ya no era viable debido a la

problemática social creada, de manera que se pierde una serie de posibilidades conexas a la explotación minera.

- En el plano local, los planes de desarrollo las municipalidades provinciales y distritales no expresan sino buenas intenciones de promover el empleo y emprendimiento juvenil.

6.2 Recomendaciones

- Las responsabilidades del equipo de profesionales que se hacen cargo de la capacitación de los beneficiarios debe de incluir varias y muy específicas actividades referidas no solo al cumplimiento de indicadores cuantitativos -como el itinerario formativo acordado, las horas de dictado de clases y la metodología participativa a seguir, entre otros- sino y sobretodo, el logro de indicadores cualitativos relacionados a los niveles a ser alcanzados en el desarrollo de capacidades, habilidades y destrezas específicas de los beneficiarios para la formulación de sus respectivos planes de negocio.
- Acompañado a lo anterior, el monitoreo de parte del ET a aquel equipo de capacitación debe de ser sistemático, exigente y persistente. Lo mismo debe hacerse suceder en la fase de acompañamiento de los beneficiarios en la tarea de desarrollar sus respectivos planes de negocio.
- En los casos en que no se tenga información de quienes habiendo sido capacitados y no hayan elaborado sus planes de negocio, se tiene que implementar medidas concretas de seguimiento para que cumplan con el compromiso asumido y/o conocer las razones del incumplimiento.
- A la par, si cada institución aliada se ha comprometido en aportar algo específico, tanto la IE, su ET y la supervisión deben de hacer el seguimiento necesario para que lo honren.
- En futuros proyectos, su formulación tiene que ser más consistente y rigurosa en todos los aspectos que involucran el marco lógico -para el caso, en los supuestos- y el análisis de riesgos que debe de incorporar acciones muy concretas para enfrentarlos. También se debe de tener mucho cuidado en la formulación de los indicadores -cuantitativos y cualitativos- de manera que los informes de avance y finales, sean consistentes con aquellos.
- Ante la existencia de compromisos y líneas de acción por parte del gobierno central, como de los gobiernos regionales y locales, que están contenidos en diferentes documentos y constituyen políticas públicas, se deben de aprovechar en toda su extensión.

7. REFERENCIAS

- ALAC. Supervisor Externo. Andrés Mónica Cabanillas Tapia (diciembre 2014). INFORME de Supervisión – Primer Entregable - Proyecto 05CAJ2013: “Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín”. Cajamarca, Perú.
- ALAC. Supervisor Externo. Saúl Enrique Vigil Barreda (octubre 2015). INFORME de Supervisión – Segundo Entregable - Proyecto 05CAJ2013: “Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín”. Cajamarca, Perú.
- ALAC. Supervisor Externo. Saúl Enrique Vigil Barreda (marzo 2016). INFORME de Supervisión – Tercer Entregable - Proyecto 05CAJ2013: “Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín”. Cajamarca, Perú.
- El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo (2015). ESTUDIO de Línea de Base Proyecto 05CAJ2013. Cajamarca, Perú.
- FONDOEMPLEO (2013). TÉRMINOS de Referencia Elaboración de Estudios de Línea de Base y Evaluación Final de Proyectos de Promoción y Fortalecimiento de Emprendimientos Juveniles del 1° Concurso de Línea de Cofinanciamiento de Proyectos de FONDOEMPLEO.
- 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.
- IDER CV (2013). DOCUMENTO de Proyecto 05CAJ2013 - Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín. Cajamarca, Perú.
- IDER CV (2013). PLAN Operativo Primer Año. Cajamarca, Perú.
- IDER-CV. Coordinadora del Proyecto. Alicia Karina Amoroto Peláez (marzo 2016). INFORME Final del Proyecto 05CAJ2013: “Generación y fortalecimiento de autoempleo a través de emprendimientos juveniles en distritos Celendín y Huasmín”. Cajamarca, Perú.

8. ANEXOS

ANEXO 1: LISTA DE BENEFICIARIOS DEL MARCO POBLACIONAL

CUADRO CONSOLIDADO DE BENEFICIARIOS DESDE EL INICIO DEL PROYECTO A LA FECHA

Código del Proyecto: 05CAJ2013

Nombre del Proyecto: "GENERACION Y FORTALECIMIENTO DE AUTOEMPLEO A TRAVES DE EMPREDIMIENTOS JUVENILES EN DISTRITOS CELENDIN Y HUASMIN"

Institución Ejecutora: IDER CÉSAR VALLEJO

Duración del Proyecto: 24 meses

Fecha inicio: 04 DE MARZO 2015

RELACIÓN DE BENEFICIARIOS AL 30 DE DICIEMBRE DEL 2015

N°	Fecha de incorporación al	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	DNI	Provincia	Distrito	Dirección (completa) 1/.
1	20/04/2015	AGUILAR	CHAVEZ	ANDRES	47908767	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Arica cd/5
2	14/03/2015	ALVARADO	FIGUEROA	ELVAROSMERI	73664372	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Alto Cumbe s/n
3	14/03/2015	AGUILAR	BARBOZA	FAUSTITA BEATRIZ	48688158	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Ayacucho 1092
4	14/03/2015	AGUILAR	MALCA	MARÍA	76197821	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Caceres C/16
5	17/04/2015	AGUILAR	MARIN	THALIA ENITH	71325588	CELENDÍN	CELENDÍN	Santa Rosa
6	14/03/2015	CORTEZ	MALCA	AMÉRICO	48858870	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. PEDRO ORTIZ MONT OYA
7	14/03/2015	COTRINA	CHÁVEZ	WILMER	71606568	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Guayao Alto
8	14/03/2015	CRUZADO	TELLO	YOVANA	76322225	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. José Gálvez C/13
9	14/03/2015	GARCÍA	DIAZ	FERNANDO GREGORIO	72272514	CELENDÍN	CELENDÍN	Av. Celendín 527 - (José Gálvez)
10	14/03/2015	GUEVARA	SALAZAR	GLENY MAYOLITA	71595255	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Junin C/4
11	17/04/2015	MEJIA	MARIN	HILMER	71606767	CELENDÍN	CELENDÍN	San Isidro
12	17/04/2015	HUAMÁN	GUEVARA	ROXY YOVANA	48626495	CELENDÍN	PALLÁN	Jr. Huamcayo 304
13	14/03/2015	MINES	CHÁVEZ	MARITZA	76432172	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. El Huayau C/N
14	17/04/2015	PENAS	RODRIGUEZ	EDIVER	48283191	CELENDÍN	CHUMUCH	Barrio El Guayao
15	17/04/2015	REYNA	ROJAS	ANALUZ	70424786	CELENDÍN	SUCRE	Jr. Salaverry 981
16	17/04/2015	ROJAS	BRIONES	LILIA FLORESMILA	71603868	CELENDÍN	OXAMARCA	Jr. Caseres y Huancayo
17	14/03/2015	TIRADO	ORTÍZ	GILMER	47323688	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. La Masma
18	14/03/2015	VÁSQUEZ	RAMIREZ	NEILA YAQUELI	71588454	CELENDÍN	MIGUEL	Jr. Los Pinos S/N
19	13/04/2015	ARIAS	MARIÑAS	MAVILA	47851959	CELENDÍN	SOROCHUCO	Jr. El Cumbe 196
20	13/04/2015	CHUGNAS	RODRIGUEZ	GLADYS	74403617	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Marcelino Gonzales s/n
21	13/04/2015	CORTEZ	CHÁVEZ	ERIKA	71585084	CELENDÍN	CELENDÍN	Bellavista - Chotapampa
22	13/04/2015	CHÁVEZ	SÁNCHEZ	GEINER	75063643	CELENDÍN	CELENDÍN	Av. Alto Cumbe S/N
23	14/03/2015	HUAMÁN	RAMIREZ	GUILLERMO	74406351	CELENDÍN	CHUMUCH	Jr. Arica S/N
24	13/04/2015	JULCA	APAESTEGUI	ROGER	71903850	CELENDÍN	CHUMUCH	San Isidro
25	13/04/2015	LEYVA	ZELADA	EDSER HEINZ	73465628	CELENDÍN	SUCRE	Jr. Augusto Gil S/N
26	13/04/2015	MARIN	CHÁVEZ	ÁNGEL JOSMIL	71433428	CELENDÍN	CELENDÍN	MALCAT
27	13/04/2015	MEDINA	ARAUJO	ÉDILA	46310624	CELENDÍN	CHUMUCH	Jr. Junin 429
28	13/04/2015	QUISPE	TANTALEAN	JENNY	44214853	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Marcelino Gonzales 200
29	13/04/2015	RAMIREZ	RUIZ	ENEYDA	71598295	CELENDÍN	PALLÁN	Jr. Junin 115
30	13/04/2015	SANCHEZ	PEREYRA	JOSÉ NELVER	71978778	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Agosto Gil C/1
31	06/04/2015	ALBARRÁN	QUEVEDO	LESLEY BETH	95761120	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Malcat s/n
32	06/04/2015	ALBARRÁN	QUEVEDO	YULY LICET	75961119	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Malcat s/n
33	06/04/2015	ARTEAGA	MAYTA	SEGUNDO	46196377	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Bolognesi 1123
34	07/04/2015	CHÁVEZ	CASAS	ELIZAMIRIA	77134042	CELENDÍN	CORTEGA	Jr. Moquegua s/n
35	06/04/2015	CHAVEZ	ROJAS	MELYN	48645271	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Moquegua 101
36	14/03/2015	CRUZ	SALDAÑA	EDUAR NOEL	71600297	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Ayacucho C/13
37	06/04/2015	DEZA	LLAMO	ELIZABETH	60136072	CELENDÍN	MIGUEL IGL	Jr. 2 de Mayo 485
38	06/04/2015	GARCÍA	RUBIO	ELI	45664460	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Junin 1310
39	06/04/2015	GOYCOCHEA	VILLASIS	TANIA VERONICA	76516166	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Jorge Chavez 165

40	14/03/2015	HUAMÁN	LOBATO	FLOR	77574711	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Dos de Mayo 1693
41	06/04/2015	IDROGO	LUDEÑA	GRIMA	46774251	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Unión N° 419
42	06/04/2015	MARIN	COTRINA	BLANCA FLOR	48407279	CELENDÍN	HUASMÍN	Cumbre 184
43	06/04/2015	MARTOS	CRUZADO	IDAEL	47368189	CELENDÍN	CELENDÍN	El Milagro S/N
44	06/04/2015	MICHA	PINEDO	ALBERTO	74403333	CELENDÍN	CHUMUCH	Jr. Ayacucho Cd. 18
45	06/04/2015	MONTOYA	CHACÓN	SARITA JHOMARY	71577012	CELENDÍN	CELENDÍN	Bellavista s/n
46	06/04/2015	PINEDO	CHAVEZ	PRESILA EDITH	45270585	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Los Cipreces 350
47	06/04/2015	SANCHEZ	ROJAS	GLORIA	44065434	CELENDÍN	JOSÉ	S/N
48	06/04/2015	ZELADA	DE LA CRUZ	MARGARITA	45893393	CELENDÍN	SUCRE	Jr. Venecia 607
49	06/04/2015	ABANTO	ABANTO	MIRTHA MILENA	48167425	CELENDÍN	JOSE	Jr. Salaverry Cd/6
50	20/04/2015	MEDINA	AGUILAR	SEGUNDO ILMER	74741157	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Javier Arau Cd/3
51	15/04/2015	BAZAN	SORIA	ALAN GABRIEL	71522482	CELENDÍN	CELENDÍN	Av. Cajamarca 402
52	15/04/2015	CARHUAVILC	ARAUJO	TIFANY MARLENI	72115968	CELENDÍN	JOSÉ	Jr. Todos Los Santos S/N
53	15/04/2015	CHÁVEZ	SALDAÑA	JHULENY ARACELY	76470872	CELENDÍN	CELENDÍN	Av. El Cumbe 319
54	13/04/2015	MACHUCA	ALCANTARA	JOSE NARCISO	45647898	CELENDÍN	CELENDÍN	Av. Cajamarca s/n
55	15/04/2015	ESPINOZA	POCCORI	CARMEN STEFHANY	77924010	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Choctapampa - Bellavista
56	15/04/2015	HUAMÁN	ESPINOZA	GABRIEL	62000644	CELENDÍN	MIGUEL	Jr. Los Cipreces 361
57	17/04/2015	MARIN	RUBIO	DIGNA CORALÍ	74913052	CELENDÍN	CELENDÍN	Pasaje el Maestro Cd/3
58	15/04/2015	MEDINA	ZAMORA	LOIDA GASDALI	77276144	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Prolongación Jorge Chávez
59	15/04/2015	MUÑOZ	CHACON	GUISELA DEL CARMEN	45328644	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Arica 50
60	15/04/2015	QUISPE	BUSTAMANT	EILER	48082975	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. San Juan Cd/ 6
61	15/04/2015	ROJAS	ALVA	ROGER	71574979	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. San Caytano Alto S/N
62	15/04/2015	SALAZAR	DIAZ	GABY MILENA	47700567	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Bambamarca Cd/1
63	15/04/2015	SALAZAR	VASQUEZ	ELIAS	42818402	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Victor Raul Haya De La Torre
64	15/04/2015	SALCEDO	BAUTISTA	MARÍA ELENA	48533843	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. El Bosque s/n
65	15/04/2015	SORIANO	ALAYA	CAROL JHOSELIN	74396337	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. David Sánchez Infante 166
66	15/04/2015	TELLO	BRIONES	CENY JHORENIT	47740048	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Grau Cd/10
67	15/04/2015	TELLO	MEJIA	NERY ROSBEL	44230770	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Ayacucho 590
68	15/04/2015	TERRONES	MONTOYA	RIMER ROYER	46907164	CELENDÍN	JOSÉ	Jr. Manuel Velgara
69	15/04/2015	TERRONES	ORDOÑEZ	MILAGROS NATALI	74448450	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Salaverry 848
70	15/04/2015	ZAMORA	RUBIO	LEYDIS VANIA	47893072	CELENDÍN	CELENDÍN	Av. El Cumbe 342
71	15/04/2015	ALTAMIRANO	BERNAL	CRISTIAN	71650341	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Mauro Siles 108
72	15/04/2015	AMAYO	PORTILLA	KATHERIN ESTHEFANY	73186822	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Jorge Chavez S/N
73	15/04/2015	APAESTEGUI	CUBAS	GILDER	47963738	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. 2 de Mayo 1567
74	15/04/2015	BAZÁN	ROJAS	WILLAN	48530098	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Marcelino Gonzales 901
75	15/04/2015	CALLA	DELGADO	WALTER	43049407	CELENDÍN	CELENDÍN	Huañanambra
76	15/04/2015	CACHAY	CHAVEZ	CAROL RAQUEL	73650017	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Arequipa 101
77	15/04/2015	CHÁVEZ	ABANTO	THALIA GERALDINE	48615670	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Celendín Cd/6
78	15/04/2015	DÁVILA	HUMÁN	FRANKLIN BRAYAN	71738018	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Ayacucho 1325
79	15/04/2015	GUERRERO	CCOITO	MARLON	46066055	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Salaverry 714
80	15/04/2015	HERRERA	MEJIA	ENILSEN	77223629	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. San Juan Cuadra 4.
81	15/04/2015	LEYVA	BARBOZA	CARLOS	71606810	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. San Juan 445
82	15/04/2015	MARÍN	CHÁVEZ	DEYSI ELIZABETH	71570211	CELENDÍN	CELENDÍN	Bellavista s/n
83	15/04/2015	MEDINA	SILVA	HUBER FERNANDO	47929514	CELENDÍN	CELENDÍN	Choctapampa s/n
84	15/04/2015	PEREYRA	CHÁVEZ	JONATHAN QUILLERMO	47640743	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Arica Cd/2
85	15/04/2015	RABANAL	ORTIZ	JHONATAN REYNERIO	47824001	CELENDÍN	CELENDÍN	Macas s/n
86	15/04/2015	REGALADO	RUBIO	LUSI MARDELÍ	48666143	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Moquegua cuadra 1
87	15/04/2015	RODRIGUÉZ	MUÑOZ	MIRTHA EDITH	75782788	CELENDÍN	HUASMÍN	C.P. El Tingo
88	15/04/2015	ROJAS	MARÍN	YESENIA	75974660	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Jose Carlos Mariategui
89	15/04/2015	SANTILLAN	RAICO	ELENA	75968057	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. 30 de Septiembre Cd/4
90	06/04/2015	MEGO	CARUAJULC	TITO JOEL	77072144	CELENDÍN	CELENDÍN	Psj. San Isidro s/n
91	13/04/2015	LARA	FUENTES	BLANCA FLOR	48096425	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Dos de Mayo N° 1156
92	13/04/2015	LARA	FUENTES	MARLENY	46986485	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Dos de Mayo N° 1156
93	20/04/2015	MACHUCA	ALCANTARA	GREYBERONICA	74759309	CELENDÍN	OXAMARCA	Barrio El Milagro
94	20/04/2015	MEDINA	INFANTE	NEYCER WALTER	47611580	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Río de Janeiro 177
95	20/04/2015	FERNANDEZ	MAYTA	TELMO	45140767	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Amazonas 302
96	20/04/2015	MUÑOZ	SANCHEZ	NEYCER ONESIMO	43856012	CELENDÍN	CELENDÍN	Jr. Cumbe 284
97	20/04/2015	CHAVEZ	GIL	MILAGROS SOLEDAD	45788528	CELENDÍN	CELENDÍN	Malcat
98	20/04/2015	HOYOS	LEYVA	NIGER	71596148	CELENDÍN	LA	Jr. Junin 911
99	20/04/2015	MERINO	MUÑOZ	CESAR	71575008	CELENDÍN	CELENDÍN	Bellavista

100	20/04/2015	SILVA	TORRES	ROGER	47213446	CELENDÍN	CELENDÍN	Quillinbash
101	20/04/2015	MUÑOZ	SANCHEZ	NEISER ONESIMO	41436694	CELENDÍN	CELENDÍN	Av. El Cumbe 284
102	20/04/2015	CHAVEZ	DIAZ	MARIA AMERICA	71593848	CELENDIN	CELENDÍN	Jr comezana 423
103	20/04/2015	GUEVARA	VASQUEZ	DEYSI ELIZABETH	76515231	CELENDIN	CELENDÍN	Jr amazonas 618
104	20/04/2015	QUISPE	PEREZ	MARIA NILA	77488307	CELENDIN	CELENDÍN	barrio el guayao
105	20/04/2015	ARTEAGA	MAYTA	SEGUNDO	46196377	CELENDIN	CELENDIN	Jr. Bolognesi 1123
Relación de Participantes en el Distrito de Huasmín								
1	05/05/2015	ATALAYA	ROJAS	ADALI MARIBEL	46082523	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Ayacucho HUASMIN
2	05/05/2015	DIAZ	BOLAÑOS	FANNY JUDITH	47121811	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Bolognesi No 55 HUASMIN
3	05/05/2015	ZAMORA	CHAVEZ	JUANA ESPERANZA	72255559	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Cajamarca No 85 HUASMIN
4	05/05/2015	CHAVEZ	MEDINA	TANIA VANESA	46192329	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Junin c/4 s/n
5	05/05/2015	VERA	MEDINA	KARIN	47394116	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Junin ultima cuadra
6	05/05/2015	BECERRA	COTRINA	ELVIA	48199596	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Junin s/n HUASMIN
7	05/05/2015	PEREYRA	PINTADO	GIOVANNA ARACI	42965845	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Bolognesi No 92 HUASMIN
8	05/05/2015	BOLAÑOS	BRIONES	ITALO FRUCTOSO	43569412	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Bolognesi 92
9	06/05/2015	PITA	RIMACHE	JERSON JIMMY	43956580	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Junin No 105 HUASMIN
10	06/05/2015	AYALA	QUILICHE	ELIZABETH	47087225	CELENDÍN	HUASMÍN	Carretera Paucapata
11	06/05/2015	TAFUR	ZAVALETA	BERBELINA	45613128	CELENDÍN	HUASMÍN	Carretera Paucapata
12	06/05/2015	RIMACHE	VILLANUEVA	AGUEDA	43523794	CELENDÍN	HUASMÍN	Carretera hacia Celendín
13	06/05/2015	PITA	RIMACHE	CRUZ MARILU	40747858	CELENDÍN	HUASMÍN	
14	06/05/2015	CHÁVEZ	VALLEJOS	CHEILA	73624837	CELENDÍN	HUASMÍN	Carretera hacia Celendín
15	06/05/2015	DIAZ	BOLAÑOZ	JESSICA LIZETH	45966953	CELENDÍN	HUASMÍN	Jr. Bolognesi No 55 HUASMIN

ANEXO 2: LISTA DE BENEFICIARIOS ENCUESTADOS

Codigo de Encuesta	Nombre completo del beneficiario	N° de DNI	Sexo	Edad
1	Aguirre Bardales, Elsa Margarita	45026778	Mujer	28
2	Aliaga Prado, Victor Hugo	42561137	Hombre	31
3	Alva Chávez, Jhoel Jhonatan	75678266	Hombre	19
4	Alva Chávez, Joselin Bercelia	48175265	Mujer	22
5	Alva Medina, Ronal Audias	47473427	Hombre	23
6	Araujo Lozano, Merlyn Vaneza	76654159	Mujer	21
7	Arevalo Cabrera, Anibal	48176340	Hombre	22
8	Bardales Cercado, Juana Carmela	44683923	Mujer	28
9	Bardales Cercado, María Esperanza	42949693	Mujer	30
10	Bardales Orrillo, Eduardo	46570577	Hombre	25
11	Bazán Chavarry, Manuela	46726955	Mujer	30
12	Bolaños Cabrera, Rosita	45447507	Mujer	19
13	Bolaños Cabrera, Yaneth	47780287	Mujer	22
14	Cabada Cotrina, Cleodomiro	76317571	Hombre	21
15	Cabrera Quispe, Juan	41547241	Hombre	24
16	Cachay Silva, Gloria	71600037	Mujer	22
17	Castrejón Chávez, Pedro	44420490	Hombre	29
18	Cerdán Chávez, Rosa Ericka	47264758	Mujer	24
19	Chávez Colorado, Luz María	71586030	Mujer	19
20	Chávez Fernandez, Gilmer	48168656	Hombre	22
21	Chávez Pereyra, Manuel Sebastian	42403273	Hombre	32
22	Chávez Zalasar, José Filder	47224003	Hombre	24
23	Choroco Rojas, Mirella del Carmen	47037824	Mujer	25
24	Chugnas Huaripata, Martha	48356232	Mujer	22
25	Cojal Culque, Abelino	46303941	Hombre	25
26	Cojal Muñoz, Jhonatan Jean Carlos	48317070	Hombre	21
27	Contreras Claudio, Sara Karina	42564015	Mujer	31
28	Cortez García, Felix	76972785	Hombre	20
29	Díaz Huamán, Eli	43938612	Hombre	29
30	Díaz Huamán, Wilen Evert	47625033	Hombre	24
31	Fernández Atalaya, Nelson	43782153	Hombre	29
32	Fernández Huamán, Leoncio	44032107	Hombre	24
33	Fernández Huamán, Wilson Nolberto	43223604	Hombre	30
34	Fernández Orillo, Celia Isolina	71599829	Mujer	20
35	Fernández Orillo, Meli Erlita	71599833	Mujer	20

36	Fernández Tocas, Eber Wilber	46720283	Hombre	25
37	Fuentes Alva, Diana	47235687	Mujer	24
38	Goicochea Lara, Elmer	77419541	Hombre	20
39	Guevara Díaz, Linley	46081951	Mujer	26
40	Guevara Figueroa, Rosa Nélide	45370430	Mujer	27
41	Guevara Julón, Jaimito	76086992	Hombre	21
42	Guevara Raico, Marilu	77330364	Mujer	20
43	Huayhua Villanueva, Braulio Rover	43408061	Hombre	30
44	Lara Becerra, Alex Jhonatan	48202749	Hombre	22
45	Lobato Pérez, Eliana Gisela	70171492	Mujer	28
46	Lozano Chacón, Marina	40022364	Mujer	20
47	Lozano Chávez, Dilmer Abel	48266322	Hombre	22
48	Malaver Marín, Filadelfo	71441394	Hombre	23
49	Marín Ortiz, Lorena Lizeth	70038501	Mujer	25
50	Mayta Bezerra, Neydi Elizabeth	74408943	Mujer	19
51	Mayta Julcamoro, Andrés	48344083	Hombre	22
52	Mejía López, Esvildor	43547794	Hombre	31
53	Mena Sánchez, Maribel	77349252	Mujer	20
54	Micha Chávez, Vilma Edita	44325988	Mujer	28
55	Molocho Gutiérrez, Carmen Rosmery	45592358	Mujer	27
56	Oblitas Marín, Rosa Elvira	45200338	Mujer	29
57	Orillo Quispe, Leodan	44986026	Hombre	28
58	Orillo Quispe, Lesly Maricela	47577100	Mujer	23
59	Orrillo Aguilar, Salomón	47080219	Hombre	26
60	Orrillo Davan, Edwin Milton	47269692	Hombre	24
61	Palma Choroco, Doris	47086767	Mujer	24
62	Pérez Cachay, Edward Elizer	47178281	Hombre	24
63	Pérez Cotrina, Edwin Santiago	47755382	Hombre	23
64	Ramírez Rodríguez, Yaqueli	75624110	Mujer	20
65	Ramos Cabada, Eloy	45622397	Hombre	27
66	Reyna Rojas, Jesús Geancarlos	72671954	Hombre	22
67	Rivera Echavarría, Roner Ediles	46542640	Hombre	26
68	Rodríguez Chávez, Faustino	43095373	Hombre	30
69	Rodríguez Chávez, Oscar	45030027	Hombre	28
70	Rodríguez Rodríguez, Einer	47740047	Hombre	23
71	Salazar Guevara, Antero Omar	46613402	Hombre	25
72	Sánchez Pinedo, Nadia	71535983	Mujer	23
73	Sánchez Rojas, Gisela Luzmila	71577024	Mujer	22
74	Sánchez Villar, Andy Kevin	45647887	Hombre	27

75	Suarez Pinedo, Edishon Frank	70765979	Hombre	24
76	Tejada Marín, María Esperanza	42648061	Mujer	31
77	Tocas Chávez, Eulises	41916882	Hombre	32
78	Vásquez Fernández, Jhon	48071140	Hombre	22
79	Vásquez Vargas, Marleni	45423534	Mujer	19
80	Velásquez Chacón, Katia Liseth	70869255	Mujer	22
81	Villanueva Vergara, Dolfer Roly	43006633	Hombre	30
82	Villar Barboza, Pepe Dante	42846800	Hombre	31
83	Villar Dávila, Edith Marisol	43109174	Mujer	30
84	Villar Ortiz, Karla Dolith	72910600	Mujer	23
85	Zafra Zamora, Melania	43946677	Mujer	32
86	Zegarra Rosas, Enedina	47043235	Mujer	25

ANEXO 3: LISTA DE BENEFICIARIOS SIN APLICAR ENCUESTA

N° de encuesta en ELB	Apellidos y Nombres	N° de DNI
64	Quiliche Bardales, Jayme	47804821
81	Vásquez Vásquez, Jairo Elías	45693044
88	Zegarra Chávez, Diana	44189525

ANEXO 4: 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

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 ti? (En Nuevos Soles)

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

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

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 (Pasar 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"/> | <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. Si (Pasar 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 continúe <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 | <input type="checkbox"/> |
| 2 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar un negocio | <input type="checkbox"/> |
| 3 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como formalizar el negocio | <input type="checkbox"/> |
| 4 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información sobre cómo buscar financiamiento | <input type="checkbox"/> |
| 5 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como gestionar a mis proveedores | <input type="checkbox"/> |
| 6 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como identificar las fortalezas y debilidades de un negocio | <input type="checkbox"/> |
| 7 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados | <input type="checkbox"/> |
| 8 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de mi negocio | <input type="checkbox"/> |
| 9 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión de mi negocio | <input type="checkbox"/> |
| 10 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos productivos de mi negocio | <input type="checkbox"/> |

F.4 ¿Consideras que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar/fortalecer tu negocio? 1 Si (Pasar 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 Si, lo elaboré y lo terminé 2 Si, lo elaboré pero no lo terminé 3 No (Pasar 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 <input type="checkbox"/> | 2 Fue para fortalecer el negocio que ya tengo <input type="checkbox"/> |
|--|--|

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

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

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

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

- | | | | |
|---|--|--|--------------------------------------|
| 1 Lo invertí en el negocio <input type="checkbox"/> | 2 Lo gasté en otras actividades <input type="checkbox"/> | 3 Nada, lo tengo guardado <input type="checkbox"/> | 4 Otra..... <input type="checkbox"/> |
|---|--|--|--------------------------------------|

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

- | | | |
|--|---|-------------------------------|
| 1 Si, estoy implementándolo <input type="checkbox"/> (Fin) | 2 Si, ya está operando <input type="checkbox"/> (Fin) | 3 No <input type="checkbox"/> |
|--|---|-------------------------------|

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 Si 2 No

Instrumentos metodológicos cualitativos – Línea 3⁵**Metodología para evaluar a la Institución Ejecutora****ANEXO 4-A (TDR)**

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 los jóvenes.

⁵ Para la elaboración de algunos de estos instrumentos, FONDOEMPLEO ha considerado – total o parcialmente – preguntas formuladas por instituciones evaluadoras de anteriores concursos.

- 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.

Instrumentos metodológicos cualitativos – Línea 3⁶**Entrevista al MTPE de la región donde interviene el proyecto****Anexo 4-B (TDR)**

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?

⁶ Ídem al anterior.

LINEA 3: PROMOCION Y FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS JUVENILES - FONDO EMPLEO	
GUIÓN DE DESARROLLO DEL GRUPO FOCAL	
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	
Región / Provincia:	
Código de proyecto:	
1. DATOS GENERALES	
Participantes	De 08 a 10 jóvenes beneficiarios del proyecto
Equipo Moderador	Dos personas, donde una modera la discusión y la otra lleva la relatoría y hace un trabajo de observación del comportamiento asociado de los asistentes
Sobre la reunión	a) Local:
	b) Configuración en U del grupo focal
	c) Tiempo: dos horas entre la apertura y el cierre del trabajo grupal
	d) Recursos: grabadora, refrigerio, identificación
2. OBJETIVO : Conocer la opinión, percepción y experiencia de los jóvenes beneficiarios acerca del proyecto y de como éste ha contribuido en la su formación, entrenamiento e inserción laboral.	
3. GUÍA TEMÁTICA PARA EL DESARROLLO DEL GRUPO FOCAL	
ACERCA DE LA CAPACITACIÓN EN IDEAS Y PLANES DE NEGOCIO	
1	¿Qué los ha motivado a participar en el proyecto de emprendimiento?, ¿Sienten que esos motivos se han realizado? ¿Por qué?
2	¿Que les ha parecido los contenidos de la capacitación en los temas concernientes a la generación de ideas de negocios y elaboración del Plan de Negocios?, ¿cómo ha sido el proceso y la duración de los mismos?
3	¿Consideran que el proyecto ha contribuido en algo para mejorar vuestra forma de ser?
4	¿El ambiente y los recursos utilizados para su formación ha sido, en vuestra opinión, adecuados? ¿Por qué?
5	¿Los insumos, herramientas y materiales utilizados durante la capacitación, han sido en vuestra opinión, adecuados y suficientes? ¿Por qué?
6	¿La forma cómo se han desempeñado los profesores ha sido adecuada? ¿Por qué?
7	Durante la capacitación ¿Les han preguntado sobre los cursos, sobre sus aprendizajes, sobre sus docentes?
ACERCA DE LA ASISTENCIA TECNICA	
8	¿Qué opinan sobre la asistencia técnica recibida para el diseño de sus Planes de Negocio?, ¿la forma como se ha desarrollado ha sido adecuada?
9	¿En promedio cuántos Planes de Negocio fueron presentados a concurso para otorgamiento de capital semilla?, ¿se respetaron los criterios utilizados en la evaluación y selección de los planes ganadores?
10	¿Cómo se ha dado el proceso de acompañamiento y asistencia técnica después de adjudicado el financiamiento?, ¿la frecuencia, duración y contenidos han sido pertinentes y suficientes?
11	¿Cómo se ha dado el acompañamiento técnico operativo del asesor en el uso y destino del capital semilla?
12	El proyecto ¿ha canalizado el acceso a financiamiento y puesta en marcha de los negocios que no fueron acreedores de capital semilla?
13	¿Qué restricciones y/o limitaciones se vienen presentando en la implementación y puesta en marcha de los negocios?, ¿qué estrategias y/o acciones está implementado el proyecto para minimizarlos?
14	¿Sienten que están aplicando o llevando a la práctica los conocimientos y destrezas logrados durante la capacitación y asistencia técnica?
15	¿Los miembros del proyecto, los han visitado en sus negocios? ¿cada cuánto tiempo? ¿con qué motivos?
CUESTIONES GENERALES	
16	¿Qué beneficios les ha otorgado el proyecto?
17	¿Qué opinión tienen de las instituciones que han apoyado todo este proceso?
18	¿Qué es lo que más les ha gustado de este proceso y qué es lo que menos les ha gustado?
19	¿Qué enseñanzas les deja este proyecto a ustedes ?
20	¿Qué recomendaciones harían ustedes si esta experiencia se repitiera?

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

PLAN DE NEGOCIOS	CABADA COTRINA, CLEODOMIRO			PUNTAJE: 21		
	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	CHÁVEZ SALDAÑA JHULENY ARACELY			PUNTAJE: 12		
	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	FERNÁNDEZ ATALAYA, NELSON			PUNTAJE: 18		
	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	MACHUCA ALCÁNTARA, JOSÉ NARCISO			PUNTAJE: 12		
	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	ZAMORA CHÁVEZ, JUANA ESPERANZA			PUNTAJE: 12		
	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	VILLAR BARBOZA, PEPE DANTE			PUNTAJE: 18		
	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	MEDINA AGUILAR, SEGUNDO ILMER			PUNTAJE: 12		
	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	VILLANUEVA VERGARA, DOLFER ROLY			PUNTAJE: 17		
	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	HUAMAN LOBATO, FLOR			PUNTAJE: 17		
	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	TOCAS CHÁVEZ, EULISES			PUNTAJE: 17		
	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					