

INFORME DE EVALUACION

Código de proyecto	Proyecto C-11-37
Título del proyecto	“Promoción del emprendimiento juvenil- Haz realidad tu negocio en la macro región Piura- Tumbes”.
Nombre del Ejecutor	Colectivo Integral de Desarrollo-CID

ZOE Asesorías y Consultorías
Octubre 2013

Estructura de contenidos del Estudio de Evaluación¹

1. Resumen Ejecutivo: Objetivos, conclusiones y recomendaciones principales
2. Antecedentes de la evaluación: contexto, limitaciones y alcances
3. Enfoque y metodología de la evaluación
 - 3.1 Enfoque de la evaluación
 - 3.2 Metodología de la evaluación
4. Breve descripción del proyecto
5. Análisis y resultados de la evaluación
 - 5.1 Evaluación institucional: relevancia, eficacia, eficiencia, viabilidad futura
 - 5.2 Diagnóstico de participantes
6. Conclusiones y recomendaciones
 - 6.1 Conclusiones
 - 6.2 Recomendaciones
7. Lecciones aprendidas
8. Anexos:
 - ° A. 1 Anexo metodológico
 - ° A.2 Referencias documentales

¹ La estructura de contenidos y los criterios de evaluación que presenta el Informe son los propuestos por FONDOEMPLEO.

1. Resumen Ejecutivo

El proyecto “Promoción del emprendimiento juvenil- Haz realidad tu negocio en la Macro región Piura- Tumbes”, se desarrolló entre febrero del 2012 a febrero del 2013.

El mencionado proyecto ha sido ejecutado por el Colectivo Integral de Desarrollo-CID en las regiones de Tumbes y Piura, teniendo a la empresa minera Milpo como institución asociada.

En el proyecto se identificó como el problema principal el limitado desarrollo en emprendimientos y autoempleo juvenil en las regiones arriba mencionadas, lo que repercute negativamente en su calidad de vida.

Para contribuir a revertir esta situación en el proyecto se ha propuesto la promoción y fortalecimiento de los emprendimientos de los jóvenes, generando autoempleo de mejor calidad y con ello mejores condiciones de vida.

El proyecto se planificó con tres componentes, cada uno de ellos referido a una etapa de intervención del mismo: C.1 Facilitación para el acceso a capital semilla para emprendimientos juveniles; C.2 Desarrollo de capacidades en gestión empresarial; C.3 Acompañamiento y asistencia técnica en la implementación de las iniciativas de negocio

La **evaluación institucional** se hizo en base a los criterios de relevancia, eficiencia, eficacia, y viabilidad futura.

Relevancia

En términos del Problema Central

El proyecto aporta en el fomento y desarrollo de emprendimiento y auto empleo juvenil en dichas regiones de Tumbes y Piura al generarles espacios de capacitación y asistencia técnica para iniciar emprendimientos. Según la primera encuesta nacional de la juventud peruana, realizada en el 2011, casi un tercio de la población juvenil desea iniciar un negocio y el 2.3% ya tiene un negocio que requiere fortalecerlo.

En términos de la matriz de planificación del Proyecto (MPP)

En relación con los medios de afectación del problema central incorporados en la MPP, se considera necesaria una mejor precisión de los indicadores de los objetivos (Fin y Propósito) del proyecto. Los indicadores planteados a nivel del Fin corresponden más al Propósito y/o Componentes.

Eficiencia

La institución ejecutora tiene quince años de experiencia en ejecución de proyectos de emprendimientos juveniles, estableciendo alianzas estratégicas con empresas mineras como Milpo y Yanacocha interviniendo en sus áreas de influencia.

La institución ejecutora tiene para el 2013, un presupuesto de S/. 6 millones de soles. De lo anterior se descarta una eventual dependencia financiera de FONDOEMPLEO frente al término del Proyecto.

Los costos administrativos se estiman en 5.64% del costo total del proyecto. De acuerdo con las cifras de ejecución presupuestal y habiendo superado las metas en 45%, el costo unitario por joven capacitado es de S/. 1,044.00.

Eficacia

En términos de eficacia, entendiéndose por ella la comparación entre lo ejecutado y programado, la institución reporta que ha sobrepasado las metas, así por ejemplo con relación a los jóvenes capacitados ($961 / 776 = 124\%$), planes de negocio presentados ($628 / 485 = 130\%$) y jóvenes accede a un capital semilla ($161 / 150 = 107\%$).

Viabilidad Futura

La experiencia de la institución ejecutora en temas de emprendimientos juveniles, constituye una fortaleza que le ha permitido replicar su experiencia en diferentes regiones. Ello le ha permitido un posicionamiento en este tipo de proyectos que le facilita el establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones y empresas privadas que como parte de sus políticas de responsabilidad social empresarial tienen interés en invertir en este tipo de proyectos, dentro de sus zonas de influencia.

Con relación a los negocios implementados por los jóvenes del proyecto, su viabilidad depende principalmente del tiempo que dediquen los propios jóvenes al negocio y del dinamismo económico de las regiones.

Tanto en la región Piura, como Tumbes, no se identifican políticas públicas de apoyo para los desarrollar los emprendimientos juveniles, lo que podría significar la poca voluntad política para apoyar este tipo de iniciativas articuladas a una propuesta de desarrollo local.

A **nivel de beneficiarios**, la evaluación fue reemplazada por un diagnóstico a solicitud de FONDOEMPLEO. Respecto a ello se encontró:

Características de los participantes

- En Tumbes como en Piura, la mayor participación de beneficiarios fue del sexo femenino, así tenemos que en Piura representa el 61% del total, mientras que en la Región Tumbes representa 67%.
- Respecto al estado civil, la mayor proporción (64%) son solteros, 34% son casados siendo los porcentajes más altos en Tumbes y mayoritariamente mujeres.
- La mayoría de beneficiarios (59%) declaró contar con estudios superiores; el 37% con estudios secundarios, el 3% de los jóvenes señaló haber cursado estudios de nivel primario y en dos casos reportan estudios en centros ocupacionales.
- En la primera semana de julio el 81% respondió que si habían realizado algún trabajo o cachuelo, mientras que el 19% de los encuestados manifestó lo contrario.

Características de los emprendimientos

- Durante el mes de junio de 2013, de la muestra de 203 participantes, 125 jóvenes señalaron tener un negocio propio. De ellos el 2% trabaja además de manera dependiente.
- De los 125 jóvenes con negocio propio, 74(59%) iniciaron sus negocios antes de participar en el proyecto de FONDOEMPLEO, 51 (41%) se iniciaron en esta experiencia con el proyecto.
- Cuando se les preguntó *si habían recibido capacitación y asistencia técnica al inicio de sus negocios*, el 66% declaró haberlos recibido. En el 93% de estos casos fue a través del proyecto de FONDOEMPLEO, mientras que el 7% restante los recibió de otras instituciones. El 34% de los jóvenes indicaron no haber recibido ningún servicio de capacitación ni asistencia técnica, al momento de iniciar su negocio.
- El 83% de los jóvenes con negocio se dedica a la venta de diferentes productos: alimentos y ropa (28% en cada caso); comida (17%); útiles de oficina (10%),
- El 92% de los jóvenes manifestó ser el único dueño, el 4% tiene como socio a sus propios familiares y el otro 4% tiene socios que no son familiares.
- En cuanto al capital de inversión, la mayoría, es decir 104 jóvenes (83%) declaró que sus negocios fueron financiados gracias al capital semilla de FONDOEMPLEO, sin

embargo, el 51% (64 casos) de los jóvenes también indicó que usaron sus ahorros para completar el capital necesario para iniciar su negocio.

- ° El 97% de los negocios está constituido por personas naturales y E.I.R.L (3%), un 27% cuenta con RUC activo 78% lleva registro de ingresos, el 70% llevan un registro de sus egresos y el 55% lleva un flujo de caja. Se resalta que el 22% de los jóvenes empresarios no llevan ningún instrumento que le permita controlar su negocio
- ° Durante el mes de junio, más de la mitad (61%) de los jóvenes trabajó solo en su negocio. Y, un 39% de los jóvenes sí recibieron ayuda. Del 45% de personas que trabajaron en el negocio de los jóvenes, el 55% trabaja de manera permanente, mientras que el 45%, de manera eventual.
- ° Tomando como referencia los ingresos de los jóvenes, los que trabajan de manera dependiente tienen un sueldo promedio de S/. 778.00, mientras que los que tienen negocios cuentan con un sueldo promedio de S/. 509.00.

A su vez, se ha identificado que el ingreso bruto promedio mensual de los negocios es de S/. 1,009.00. Cabe mencionar que el 64% tiene ventas mensuales inferiores a S/. 1,000, un 27% tiene ventas entre S/. 1,000.00 y S/. 2,000.00 y sólo el 9% tienen ventas mensuales superiores a S/. 2,000.00

- ° El 50% de los entrevistados señaló que ningún integrante de su familia ha tenido un negocio, mientras que el otro 50% manifestó que sí. De éstos últimos, la mayoría (90%) se dedica al comercio y prestación de servicios.

Valoración del proyecto

- ° El 65% de los beneficiarios mencionó que ningún aspecto le disgustó del proyecto. Los que tuvieron una opinión discrepante, mencionaron como aspectos que les disgustaron, las pocas horas de capacitación, los horarios.
- ° Con relación a la valoración de los talleres de capacitación, se sabe que el 58% los consideró muy útil, el 39% útil y el 3% señaló que fue poco útil.
- ° En cuanto a la utilidad de los talleres, el 76% indicó que el de marketing fue el más útil; un 16% señaló al de Costos y Finanzas y sólo el 7% mencionó al de Contabilidad y Tributación.
- ° Las razones principales que motivaron a los jóvenes a participar en el proyecto fueron el financiamiento que ofrece capital semilla (54%), las posibilidades de implementar negocios propios (34%) y por sus capacitaciones (11%).

Cambios y Efectos

Según reporte de la institución ejecutora existen tendencias favorables del incremento de los ingresos y empleos generados por los negocios de los jóvenes. Al respecto, la información analizada indica que se han generado 629 empleos y 315 jóvenes aumentaron sus ingresos en 60%. Asimismo se han creado 161 nuevos negocios.

2. Antecedentes de la Evaluación

2.1 Contexto

El proyecto “Promoción del emprendimiento juvenil- Haz realidad tu negocio en la macro región Piura-Tumbes”, ejecutado por el Colectivo Integral de Desarrollo- CID, forma parte del conjunto de proyectos ganadores de la línea de promoción y fortalecimiento de emprendimientos juveniles, correspondiente al XI concurso de proyectos organizados por FONDOEMPLEO.

Como parte de su política institucional, FONDOEMPLEO evalúa los proyectos al finalizar la ejecución de los mismos, proceso que lo realiza a través de consultores externos. Con esta finalidad se hizo una convocatoria abierta en enero del 2013 a instituciones interesadas en participar en la elaboración de los estudios de evaluación final.

ZOE Asesorías y Consultorías participó en esta convocatoria para realizar el estudio de evaluación de los proyectos de la línea 3 de Emprendimiento, resultando ganadores para evaluar tres (3) proyectos del grupo 4: Proyectos C 11-30, C 11-31 y C 11-37. Esta decisión fue comunicada a nuestra institución en el mes de febrero del 2013.

Al no contar con Línea de Base de los proyectos, FONDOEMPLEO propuso sustituir los indicadores de evaluación referidos a los beneficiarios, por un diagnóstico de los mismos.

2.2 Limitaciones

Durante la ejecución del trabajo de campo se presentaron algunas dificultades que se detallan a continuación y que retrasaron el trabajo de campo:

Tumbes

- Se detectó que varias direcciones del listado son erróneas, pero se les pudo localizar gracias al apoyo de otros beneficiarios del programa. Igualmente, se encontró varias direcciones falsas, asimismo muchos números de teléfono celular y fijo no pertenecen a las personas que figuran en el listado.
- Existe aproximadamente un 2% de beneficiarios que fueron visitados y que manifestaron que solamente se inscribieron o recibieron la charla informativa y nunca más asistieron a recibir capacitaciones, dijeron que no le avisaron el inicio de clases.

Piura

- Las direcciones del listado erróneas fueron: 10 casos para el grupo Semilla, 16 casos para el grupo Plan de Negocios y 18 para el grupo Capacitación. Igualmente, se encontró direcciones falsas, muchos números de teléfono celular y fijo no pertenecen a las personas que figuran en el listado. Se detectó que hay beneficiarios que han migrado a otras ciudades y actualmente viven en Lima u otras regiones del país, como Tumbes, Lambayeque y el Cusco.
- Existe aproximadamente un 3% de beneficiarios que fueron visitados y que manifestaron que solamente se inscribieron o recibieron la charla informativa y nunca más asistieron a recibir capacitaciones, dijeron que no le avisaron el inicio de clases.

2.3 Alcances

La evaluación de los proyectos transcurridos un tiempo de su culminación, permite visualizar mejor los resultados de los mismos.

3. Enfoque y metodología de la evaluación

3.1 Enfoques de la evaluación

El estudio de evaluación final realizado se llevó a cabo bajo la modalidad de una evaluación ex-post que incluyó la evaluación institucional, la evaluación de la calidad y pertinencia de los diseños ya ejecutados² y el diagnóstico de los beneficiarios, esto último a petición expresa de FONDOEMPLEO.

Combinamos tres enfoques evaluativos:

- * El primero, relacionado con **la teoría del capital humano** que vincula directamente la acumulación de conocimientos y la experiencia laboral, como los medios que mejoran la productividad y los ingresos, contribuyendo en consecuencia, como factores de movilidad social que aportan a la mejora de la calidad de vida. La naturaleza de los proyectos de FONDOEMPLEO del grupo 4, reflejan dicho enfoque: la capacitación para la generación y/o reforzamiento de empleo; y/o generación de autoempleo de la población vulnerable.
- * El segundo, relacionado con **el entorno en el cual se concreta el proyecto** y la importancia de las alianzas estratégicas entre instituciones y actores clave para el establecimiento de sinergias que aporten al desarrollo local y/o regional en un territorio. En ese sentido, asumimos como pertinente el enfoque del desarrollo económico local, desarrollo territorial, competitividad regional y la definición que sobre desarrollo económico local señala la Organización Internacional del Trabajo, *“un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales en el contexto global, con el objetivo final de crear empleo decente y estimular la actividad económica”* (Rodríguez-Pose, 2002³).
- * El tercero, relacionado al enfoque de **gestión por resultados**, que toma como uno de los elementos de la evaluación, el marco lógico de cada proyecto, que permite determinar cómo la ejecución ha concretado los efectos deseados generados en las personas e instituciones que intervinieron.

3.2 Metodología de la evaluación

Desarrollamos un enfoque metodológico estratégico, participativo y de aprendizaje.

- Estratégico, en tanto el criterio de viabilidad fue el eje de análisis de la evaluación en el ciclo de vida del proyecto: formulación, ejecución y culminación.
- Participativo, en tanto articuló e incorporó la información obtenida de los diferentes actores clave -propuestos por la propia institución ejecutora- que intervinieron en el proyecto.
- Aprendizaje, en tanto la evaluación en sus diferentes fases de trabajo -de gabinete con fuentes secundarias, de campo con fuentes primarias, o de análisis de ambas fuentes-, nos permitió un mejor conocimiento de las formas de intervención del proyecto, el contexto, sus actores clave y beneficiarios.

² Estos diseños respondían a las orientaciones brindadas por FONDOEMPLEO en el Manual Institucional de pautas metodológicas para la presentación de los Proyectos a los Concursos que auspician.

³<http://www.hegoa.ehu.es/dossierra/DHL/RodriguezPoseElpapeldelaOIT.pdf>

El proceso metodológico tanto en trabajo de gabinete y de campo, se concentró en generar suficiente evidencia que nos aproximara a determinar el grado o nivel de cumplimiento de lo programado; de los factores facilitadores o limitantes; a estimar si los resultados se produjeron a costo eficiente; y el grado de sostenibilidad probable de los logros obtenidos por el proyecto. Igualmente se rescataron las lecciones aprendidas que se derivaron de los procesos de implementación del proyecto.

Se trabajó teniendo como referencia en cada proyecto: la jerarquía de objetivos, los componentes, los indicadores verificables y metas así como los indicadores de resultados.

Los pasos metodológicos que se desarrollaron en la evaluación del proyecto y el diagnóstico de beneficiarios, fueron i) la preparación de los procesos; sistematización documentaria; recolección de información primaria (trabajo de campo) y elaboración de Informes y presentación de los resultados⁴.

4. Breve descripción del Proyecto

El proyecto “Promoción del emprendimiento juvenil- Haz realidad tu negocio en la Macro región Piura- Tumbes”, se desarrolló entre febrero del 2012 a febrero del 2013.

El mencionado proyecto ha sido ejecutado por el Colectivo Integral de Desarrollo-CID en las regiones de Tumbes y Piura, teniendo a la empresa minera Milpo como institución asociada.

Los ámbitos geográficos donde se ejecutó el proyecto fueron:

- a. Región Tumbes, provincia de Tumbes, distritos de Tumbes, La Cruz, San Juan de Almirante.
- b. Región Piura, provincias de Talara y Piura.
Distritos de Talara: Pariñas, El Alto, La Brea, Lobitos, Los Órganos, Máncora.
Distritos de Piura: Piura y Castilla, Virú, La Esperanza, Porvenir, Florencia de Mora.

En el proyecto se identificó como el problema principal el limitado desarrollo en emprendimientos y autoempleo juvenil en las regiones arriba mencionadas, lo que repercute negativamente en su calidad de vida.

Para contribuir a revertir esta situación en el proyecto se ha propuesto la promoción y fortalecimiento de los emprendimientos de los jóvenes, generando autoempleo de mejor calidad y con ello mejores condiciones de vida.

El proyecto se planificó con tres componentes, cada uno de ellos referido a una etapa de intervención del mismo.

Siguiendo la lógica de intervención del proyecto, la Matriz de Planificación del Marco Lógico fue la siguiente:

⁴ Ver Anexo Metodológico

Lógica de intervención	Indicadores
Fin Mejora de la calidad de vida de los jóvenes emprendedores en la macro región Piura Tumbes	<ul style="list-style-type: none"> • 150 Negocios creados durante el desarrollo del proyecto • 150 Negocios fortalecidos durante el desarrollo del proyecto • 540 Nuevos empleos permanentes generados al término del proyecto <ul style="list-style-type: none"> ✓ 240 empleos generados por los negocios creados ✓ 300 empleos generados por los negocios fortalecidos ▪ 300 Jóvenes aumentan sus ingresos netos mensuales al final del proyecto en un 60%
Propósito Fomento y desarrollo en emprendimiento y autoempleo juvenil en la macro región Piura Tumbes	<ul style="list-style-type: none"> • 776 Jóvenes capacitados • 485 Planes de negocio presentados para el Concurso Haz Realidad Tu Negocio • 300 Jóvenes acceden a un capital semilla
Componentes	
Componente 1 Facilitación para el acceso a capital semilla para emprendimientos juveniles	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 776 Jóvenes capacitados en la elaboración de Plan de negocio en la macro región Piura Tumbes ▪ 582 Jóvenes son asesorados para la realización de sus Plan de negocio ▪ 485 Planes de negocios presentados en la macro región Piura Tumbes ▪ 300 Planes de negocio cofinanciados por el proyecto en el marco del Concurso Haz Realidad Tu Negocio en la macro región Piura Tumbes
Componente 2 Desarrollo de capacidades en gestión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 19 Programas de implementación del Plan de negocios dirigidos a emprendedores ganadores del concurso Haz Realidad Tu negocio en la macro región Piura Tumbes ▪ 300 Jóvenes emprendedores cuentan con capacidades para realizar una gestión ordenada y profesional de sus microempresas en la macro región Piura Tumbes
Componente 3 Acompañamiento y asistencia técnica en la implementación de las iniciativas de negocio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 300 Jóvenes ganadores del concurso de planes de negocio, han logrado implementar adecuadamente sus negocios gracias a los servicios prestados por el proyecto en la macro región Piura Tumbes ▪ 300 jóvenes reciben Asistencia Técnica en gestión empresarial para la implementación de iniciativas de negocio de los ganadores del concurso haz realidad tu negocio en la macro región Piura Tumbes ▪ 300 jóvenes reciben Asistencia Técnica financiera brindada a los ganadores del Concurso Haz Realidad Tu Negocio en la macro región Piura Tumbes ▪ 300 jóvenes reciben Asistencia Técnica en alfabetización digital brindada a los ganadores del Concurso Haz Realidad Tu Negocio en la macro región Piura Tumbes

5. 5. Análisis y resultados de la evaluación

5.1 Evaluación institucional: relevancia, eficacia, eficiencia, viabilidad futura

Crterios	Conceptos clave	Indicadores de evaluación		
Relevancia	Pertinencia y coherencia del diseño de los proyectos	<ul style="list-style-type: none"> Tasa de desempleo juvenil en las regiones donde se ejecutaron los proyectos Matriz de planificación del proyecto con Indicadores verificables objetivamente y que corresponden a los Objetivos del proyecto 	A partir de los datos de la ENAHO 2012 se ha encontrado una tasa de desempleo juvenil, del 5,8% en la región Piura y de un 8,0% en Tumbes. El promedio nacional, por su parte, asciende al 7,4% y en Lima es de 9,6%.	
Eficiencia	Capacidad de gestión y organización de la institución operadora.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de años de trabajo de la entidad ejecutora en la temática de la formación de emprendimiento laboral juvenil 	15 años	
		<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto, en los últimos 3 años, de la entidad ejecutora orientado al tema del emprendimiento juvenil. 	2011: S/. 4.540.215.91 2012: S/. 12.044.748.11 2013: S/. 6.353.654.56	
		<ul style="list-style-type: none"> % en el presupuesto total de la entidad ejecutora de los recursos orientados a iniciativas de emprendimiento juvenil 	95%	
		<ul style="list-style-type: none"> Nº de los profesionales y técnicos que laboran en la entidad ejecutora en la promoción del emprendimiento juvenil 	47 Profesionales	
		<ul style="list-style-type: none"> Nº de convenios suscritos entre la entidad ejecutora e instituciones públicas y privadas que actúan en la temática de emprendimiento juvenil. 	1 convenio	
	Costos del proyecto/ Estructura de costos/ Costos por unidad de producto	<ul style="list-style-type: none"> Costo de actividades/ costos administrativos 	5.64%	
		<ul style="list-style-type: none"> Número de beneficiarios/ personal del proyecto 	64	Nº de beneficiarios: 961 capacitados Personal del Proyecto 15
<ul style="list-style-type: none"> Costos de las actividades/ número de beneficiarios 		S/.1,044.52	Costo de actividades: S/. 1,003,792.18	

Criterios	Conceptos clave	Indicadores de evaluación	
Eficacia	Resultados obtenidos vs la programación en función a los componentes y actividades del proyecto.	Cantidad de jóvenes capacitados/ N° programado	123.84% <ul style="list-style-type: none"> ▪ Personas capacitadas : 961 ▪ Capacitados programados : 776
		Cantidad de planes de negocios culminados/ N° programado	130% <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planes de negocios Culminados: 628 ▪ Planes de negocios Programados: 485
		Cantidad de emprendimientos con capital semilla/N° programado	108.% <ul style="list-style-type: none"> ▪ Emprendimientos con capital semilla: 324 ▪ Emprendimientos con capital semilla programado: 300
		Cantidad de Jóvenes emprendedores con capacidades para realizar una gestión ordenada y profesional de sus microempresas/ N° programado	105% <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jóvenes emprendedores capacitados para una gestión ordenada culminados: 315 ▪ Jóvenes emprendedores capacitados para realizar una gestión ordenada programado: 300
		Cantidad de emprendimientos implementados/N° programados	105% <ul style="list-style-type: none"> ▪ Negocios implementados: 315 ▪ Negocios implementados programados: 300
		Cantidad de jóvenes que reciben asistencia técnica en gestión empresarial culminado / N° programado	108% <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jóvenes que recibieron A.T⁵. en gestión empresarial : 323 ▪ Jóvenes que reciben A.T. en gestión empresarial programado: 300
		Cantidad de jóvenes que reciben asistencia técnica financiera culminado/N° programado	108% <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jóvenes que recibieron A.T. financiera culminado: 323 ▪ Jóvenes que reciben A.T. financiera programado: 300
Cambios y Efectos		<i>Serán inferidos a partir de la información obtenida en los ítems E y G de la ficha socio económica proporcionada por FONDOEMPLEO: Historial laboral y beneficios del proyecto.</i>	Según los reportes de la institución 629 jóvenes que recibieron capital semilla pudieron implementar sus planes de negocio, mejoraron sus ingresos y además crearon 161 empleos

⁵ A.T. = Asistencia Técnica

Criterios	Conceptos clave	Indicadores de evaluación	
Viabilidad futura	Políticas de apoyo regional y local para inserción laboral juvenil	VUPE operando en la localidad	Si existe en ambas regiones
		Presupuesto de la instancia subnacional (gobierno local/ regional) con recursos orientados a la formación e inserción laboral juvenil	No se tiene información
		N° de Ordenanzas y normas regionales emitidas por instancia subnacional orientadas a la formación e inserción laboral juvenil	No existe normativa con respecto a fomento de emprendimiento juveniles en la región.
	Aspectos institucionales	Porcentaje de participación en el presupuesto total de la entidad ejecutora de donantes distintos a FONDOEMPLEO en apoyo de línea formación e inserción laboral juvenil.	S/D

Relevancia.-

En términos del problema central

A partir de los datos de la ENAHO 2012 se ha encontrado una tasa de desempleo juvenil del 5,8% en la región Piura y de un 8,0% en Tumbes. El promedio nacional por su parte, asciende al 7,4% y en Lima es de 9,6%. Por otro lado según la primera encuesta nacional de la juventud peruana, realizada en el 2011, casi un tercio de la población juvenil desea iniciar un negocio y el 2.3% ya tiene un negocio que requiere fortalecerlo.

Según la misma encuesta, los negocios juveniles tienen ganancias en promedio de S/. 501.00, en la mayoría de los casos son de auto empleo e informales. La mayoría inicia sus negocios gracias a sus propios ahorros o a través de préstamos familiares, alrededor del 85% de los negocios la inversión inicial es menos de S/. 3,000.00.

Dicho escenario nacional no difiere de la realidad que viven los jóvenes de Piura y Tumbes, por lo que consideramos que el proyecto es relevante y aporta en el fomento y desarrollo de emprendimiento y auto empleo juvenil en dichas regiones.

En término sobre la matriz de planificación del Proyecto (MPP)

En relación con los medios de afectación del problema central incorporados en la MPP, se ha encontrado lo siguiente:

- En relación con los medios de afectación del problema central incorporados en la MPP, se considera necesaria una mejor precisión de los indicadores de los objetivos (Fin y Propósito) del proyecto. Por su parte, los indicadores planteados a nivel del Fin corresponden más al Propósito y/o Componentes
- A nivel de Fin, no se conoce de alguna metodología que mida lo que se denomina como índice de calidad de vida y, tampoco, como los ingresos y la generación de negocios y empleo aportarían a dicho índice.
- El objetivo a nivel de Propósito se mide con indicadores operativos y no de resultados, son los mismos indicadores que los componentes del proyecto.

Eficiencia

La institución ejecutora tiene quince años de experiencia en ejecución de proyectos de emprendimientos juveniles, tales como: Educación y asesoría para micro negocios de Jóvenes en Perú, financiado por el BID (S/. 2,600,000.00); Formación y acompañamiento de instituciones dominicanas para la promoción de emprendimientos juveniles, financiado por el BID (S/.403,000.00); Formación de emprendedores y creadores de negocios en la provincia de Chincha, financiado por la Compañía minera Milpo (S/.980,000.00); Desarrollo productivo y comercial en la crianza de cuyes, financiado por la Compañía Minera Milpo (S/. 238,900.00) y; Desarrollo de la actividad en confección textil artesanal e industrial componente de generación de política de proveedores, financiado por la Compañía Minera Milpo (S/. 87.287.00)

La institución ejecutora tiene como línea de acción atender prioritariamente a emprendedores y creadores de negocio y de ellos la mayoría son jóvenes, para el 2013, tiene un presupuesto de S/. 6 millones de soles. De lo anterior se descarta una eventual dependencia financiera de FONDOEMPLEO frente al término del Proyecto.

Los costos administrativos ascienden a 5.64% del costo total del proyecto. De acuerdo con las cifras de ejecución presupuestal y habiendo superado las metas en 45%, el costo unitario por joven capacitado es de S/. 1,044.00.

Eficacia

En términos de eficacia, entendiéndose por ella la comparación entre lo ejecutado y lo programado, la institución reporta que ha superado las metas. Así, por ejemplo se puede observar con relación a los: jóvenes capacitados ($961 / 776 = 124\%$), planes de negocio presentados ($628 / 485 = 130\%$) y jóvenes con acceso a un capital semilla ($161 / 150 = 107\%$).

Cambios y Efectos

Según reporte de la institución ejecutora existen tendencias favorables del incremento de los ingresos y empleos generados por los negocios de los jóvenes. Al respecto, la información analizada indica que se han generado 629 empleos y 315 jóvenes aumentaron sus ingresos en 60%. Asimismo se han creado 161 nuevos negocios.

Viabilidad Futura

Con relación a la posibilidad de replicar la experiencia por parte de la institución ejecutora, ésta tiene una gran fortaleza al ser una organización que tiene más de 23 años ejecutando proyectos de emprendimientos juvenil.

Ahora, con relación a los negocios implementados, su viabilidad depende principalmente del tiempo que dediquen los propios jóvenes al negocio y del dinamismo económico de las regiones..

Tanto en la región Piura, como Tumbes, no existen políticas públicas visibles de apoyo para el desarrollo de los emprendimientos juveniles.

5.2 Diagnóstico de Participantes

El instrumento de recojo de información ha sido la Ficha socioeconómica y de emprendimiento Línea 3, proporcionada por FONDOEMPLEO. Dicho instrumento contiene una serie de ítems que son los que guían esta parte del documento.

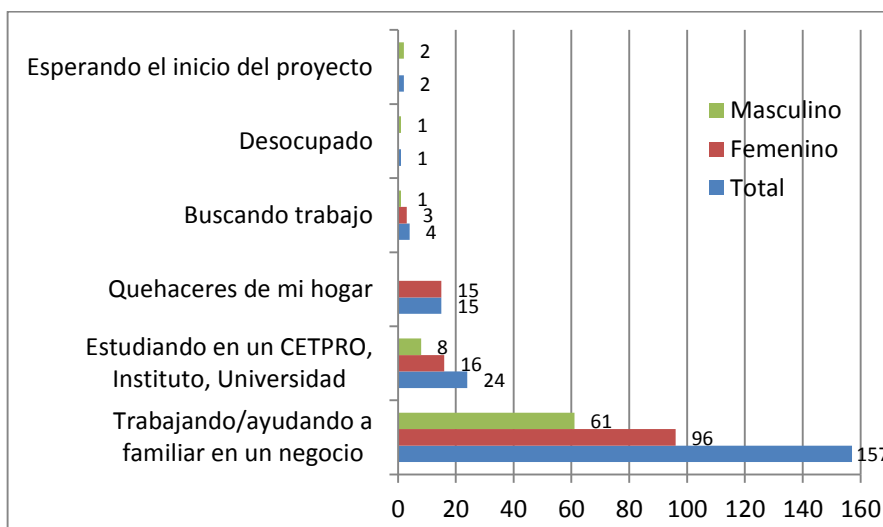
A. Datos generales del Beneficiario

Se realizó una encuesta a 203 jóvenes, cuya lengua materna es el castellano. 103 de ellos se encuentran en Piura y 100 en Tumbes. En ambas regiones, hay mayor participación de beneficiarios del sexo femenino, así en Piura representan el 61% del total, mientras que en Tumbes constituyen el 67%. Respecto al estado civil, la mayor proporción (64%) son solteros, 34% son casados. Los porcentajes mayores de solteros se encuentran en Piura. Por otro lado, la región de Tumbes acumula la mayor proporción de la población femenina cuyo estado civil es casada o conviviente.

Durante la primera semana de julio, 157 (97%) jóvenes, realizaban por lo menos una actividad, concentrándose el mayor porcentaje (77%) en el rubro de los que trabajan o ayudan en el negocio familiar, mientras que el 12% declaró que sólo estudia. Asimismo, el 7% señalaba que ayuda en las labores del hogar (conformado únicamente por mujeres). El 2% se encuentra buscando empleo.

De los jóvenes que están trabajando o ayudando a sus familias en un negocio, el 23.26% también están estudiando en un CETPRO, instituto o universidad⁶.

Gráfico 1 Situación Actual de los Beneficiarios

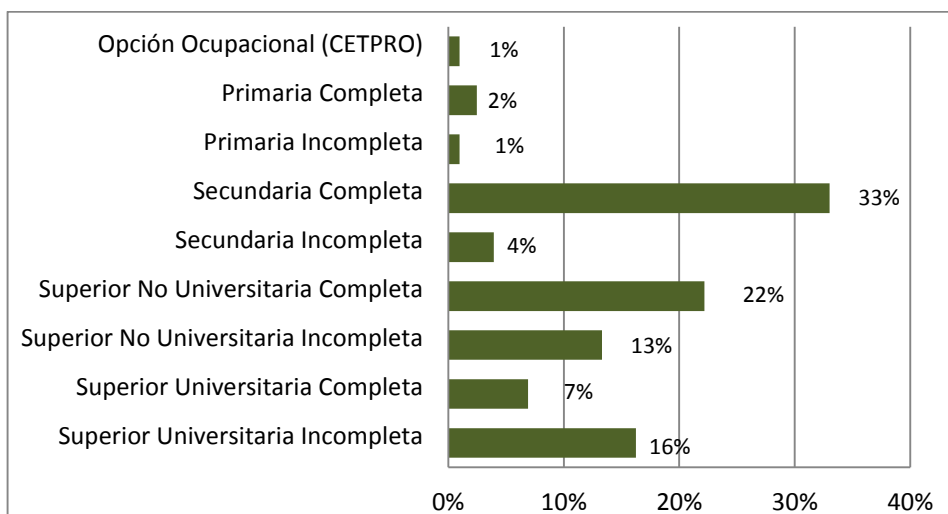


B. Educación y Capacitación para el Trabajo.

La mayoría de los jóvenes participantes (58%) declaró contar con estudios superiores; el 37% con estudios secundarios, el 3% con estudios de nivel primario y en dos casos, que representan el 1%, han cursado estudios en centros ocupacionales.

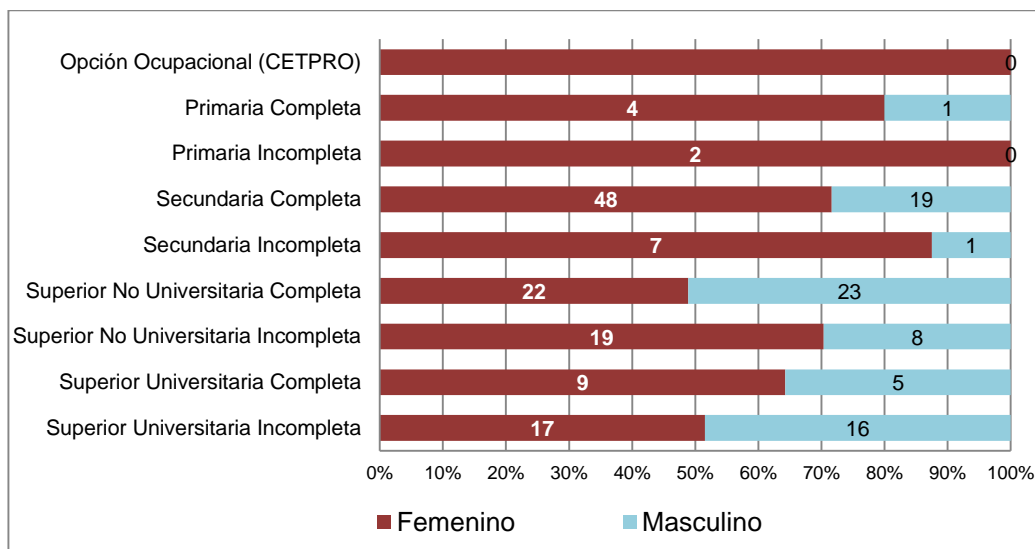
⁶ De los 30 jóvenes que trabajan y estudian, 20 son mujeres y 10 son varones.

Gráfico 2 Nivel Educativo Alcanzado



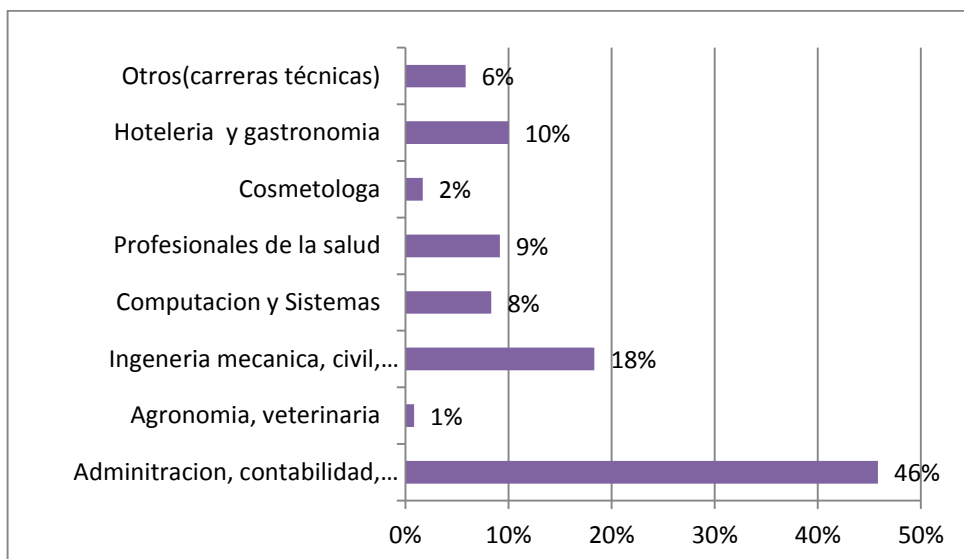
Casi todos los participantes tienen educación de nivel secundaria y superior. Cabe resaltar que a pesar del mayor número de beneficiarios de sexo femenino, existe similar proporción con estudios superiores entre hombres y mujeres.

Gráfico 3 Nivel Educativo Alcanzado por Sexo



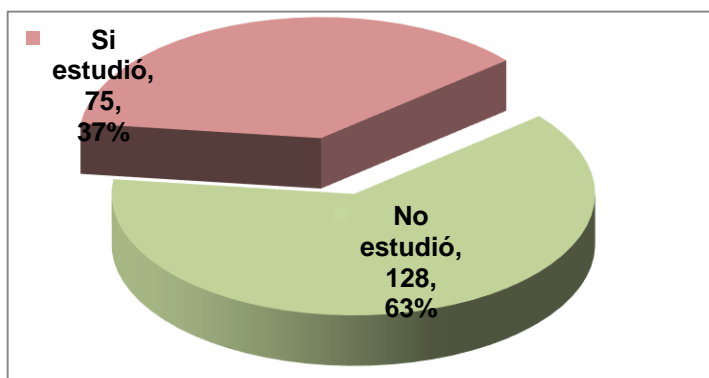
Con relación a la carrera elegida por 120 jóvenes encuestados con estudios superiores, el resultado demostró que el 46% optó por las carreras relacionadas a Administración, Contabilidad y Derecho; le siguen en preferencia (18%) las de Ingeniería Mecánica, Civil, Arquitectura y otras similares; Hotelería y Gastronomía (10%); profesionales de la salud (9%); Computación y sistemas (8 %). Los jóvenes que estudiaban carreras técnicas representaron un 6%.

Gráfico 4 Tipo de Carreras que Estudian los Jóvenes



Se les preguntó a todos los jóvenes encuestados si han estudiado algún curso de corta duración. La mayoría (63%) no lo hizo y sólo el 37 % reconoció haber estudiado alguna carrera técnica de corta duración.

Gráfico 5 Jóvenes Entrevistados con Estudios Cortos



De 75 (37%) de jóvenes que estudiaron cursos cortos, 19 indicaron haber estudiado cursos relacionados a la computación y sistemas. El resto indicó que estudiaban diversas carreras tales como Inglés, Cocina y repostería, Confección de prendas de vestir, panadería, entre otros.

En cuanto al lugar en el que estudiaron estas carreras cortas, el 46% de los encuestados lo hizo en un Instituto superior tecnológico; el 25% en las municipalidades, parroquias, ONG; un 6% en CETPROs, un 5% en Universidades; y un 4% en otros centros, tales como ONG Manitos, CEO FAP o Acero Arequipa.

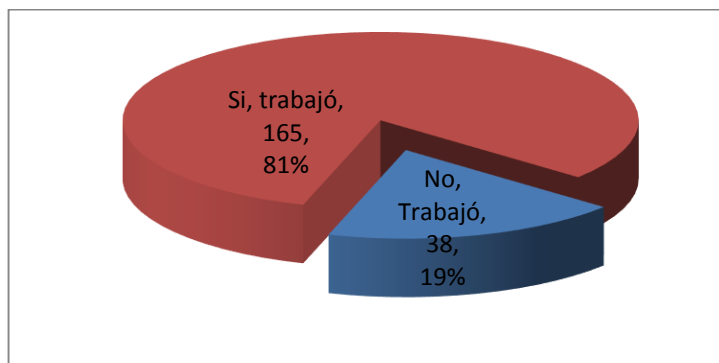
Respecto a la duración de estos cursos, los jóvenes encuestados indicaron que asistieron a cursos que se extendían desde 1 hasta 144 semanas. En promedio, los cursos duraron 23 semanas.

La cantidad de horas dedicadas por curso presenta extremos muy significativos. Hay cursos que solo duraron 6 horas y otros cursos que se extendieron hasta 2,160 horas.

C. Participación en el Mercado de Trabajo

Al preguntar a los jóvenes *si habían realizado algún trabajo o cachuelo* en la primera semana de julio, el 81% respondió afirmativamente, mientras que el 19% de los encuestados manifestó lo contrario.

Gráfico 6 ¿Realizaste un Trabajo o Cachuelo?



Desagregando la información por regiones, los porcentajes de los jóvenes que se encontraban trabajando resultan iguales, existiendo una diferencia reducida entre los que no se encontraban trabajando.

Solo 1 joven de sexo masculino, de los 38 encuestados que no trabajaron en la primera semana de julio, señaló que pudo regresar a su trabajo o negocio.

Cuadro 1 Trabajo de los Jóvenes por Regiones

¿Trabajó la semana pasada?	Total		Femenino		Masculino	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
No Trabajó	38	19%	32	25%	6	8%
PIURA	20	53%	16	50%	4	67%
TUMBES	18	47%	16	50%	2	33%
Si trabajó	165	81%	98	75%	67	92%
PIURA	83	50%	47	48%	36	54%
TUMBES	82	50%	51	52%	31	46%
Total general	203	100%	130	100%	73	100%

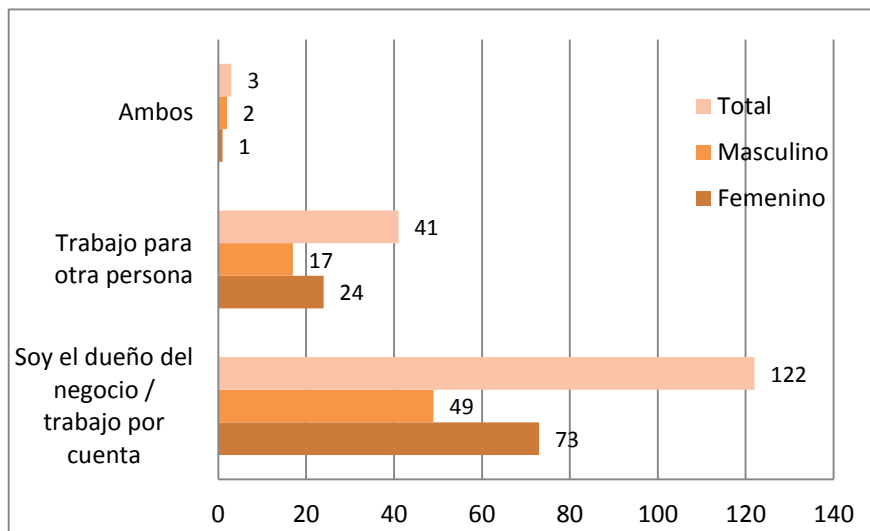
De los 37 jóvenes que no tenían trabajo, el 94% no lo buscó durante la primera semana de julio siendo la mayor parte de sexo femenino (77%).

Los principales motivos aducidos fueron: i) el 48% se encontraba estudiando; ii) el 39% ayudando en las tareas del hogar; iii) el 6% indicó que no hay trabajo y; iv) el 6% esperaba retomar su carrera o colegiatura.

Cuadro 2 ¿Por qué no buscaste algún trabajo?

¿Tenías un trabajo al que volverías?	Total		Femenino		Masculino	
	N°	%	N°	%	N°	%
No tenía trabajo	37	92.50%	32	90.00%	5	100.00%
<i>No busque trabajo</i>	31	94.59%	27	100.00%	4	80.00%
<i>Sus estudios no lo permiten</i>	15	48%	13	48%	2	50%
<i>Las tareas del hogar se lo impidieron</i>	12	39%	12	44%	0	0%
<i>No hay trabajo</i>	2	6%	2	7%	0	0%
<i>Espera retomar su carrera</i>	1	3%	0	0%	1	25%
<i>Esperando su colegiatura</i>	1	3%	0	0%	1	25%
<i>Si busque trabajo</i>	6	5.41%	5	0.00%	1	20.00%
Si tengo trabajo	1	7.50%	0	10.00%	1	0.00%
Total	38	100%	32	100%	6	100%

Finalmente, con relación a los jóvenes que cuentan con un trabajo, 122 (73%) poseen negocios propios y 41 (25%) trabajan de manera dependiente. Existe un porcentaje, no muy alto (2%), que representa a encuestados jóvenes que son dueños de su negocio y que a la vez trabajan para un tercero.

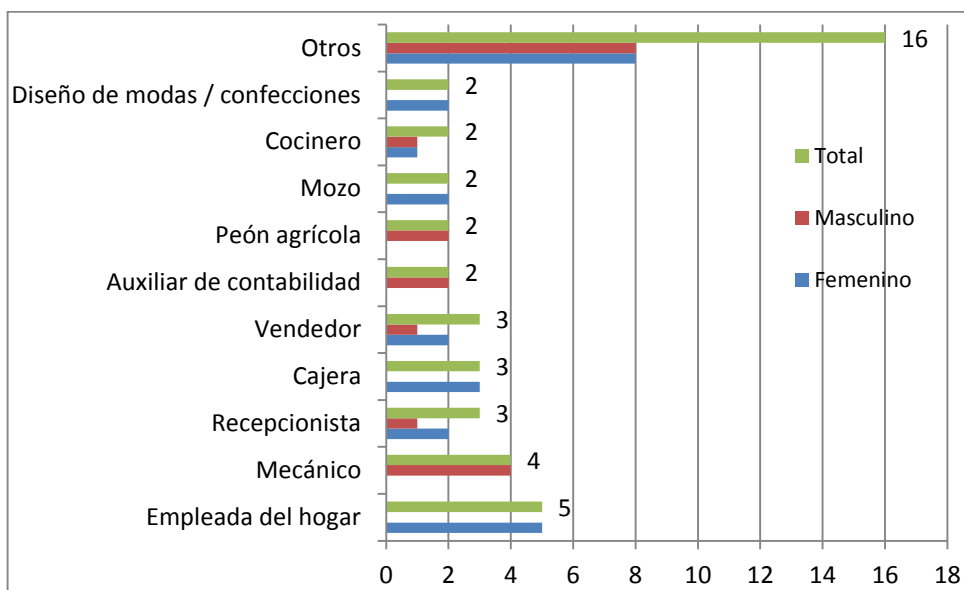
Gráfico 7 ¿Eres Dueño de un Negocio o Trabajas para otra Persona?


D. Ocupación Principal

En este ítem se abordará información proporcionada por los 44 jóvenes que trabajaron para un tercero, es decir realizaron un trabajo dependiente.

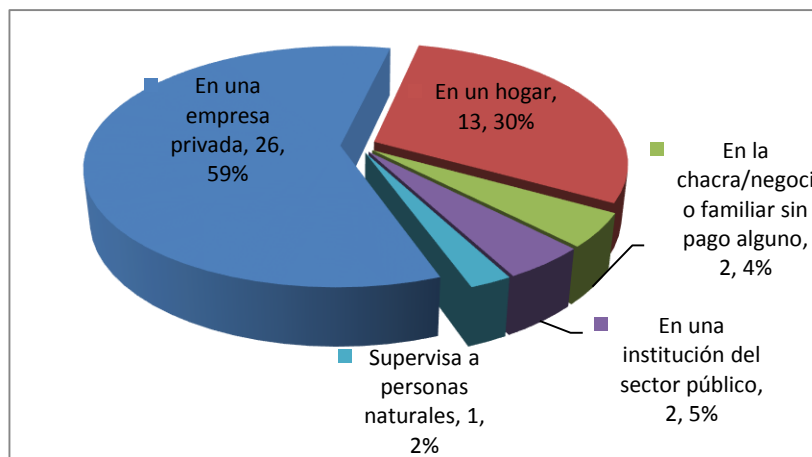
Entre las principales ocupaciones realizadas por estos jóvenes, 5 (11%), se desempeñan como empleada del hogar, siendo en su totalidad personas del sexo femenino, 4 (9%), son mecánicos, 3 (7%) recepcionista y cajera en cada caso. Otras ocupaciones mencionadas por los jóvenes fueron auxiliar de contabilidad, peón agrícola, mozo, cocinero entre otras.

Gráfico 8 Ocupaciones Principales



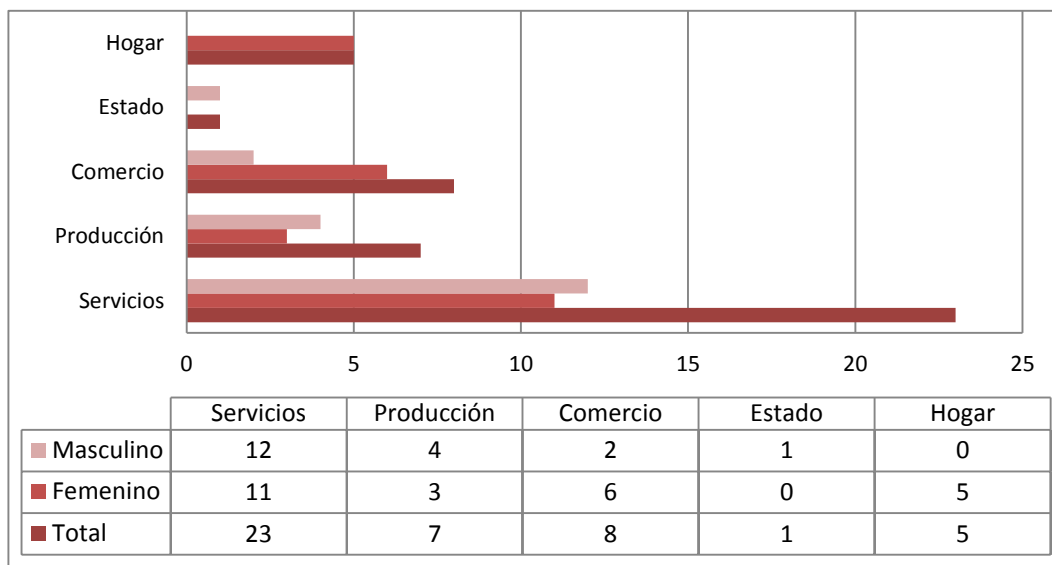
Con relación al centro de labores, de los 44 jóvenes que trabajan de manera dependiente, el 59% (26 jóvenes) lo hace en una empresa privada, 30% (13 jóvenes) en su propio hogar, 5% (2 jóvenes) en chacra o negocio familiar sin pago alguno; otro 5% lo hace en una institución de sector público.

Gráfico 9 Lugar de Trabajo



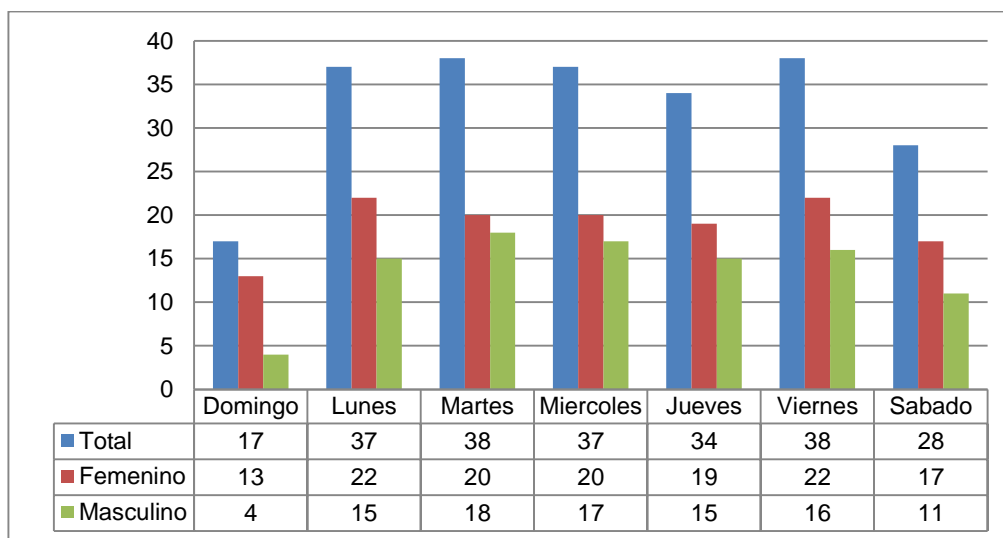
En cuanto a la participación de los jóvenes en los distintos sectores económicos, se observa que el sector servicio demanda la mayor cantidad de empleo, tanto para las mujeres como los varones. Otro sector con mayor demanda es el comercio, donde las mujeres tienen mayor participación que los varones.

Gráfico 10 Sector Económico donde Trabajan los Jóvenes



En cuanto a los días de trabajo, casi todos indicaron laborar de lunes a viernes. No obstante, también, hay un 23% (17 jóvenes) que labora los días domingo y los días sábado un 38% (28 jóvenes).

Gráfico 11 Trabajo del Joven Durante la Semana



Con relación a la cantidad de horas trabajadas al día, de lunes a viernes, el 78% de los jóvenes trabaja entre 4 y 8 horas y 12% en promedio, trabaja más de 8 horas. El 10% de los jóvenes que trabajan en promedio menos de 4 horas al día de lunes a viernes.

En relación a las características del trabajo de los participantes que tienen trabajo dependiente se ha encontrado lo siguiente:

- 61% (27 jóvenes) trabaja sin contrato y 36% cuentan con uno.
- 57% (25 jóvenes) trabaja entre 6 a 12 meses.
- 41% ganó, en el mes de junio, entre S/. 451.00 y S/.750.00. El 30% de jóvenes, entre S/.750.00 y S/.1,200.00.

- 61% (27 jóvenes) que trabaja de manera dependiente no cuenta con ningún seguro de salud. El 39% si tiene algún tipo de seguro (ESSALUD, SIS).
- 75% no está afiliado a ningún sistema de pensiones. El otro 25% está afiliado al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- 59% ha laborado en empresas de menos de 10 trabajadores.
- 82% indicó que consiguieron trabajo fue a través de amigos, familiares o vecinos.

Gráfico 12 Condición Laboral de los Jóvenes con Trabajo Dependiente

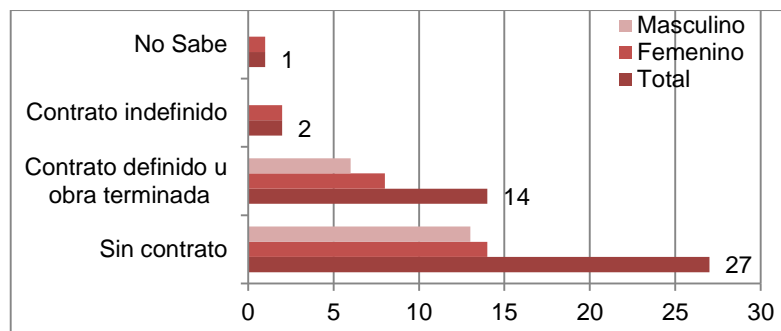


Gráfico 13 Ingreso Mensual de los Jóvenes con Trabajo Dependiente

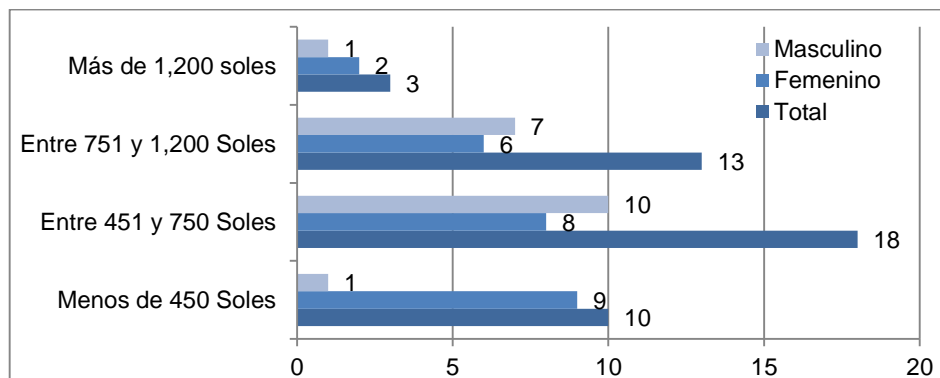
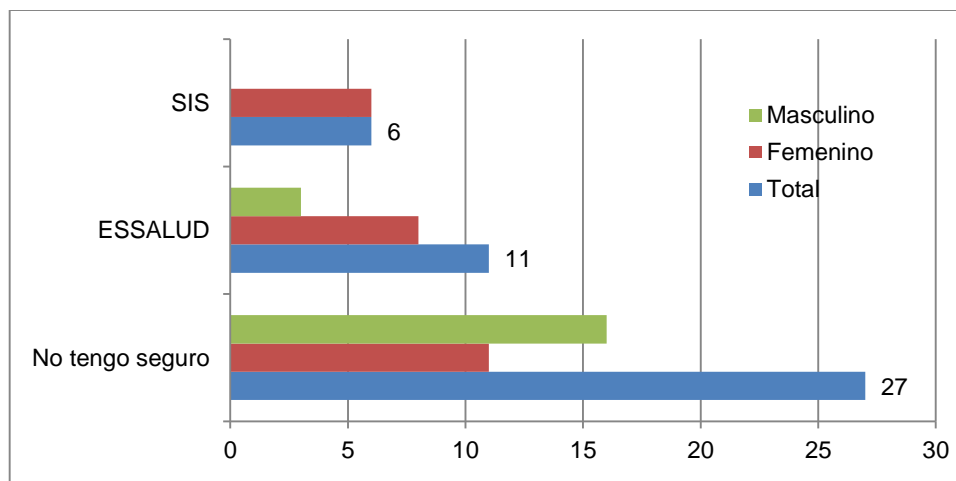
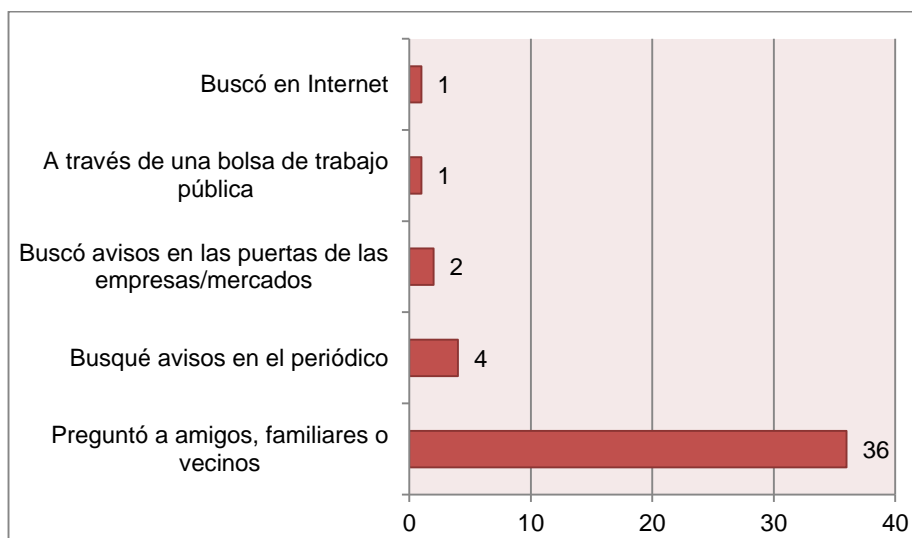


Gráfico 14 Cobertura de Seguro de Salud



La principal forma que tienen los jóvenes para conseguir trabajo es a través de sus propios amigos, familiares o vecinos. Así, 36 casos afirmaron que utilizaron ese medio. Otros mecanismos utilizados son: avisos en los periódicos, en las puertas de las empresas/ mercados, internet, bolsa de trabajo.

Gráfico 15 Mecanismo de Búsqueda de Trabajo

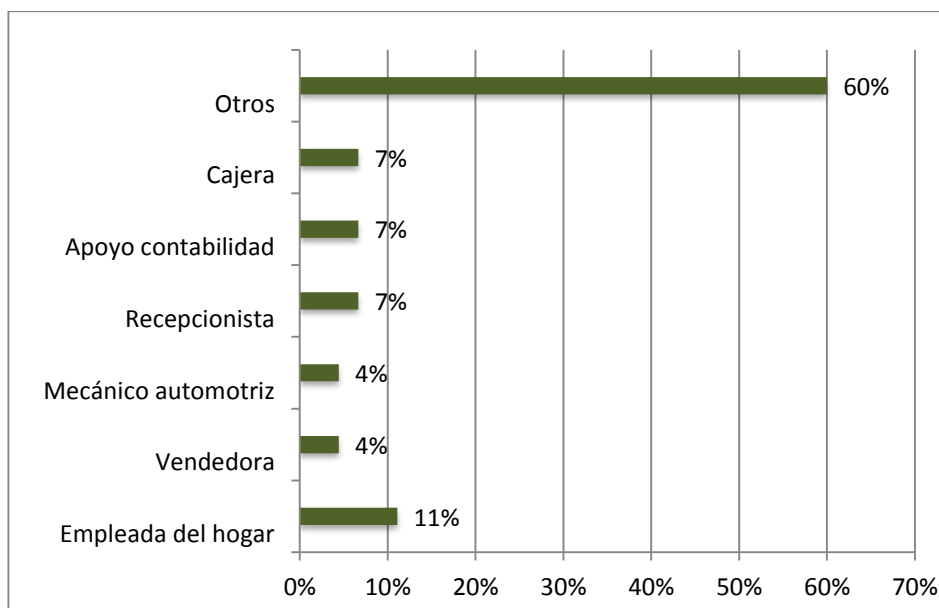


D. Historial Laboral

Con relación al historial laboral de los jóvenes, se les preguntó por *los trabajos o cachuelos realizados en los últimos tres meses*. De los 73 jóvenes que respondieron, resalta la gran dispersión de actividades realizadas por los encuestados.

Así, 11% jóvenes trabajaban como empleadas del hogar; 7% trabajaban como Recepcionista, otro 7% en apoyo contable, un último 7% como cajera. Los demás jóvenes ejercían diversas actividades, que en conjunto hacían el 60% de los encuestados.

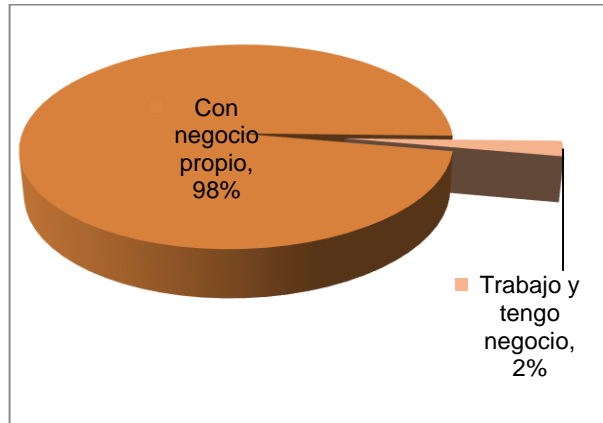
Gráfico 16 Historial de Trabajo



F. Sobre el Negocio de los Jóvenes

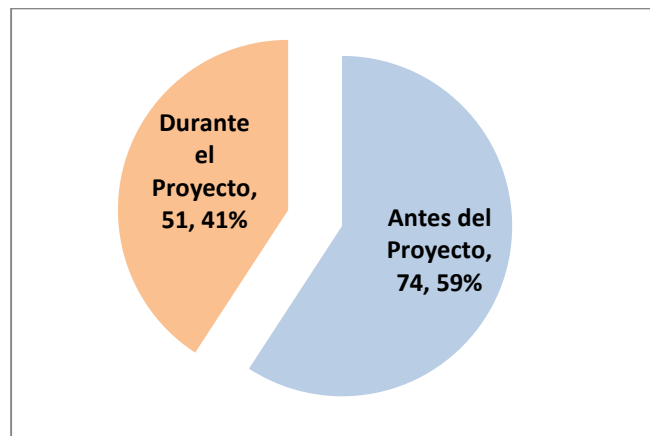
Tal como se vio anteriormente, en el mes de junio 125 jóvenes tenían un negocio propio, sin embargo el 2% de ellos además de su negocio trabaja de manera dependiente para un tercero.

Gráfico 17 Cantidad de Jóvenes con Negocio Propio



De este grupo, 74(59%) iniciaron sus negocios antes de participar en el proyecto de FONDOEMPLEO, 51 (41%) se iniciaron en esta experiencia con el proyecto.

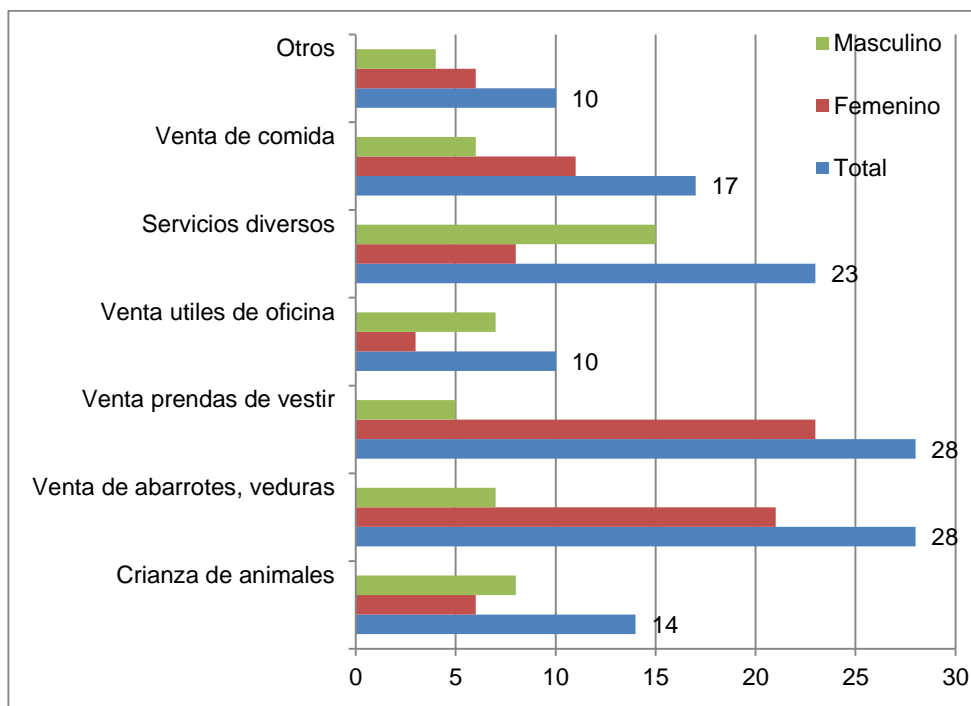
Gráfico 18 Momento de inicio del negocio



El 83% de los jóvenes con negocio se dedica a la venta de alimentos⁷ y ropa (28% en cada caso); servicios diversos (23%), comida preparada (17%); útiles de oficina (10%),

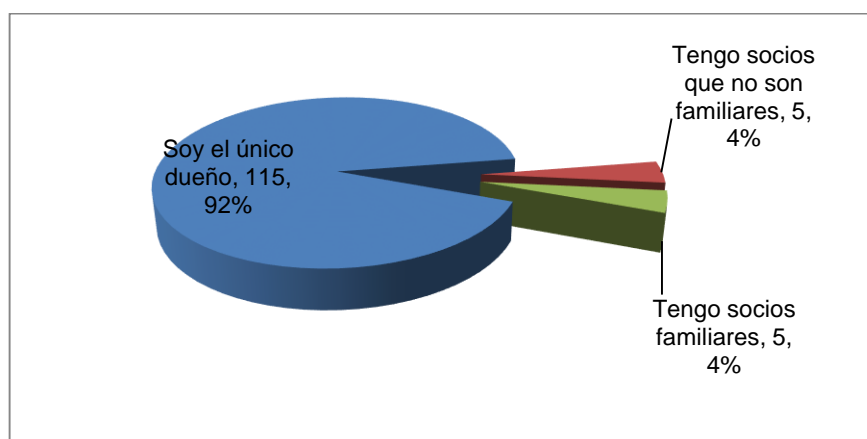
⁷ Abarrotes y verduras

Gráfico 19 Giro de Negocio de los Jóvenes



Respecto a la titularidad de los negocios, la mayoría de los jóvenes (92%) son los únicos dueños, el 4% tienen como socios a sus propios familiares y el otro 4% tienen socios que no son familiares.

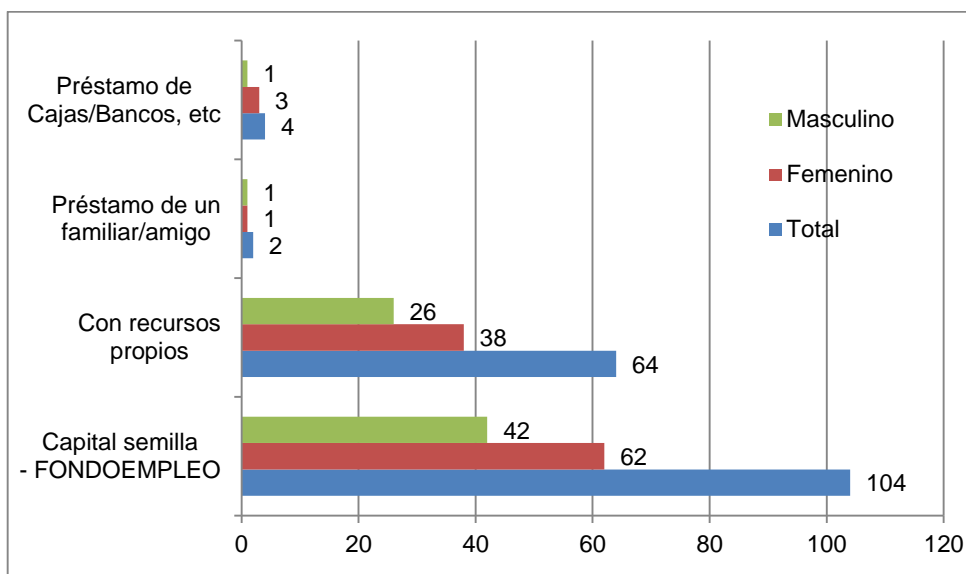
Gráfico 20 Titularidad de los Negocios de los Jóvenes



En cuanto al capital de inversión, la mayoría, es decir 104 jóvenes (83%) declaró que sus negocios fueron financiados gracias al capital semilla de FONDOEMPLEO. Sin embargo, el 51% (64 casos) de los jóvenes también indicó que usó sus ahorros para completar el capital necesario para iniciar su negocio.

Sólo el 2% financió el inicio de sus negocios gracias a préstamos obtenidos de familiares o amigos y el 3% restante acudió a instituciones especializadas en micro finanzas para financiar la apertura de sus negocios.

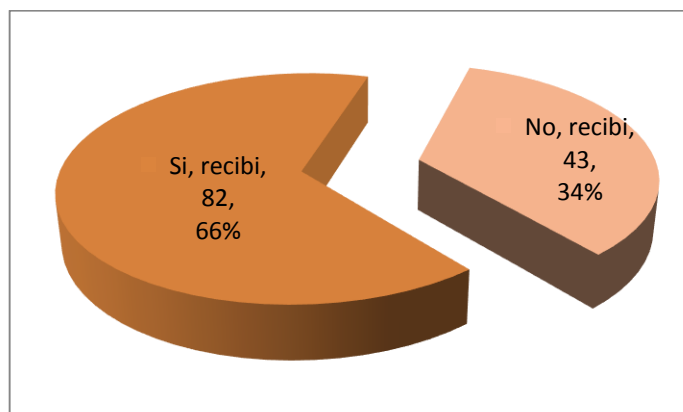
Gráfico 21 Fuente de Fondeo para el Inicio de los Negocios



Cuando se les preguntó *si habían recibido capacitación y asistencia técnica al inicio de sus negocios*, el 66% declaró haberlos recibido. En el 93% de estos casos fue a través del proyecto de FONDEOEMPLEO, mientras que el 7% restante los recibió de otras instituciones. El 34% de los jóvenes indicaron no haber recibido ningún servicio de capacitación ni asistencia técnica, al momento de iniciar su negocio.

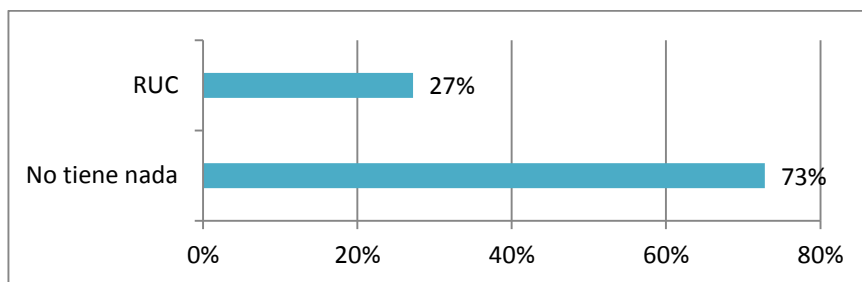
Gráfico 22

Capacitación y Asistencia Técnica al Inicio del Negocio



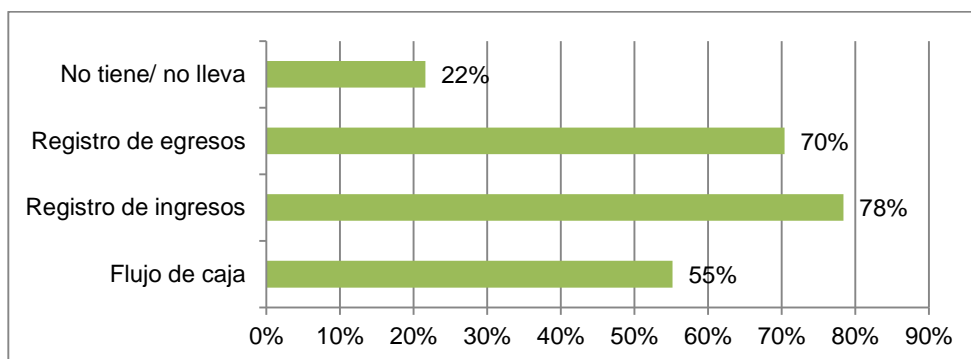
Sobre los **instrumentos de formalización**, el total de negocios está constituido por personas naturales (97%) y E.I.R.L (3%). Con relación a los instrumentos de formalización, solo un 27% cuenta con RUC activo.

Gráfico 23 Instrumentos de formalización



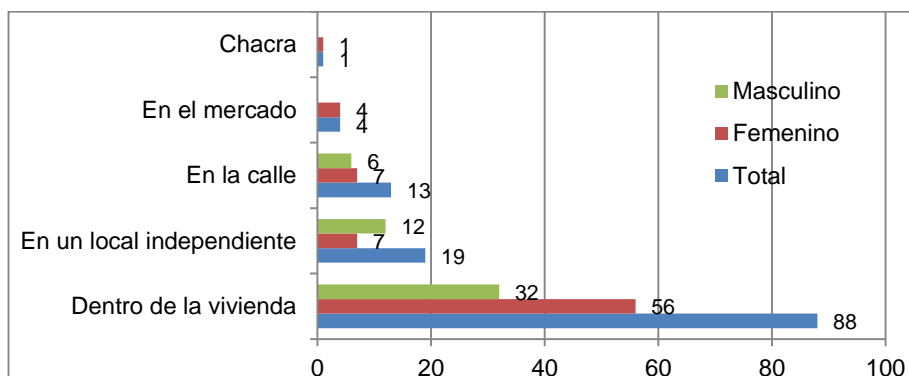
Respecto a las principales **herramientas de gestión**: 78% lleva registro de ingresos, el 70% un registro de sus egresos y el 55% lleva un flujo de caja. El 22% de los jóvenes empresarios no lleva ningún instrumento que le permita controlar su negocio.

Gráfico 24 Instrumentos de Gestión



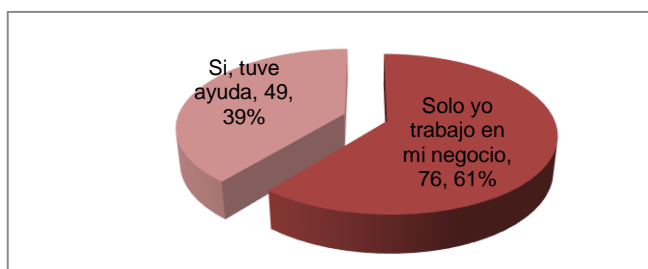
Con relación a la **ubicación de los negocios**, el 70% (88 negocios) está ubicado dentro de las viviendas, estando mayormente conducidos por mujeres. Los negocios ubicados en locales independientes y chacra son mayormente conducidos por varones, mientras que los negocios ubicados en mercados son conducidos en su totalidad por mujeres.

Gráfico 25 Ubicación de los Negocios



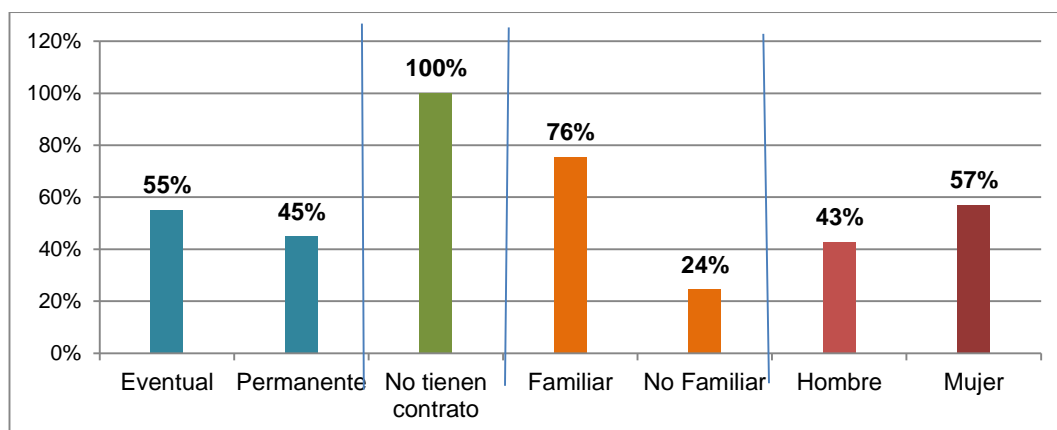
Durante el mes de junio, más de la mitad (61%) de los jóvenes trabajaron solos en sus negocios. El 39% de los jóvenes restantes sí recibieron ayuda.

Gráfico 26 Personal de Apoyo en los Negocios de los Jóvenes



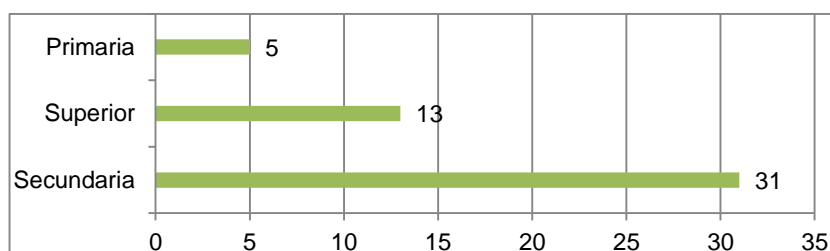
Del total de personas que laboraron en el negocio de los jóvenes, el 55% lo hace de manera permanente, mientras que el 45% de manera eventual. En ambos casos, sin contrat, siendo el mayoría de los casos (76%) familiares de los jóvenes y 24% de los trabajadores no tienen vínculo familiar. Finalmente, el 43% de las personas que trabajan en los negocios de los jóvenes son varones y el 57% restante, mujeres.

Gráfico 27 Condición de los Trabajadores de los Negocios de los Jóvenes



En lo que se refiere al nivel educativo de las personas que trabajan en los negocios de los jóvenes, el 63% tiene educación secundaria, el 27% nivel superior y el 10% restante cuenta con nivel primario.

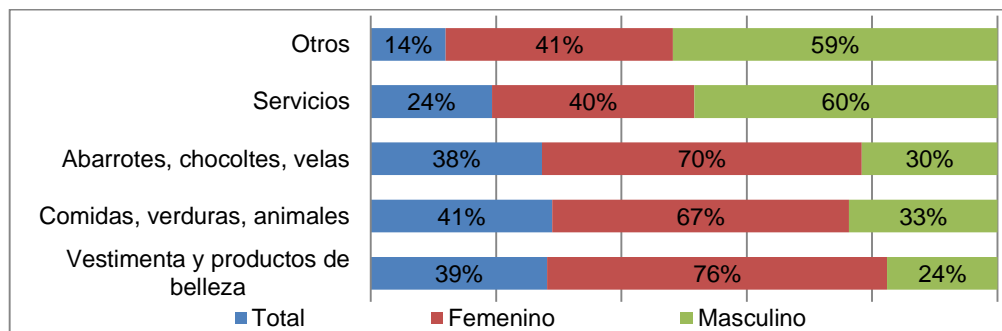
Gráfico 28 Nivel de Estudios del Trabajador



En relación a los productos comercializados, el 41% vende abarrotes, animales, comida preparada, 39% vende productos de belleza y vestimenta, el 38% otros

productos. La comercialización de productos está mayormente a cargo de mujeres y la prestación de servicios a cargo de varones.

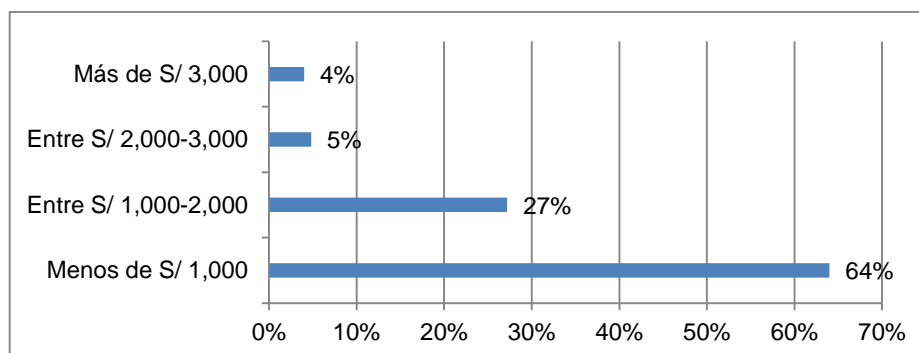
Gráfico 29 Principales Productos o Servicios Comercializados



Los ingresos brutos obtenidos por los negocios de los jóvenes en el mes de junio son los siguientes:

- ° El 64% tuvo ingresos menores a S/. 1,000.00
- ° El 27% tuvo ingresos entre S/. 1,000.00 y S/. 2,000.00
- ° El 5% tuvo ingresos entre S/. 2,000.00 hasta S/. 3,000.00
- ° El 4% tuvo ingresos mayores de S/. 3,000.00

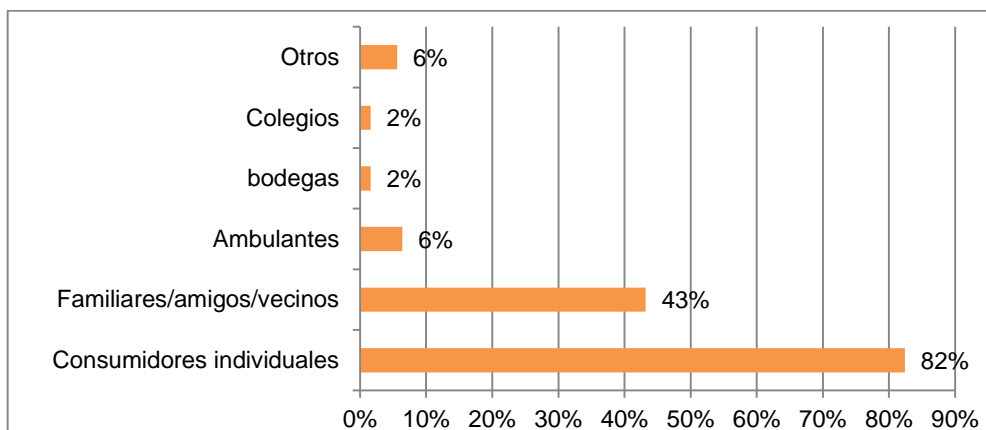
Gráfico N° 30 Ingreso Bruto Mensual de los Negocios



Con relación a los principales clientes de los negocios de los jóvenes participantes s del proyecto, la mayoría (82%) tiene como clientes al público en general, el 43% tiene como clientes principales a familiares, amigos y vecinos, el 6% tiene como clientes a ambulantes, el 2% a bodegas, y otro 2% a colegios, etc.

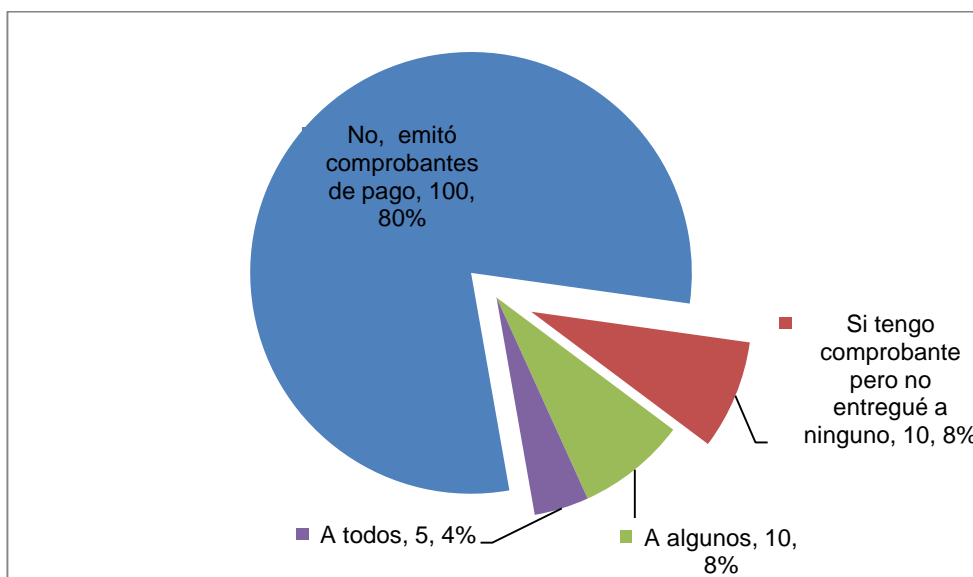
Por otro lado, empresas de más de 10 trabajadores, mercados, mypes, Estado, productores, centros comerciales, páginas de internet conforman, cada una, 1% de los clientes de los jóvenes encuestados.

Gráfico 31 Principales Clientes



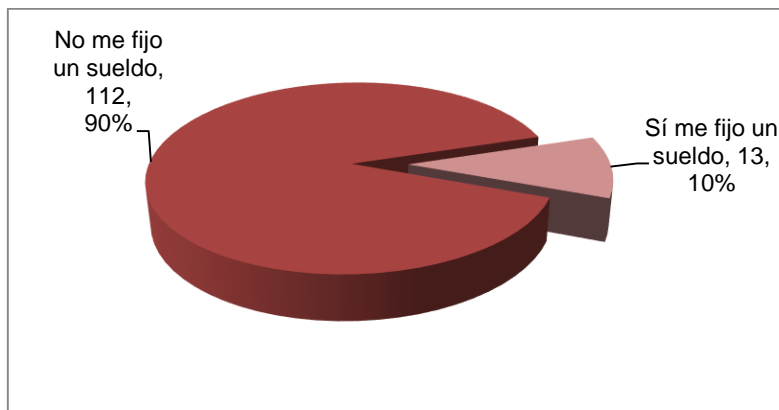
En general, los negocios de los jóvenes al mes de junio eran informales, así sólo el 4% de los negocios indicó entregar a todos sus clientes comprobantes de pago, el 8% entrega comprobantes a algunos clientes, mientras que el 80% no entrega ningún comprobante. El 8% restante indicó que sí tenían comprobantes de pago, pero no los entregaron a sus clientes.

Gráfico 32 Entrega de Comprobantes de Pago



El 90% de jóvenes que tienen negocios no establecen un sueldo mensual por su dirección, solo un 10% se fija un sueldo.

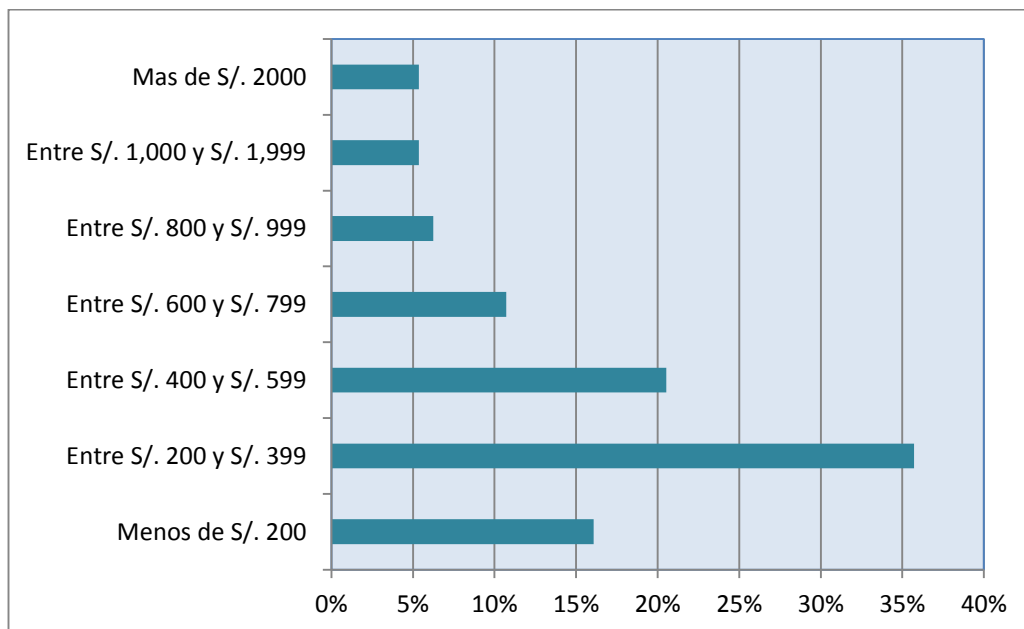
Gráfico 33 Fijación del sueldo del Empresario Juvenil



Los ingresos mensuales declarados por los participantes que se asignan un sueldo son:

- ° El 16% gana menos del S/. 200.00 al mes
- ° El 36% gana entre S/.200.00 y S/.399.00
- ° El 21% gana entre S/. 400.00 y S/. 599.00
- ° El 11% gana entre S/. 600.00 a S/. 799.00
- ° El 6% gana entre S/. 800.00 y S/. 999.00
- ° El 10% restante más de S/. 1,000.00

Gráfico 34 Sueldo de los Jóvenes con Negocio

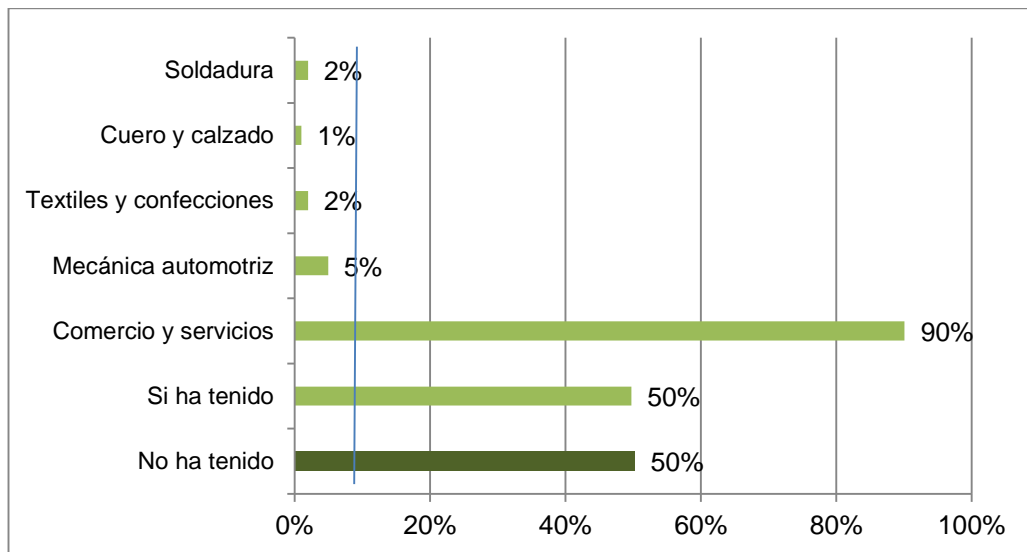


G. Antecedentes de Emprendimiento

El 50% de los 203 jóvenes entrevistados señaló que ningún integrante de su familia ha tenido un negocio, mientras que el otro 50% manifestó que algún integrante de su familia sí lo ha tenido.

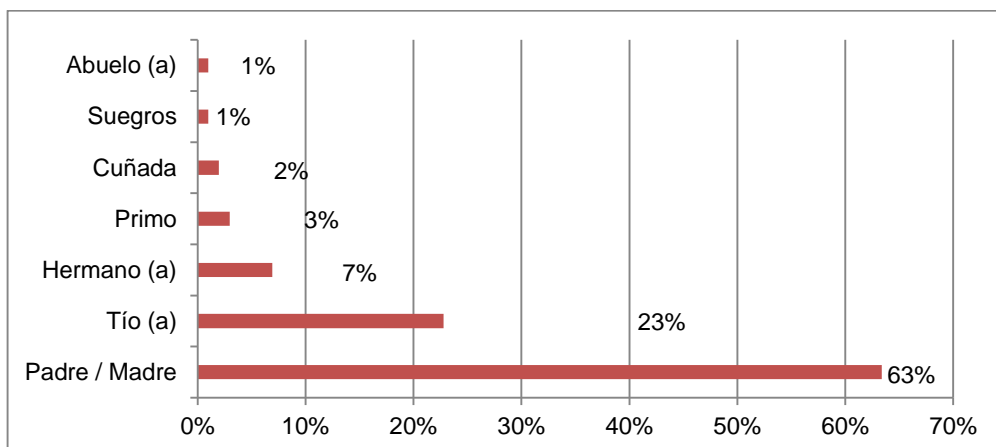
De éstos últimos, la mayoría (90%) se dedican al comercio y prestación de servicios, el 5% a negocios relacionado a la mecánica automotriz, el 2% se dedica a textiles y confecciones, el 2% en soldadura y el 1% a negocios de calzado y cuero. El hecho de contar con una experiencia familiar explicaría la motivación por el giro de negocio mayoritario de los jóvenes participantes.

Gráfico 35 Antecedentes de Emprendimiento



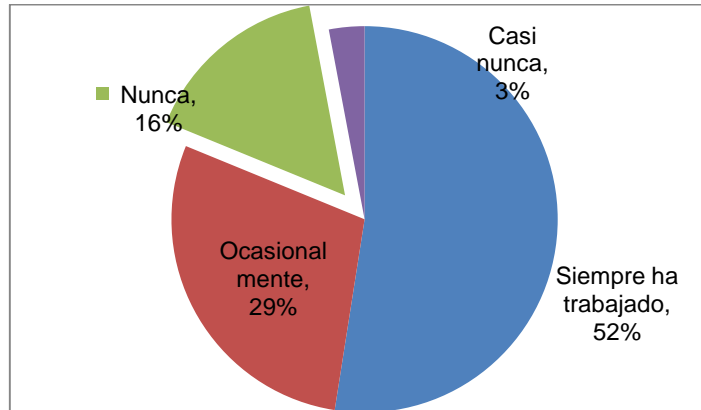
Con relación al grado de parentesco del joven con el titular del negocio, el 63% indicó que los dueños son los padres, el 23% señala que el dueño del negocio de su familia son sus tíos, del 7% los dueños del negocios son sus hermanos, del 3% que sus primos son los dueños y del restante 4% los dueños son cuñadas, suegros y abuelos.

Gráfico 36 Grado de Parentesco con el Propietario del Negocio Familiar



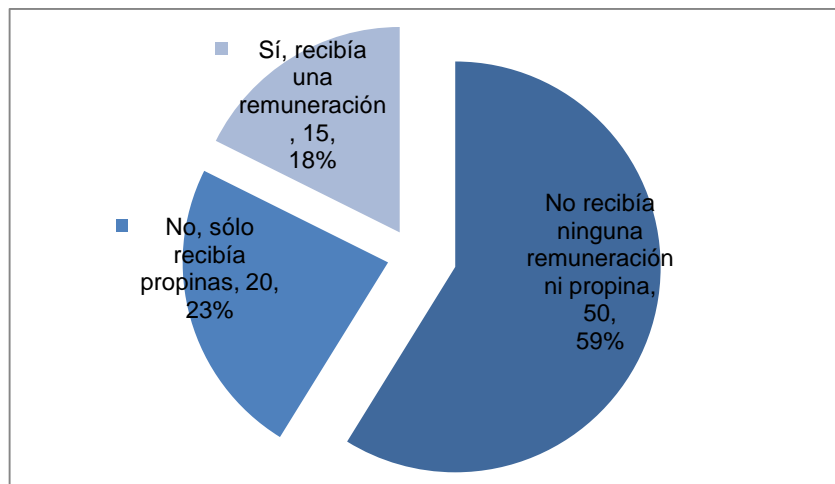
En lo que se refiere al nivel de participación de los jóvenes en el negocio, ya sea porque los jóvenes trabajan o apoyan al negocio, el 52% afirmó haber trabajado siempre en el negocio familiar, el 29% indicó que apoyan ocasionalmente. Mientras que el 16% indicó nunca haber apoyado o trabajado, y el 3% casi nunca.

Gráfico 37 Trabajo en el Negocio Familiar



De los 85 jóvenes que apoyaron o trabajaron de manera eventual o siempre en los negocios familiares, el 59% nunca recibió remuneración o propina alguna, el 23% sólo recibió propina, mientras que el 18% restante sí recibió una remuneración por el trabajo realizado.

Gráfico N° 38 Remuneración por trabajo en el Negocio Familiar

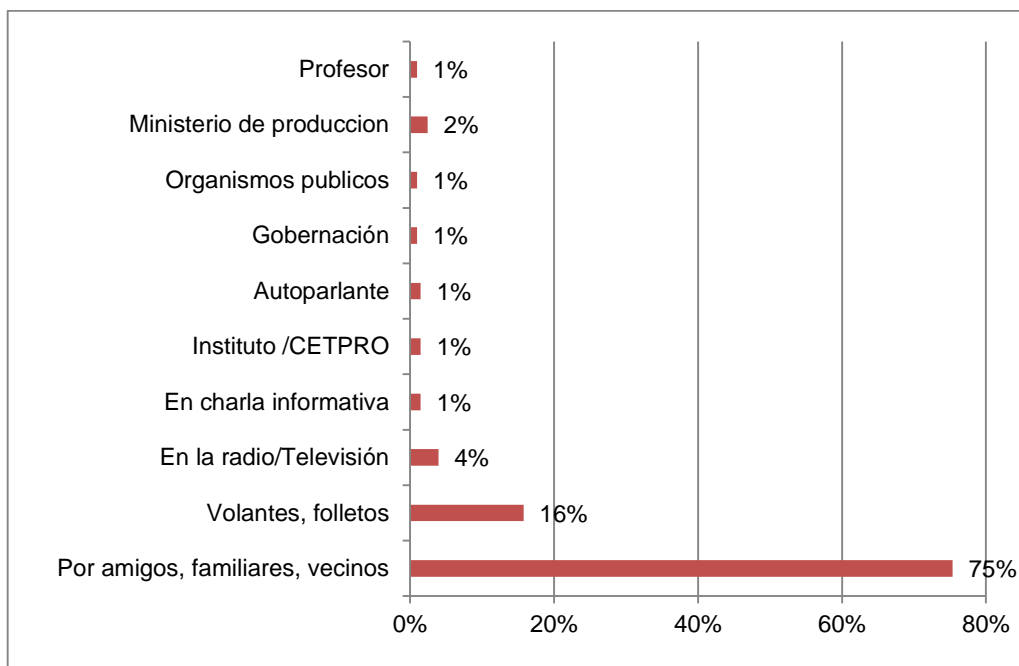


H. Participación en el Proyecto Financiado por FONDOEMPLEO

En cuanto a la manera en que se enteraron del proyecto de FONDOEMPLEO, el 75% indicó que fue por sus amigos, familiares y vecinos; el 16% mencionó que fue a través de volantes y folletos; 4%, a través de la difusión mediante la radio y televisión.

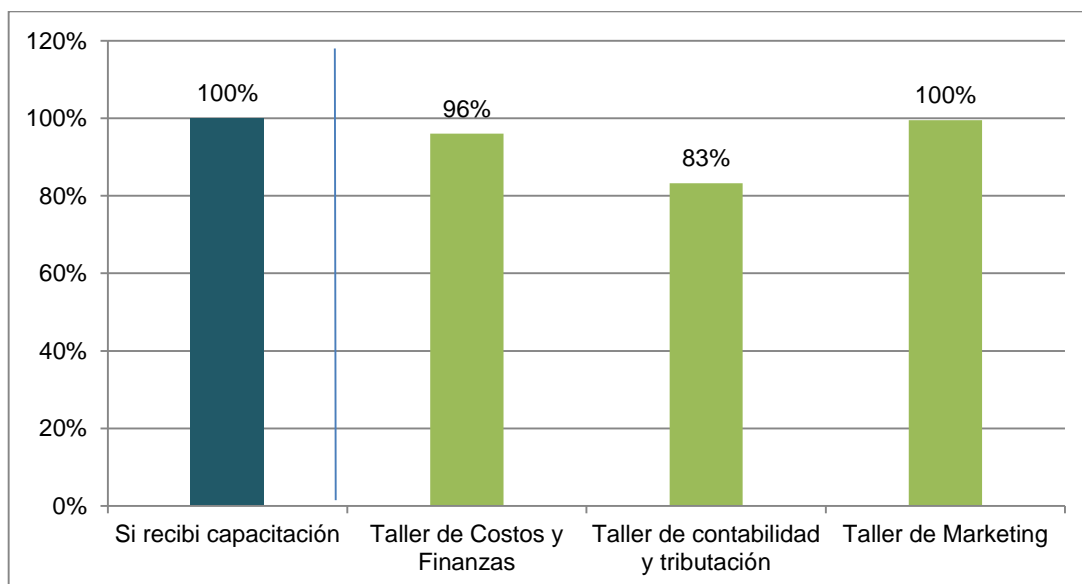
Un 1% se enteró a través de charlas informativas, otro 2% en sus centros de estudio (CETPRO, instituto o profesor), otro 1% por el auto parlante y 4% por organismos públicos.

Gráfico 39 Medio de Difusión del Proyecto



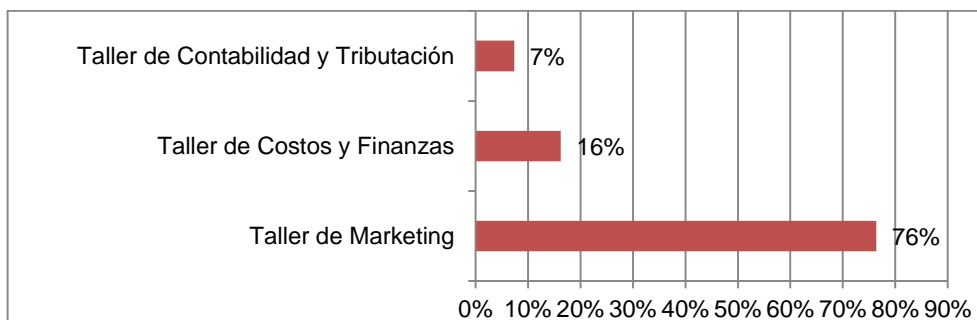
Sobre la participación en las capacitaciones de Gestión Empresarial llevada a cabo por el proyecto, todos los jóvenes encuestados indicaron que sí participaron en las capacitaciones.

Gráfico 40 Participación en Talleres de Capacitación



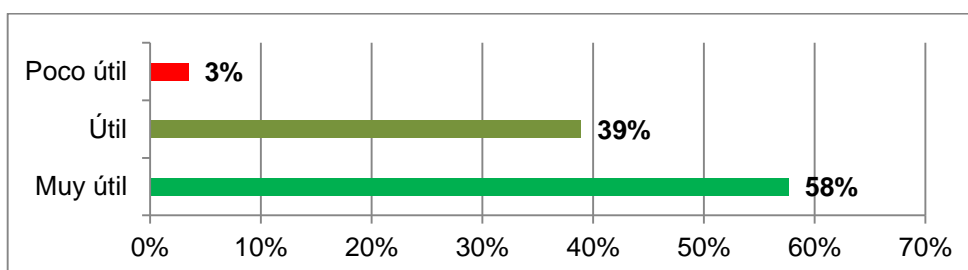
En cuanto a la utilidad de los talleres, el 76% indicó que el taller de marketing fue el más útil frente al 16% que señaló al taller de Costos y Finanzas como la de mayor utilidad y sólo el 7% señala que el taller de Contabilidad y Tributación fue el mayor utilidad.

Gráfico 41 Taller más útil



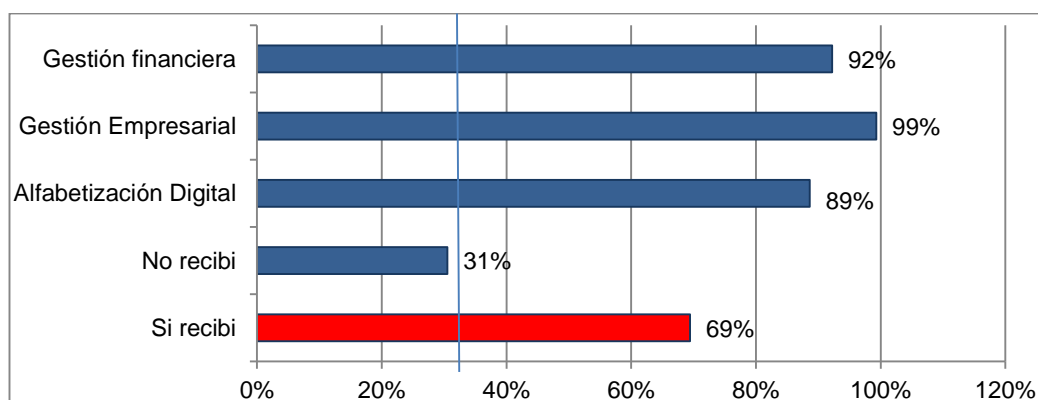
Con relación a la valoración de parte de los participantes de los talleres de capacitación se sabe que el 58% los consideró muy útil, el 39% como útil y sólo el 3% señaló que fue poco útil.

Gráfico 42 Utilidad del Taller de Capacitación



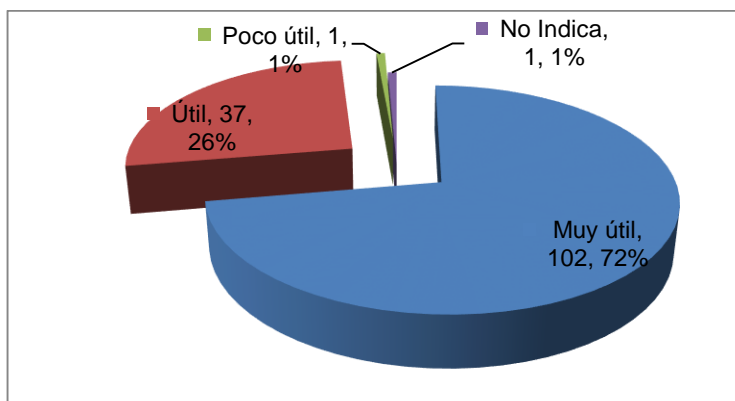
El 69% (equivalente a 141 jóvenes) respondió que sí recibió acompañamiento y asistencia técnica por parte del proyecto, mientras que el otro 31% (62 jóvenes) afirmó lo contrario. De los encuestados que sí recibieron acompañamiento y asistencia técnica, el 89% recibió asesoría en Alfabetización digital, el 99% recibió asesoría en gestión empresarial y el 92% recibió asesoría en Gestión Financiera.

Gráfico 43 Acompañamiento y Asistencia Técnica



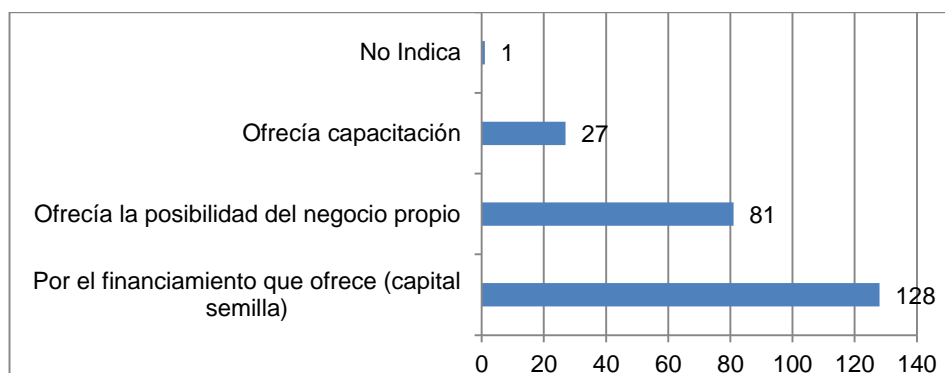
Con relación a la utilidad de la asistencia técnica el 72% opina que fue muy útil; el 26% que fue útil; el 1% calificaron de poco útil; y otro 1% de los participantes no expresaron su calificación.

Gráfico 44 Utilidad de la Asistencia Técnica



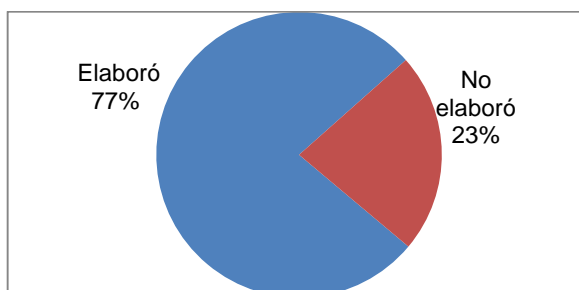
Las razones principales que motivaron a los jóvenes a participar en el proyecto fueron el financiamiento que ofrece capital semilla (54%), las posibilidades de negocios propios (34%) y por sus capacitaciones (11%). Solo un joven encuestado no indicó su respuesta.

Gráfico 45 Razones de participación en el Proyecto



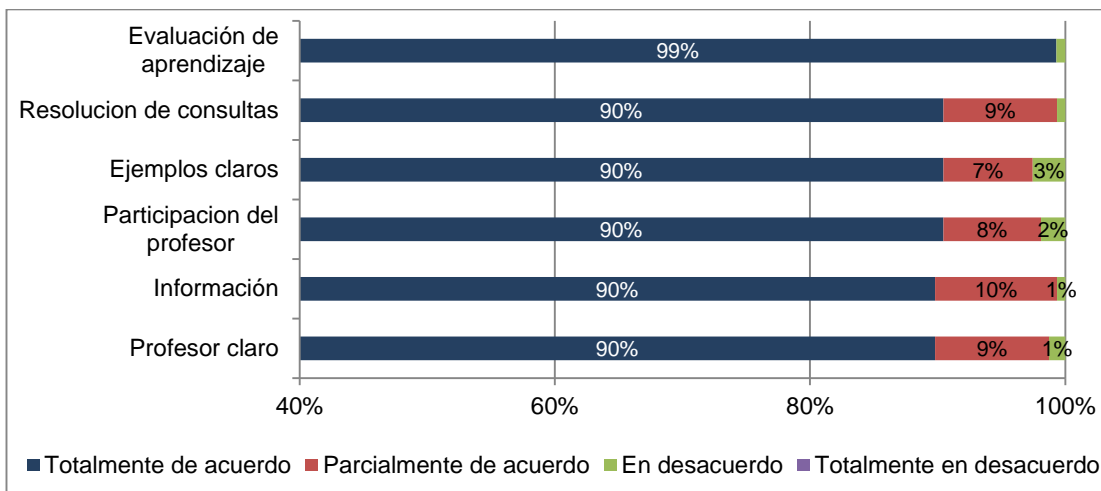
En lo referente a la elaboración de planes de negocio por parte de los jóvenes beneficiarios, el 77% indicó haber elaborado su plan de negocio, mientras que el 23% restante, no lo hizo.

Gráfico 46 Elaboración de Planes de Negocio



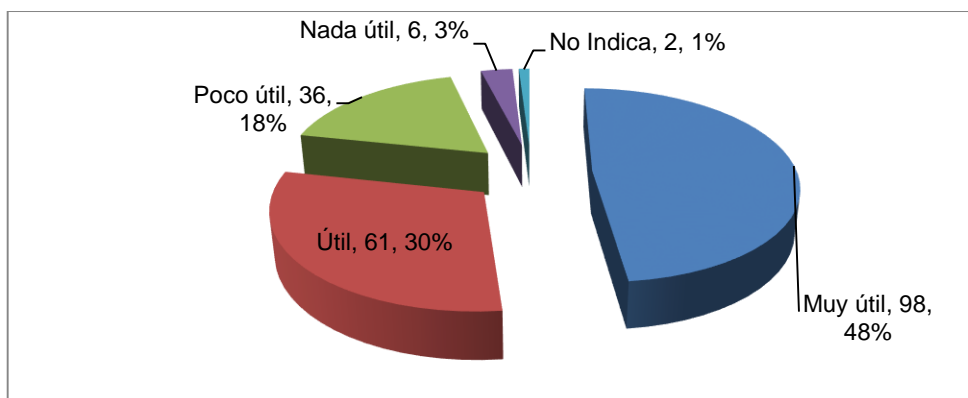
Casi la totalidad de los jóvenes participantes del proyecto expresaron su total y parcial conformidad sobre la metodología, calidad de expositor e información de los cursos recibidos para elaborar sus planes de negocio.

Gráfico 47 Opinión sobre la Capacitación en Plan de Negocio



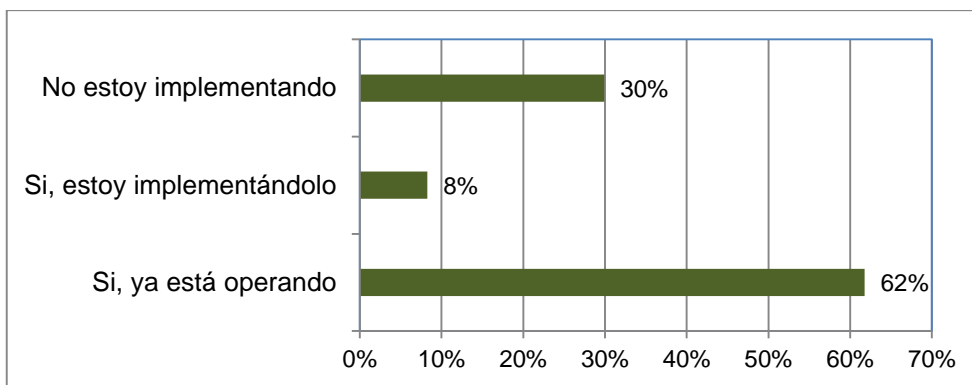
A su vez, el 48% de los jóvenes capacitados en planes de negocio consideran que los cursos que recibieron fueron muy útiles; el 30%, útil; el 18%, poco útil; el 3%, nada útil; y un 1% no indica.

Gráfico 48 Utilidad de la Capacitación en Plan de Negocio



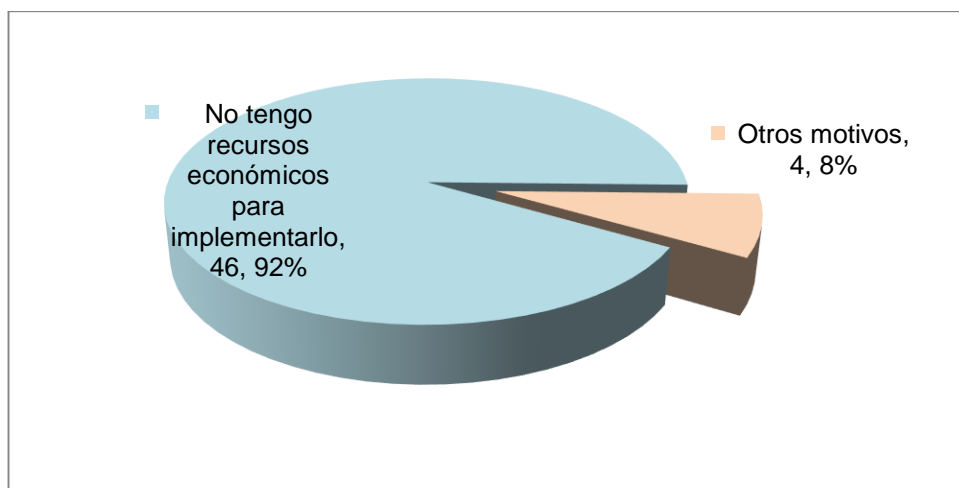
Al respecto de la implementación de los planes de negocio elaborados, el 62% de los jóvenes ya se encuentran operando; otros (8%), sí están implementando el plan de negocio; y el 30% restante, aún no lo implementan.

Gráfico 49 Implementación de Planes de Negocio



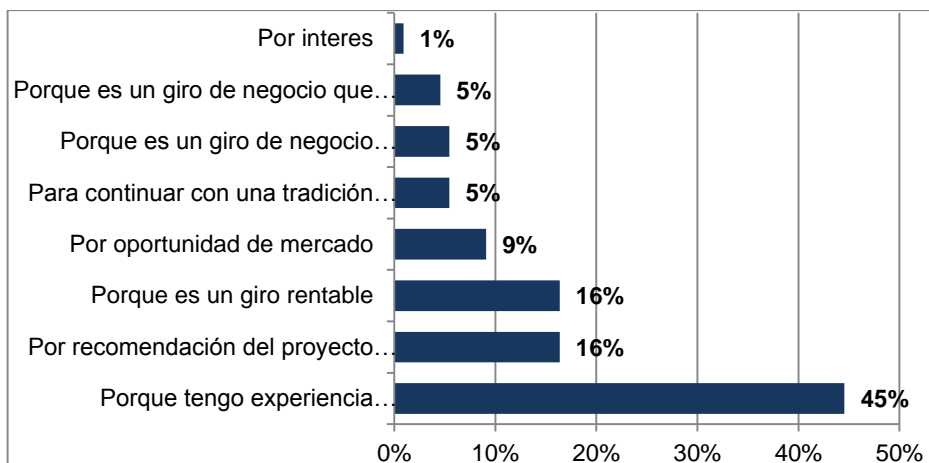
En cuanto a las principales razones por las que no se llegaron a implementar los planes de negocio elaborados encontramos que la mayoría (92%) se debió a la falta de recursos económicos otras respuestas fueron la necesidad de mayor capacitación, desinterés, desaprobación del proyecto y a no le dieron el capital solicitado.

Gráfico 50 Razones de no implementación del Plan de Negocio



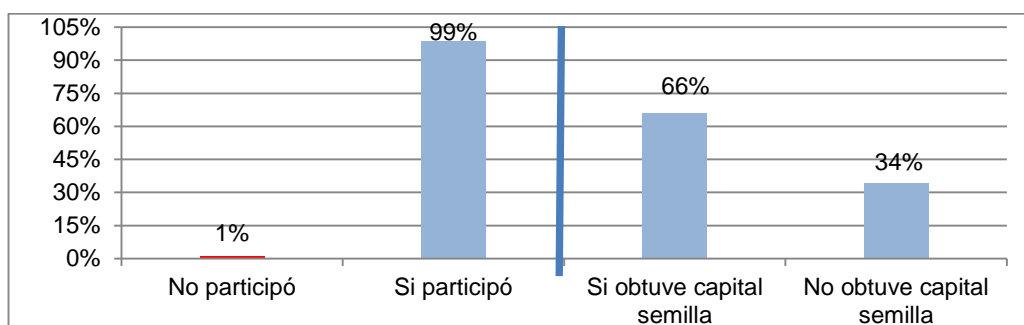
Por otro lado, referente a los tipos de negocios implementados, un 45% expresó que fue por la experiencia adquirida trabajando en ese giro; un 16%, gracias a las recomendaciones hechas por FONDOEMPLEO; otro 16%, debido a la rentabilidad del giro; un 9%, por oportunidad de mercado; un 5% para continuar una tradición familiar; un 5% porque es un nuevo giro y con poca competencia; otro 5% por el tipo negocio, el cual requiere poca inversión; y un 1%, por interés.

Gráfico 51 Razones para implementar el Plan de Negocio



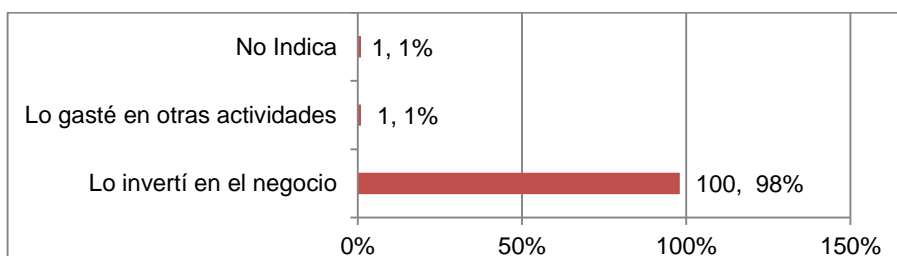
De los jóvenes (157) que vienen implementando sus planes de negocio, casi el total de ellos (99%), participaron del concurso para obtener un capital semilla, lo consiguieron 102 (66%).

Gráfico 52 Participación en Concurso de Capital Semilla



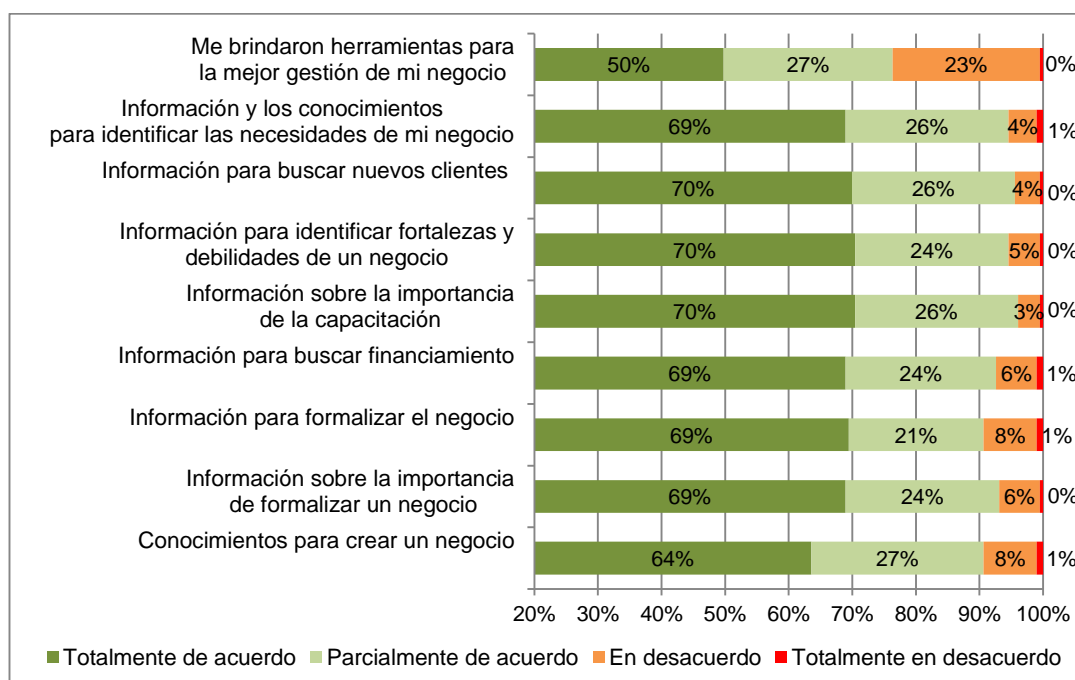
De los 102 jóvenes que obtuvieron el capital semilla, el 98% invirtió el dinero en el negocio tal como estuvo previsto. En el 1% de los casos que respondió "otras actividades", el capital semilla se invirtió para otro rubro del mismo negocio del que originalmente estaba contemplado, esto previa justificación y aprobación de la institución ejecutora. El 1% de los encuestados no respondió la pregunta.

Gráfico 53 Inversión del Capital Semilla



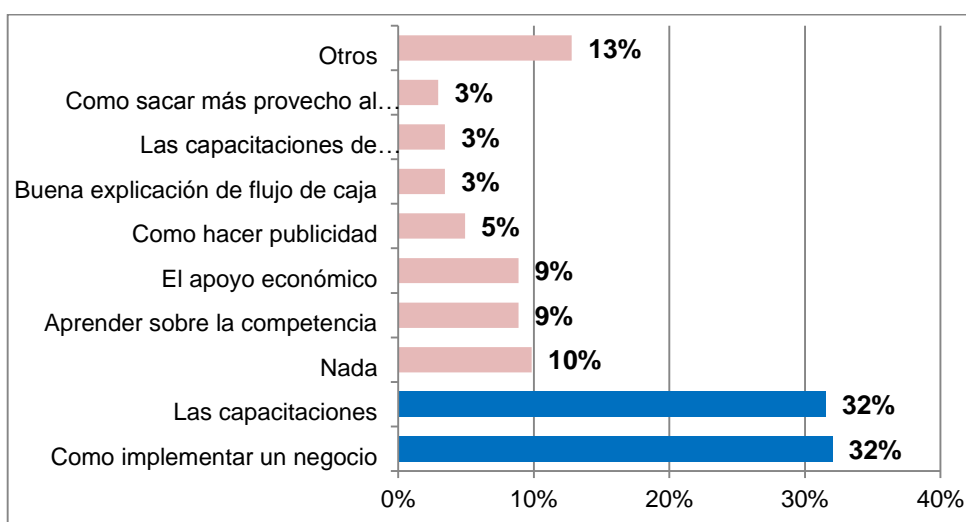
De los 179 jóvenes entrevistados la mayoría expresaron su total y parcial conformidad sobre las distintas herramientas e información del proyecto, tal como se observa en el siguiente gráfico.

Gráfico 54 Opinión General sobre el Proyecto



En lo que se refiere a lo *que más les gustó del proyecto* a los jóvenes, el 32% opinó que fue el cómo implementar un negocio; otro 32% por las capacitaciones; un 10% señaló que no le gustó nada; el 9% opinó que fue por el aprendizaje sobre la competencia; el 9% por el apoyo económico; un 5% opinó por cómo hacer publicidad; el 3% indicó que fue por las explicaciones de caja; otro 3%, por las capacitaciones; otro 3%, cómo sacarle más provecho al negocio.

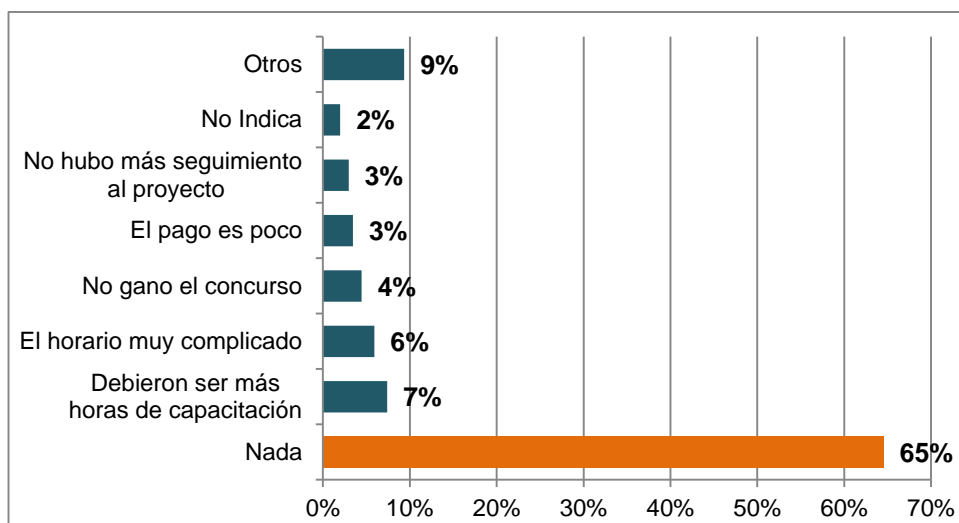
Gráfico 55 Aspectos que Gustaron del Proyecto



Con relación a los aspectos *que más disgustaron* a los beneficiarios del proyecto, se pueden mencionar la poca cantidad de horas de capacitación, los inadecuados horarios de los cursos de capacitación, no haber recibido el total de dinero solicitado, entre otros. Al respecto de esta última apreciación, la institución ejecutora mencionó que los montos finales del capital semilla fueron definidos por el jurado y no siempre

coincidía con el monto solicitado por el joven. Sin embargo, resalta el hecho que 65% de los beneficiarios mencionó que ningún aspecto le disgustó del proyecto.

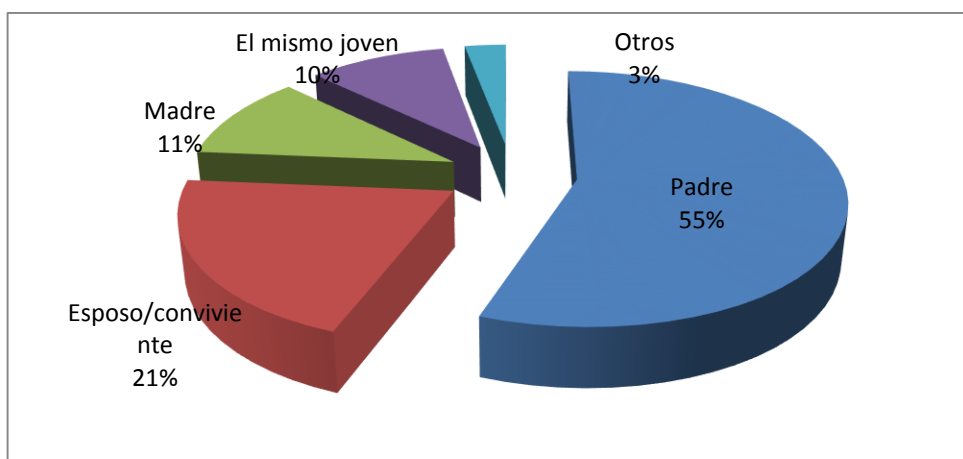
Gráfico 56 Aspectos que Disgustaron del Proyecto



I. Sobre la Familia del Joven.-

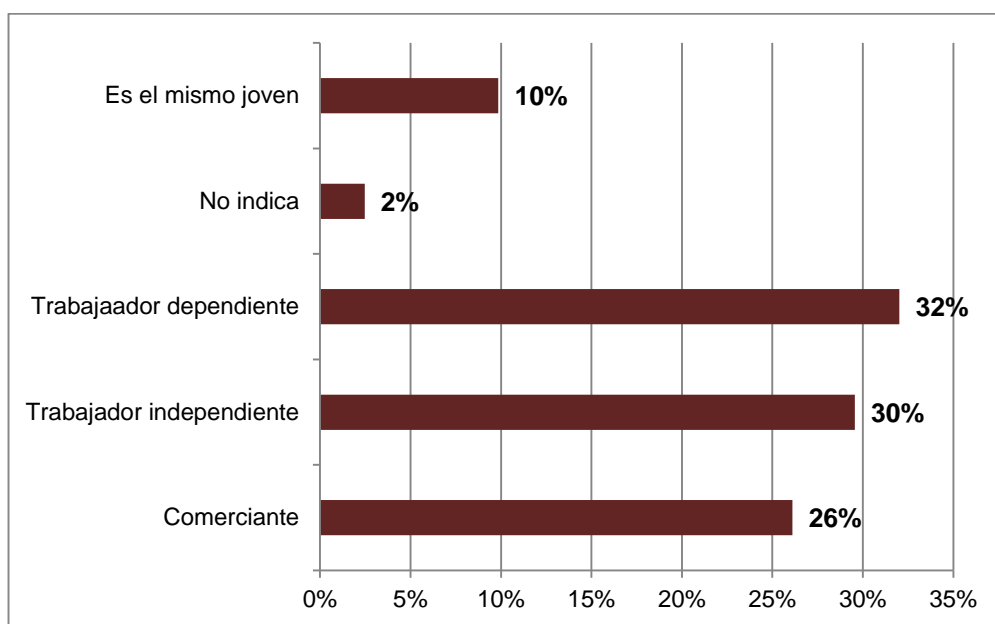
Respecto al jefe de familia, el 56% respondió que era su padre, el 21% el esposo o conviviente; la madre era el jefe de hogar para un 11% de los encuestados; mientras que un 10% indicó como jefe de familia a sí mismos, otros familiares como jefes de hogar (5%). De otro lado, los encuestados declararon que el jefe de familia estaba a cargo de una persona de sexo masculino en el 84% de los casos.

Gráfico 57 Jefe de Hogar del Beneficiario



Con relación a la actividad a la que se dedica el jefe del hogar: el 26% es comerciante; el 30% es un trabajador independiente, mientras que un 32% es trabajador dependiente. A su vez, el 10% de los jefes de hogar es el mismo joven. El 2% faltante no responde.

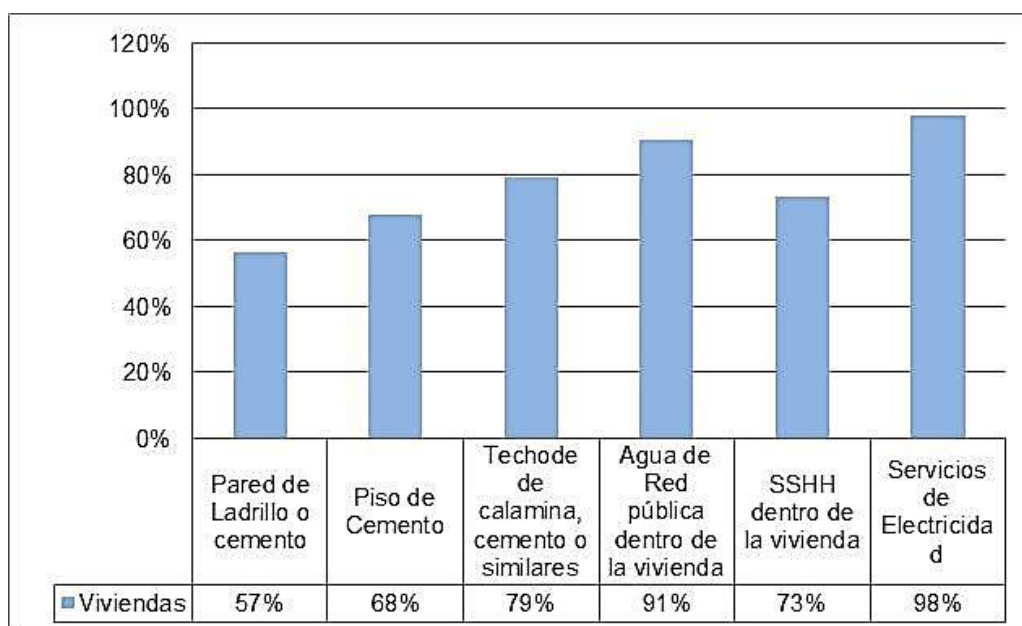
Gráfico 58 Dedicación del Jefe de Hogar



J. Características de las Viviendas

La mayoría de las viviendas de los participantes presentan buenas condiciones habitables, así tenemos el 57% están construidas sobre la base de ladrillos o cemento, el 68% tienen piso de cemento, el 79% de los techos de sus viviendas son de calamina, cemento o similares, el 91% tiene conexión de agua potable dentro de la vivienda, en el 73% los servicios higiénicos están dentro de las viviendas, y casi todos cuentan con servicio de electricidad.

Gráfico 59 Características de las Viviendas



6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones.

6.1.1.- Actualmente los jóvenes se dedican a múltiples oficios, así el 11% trabajan como empleadas del hogar, 4% se dedican a las ventas, otro 4% son mecánicos, el resto trabajan como criadores de animales, confeccionista de ropa, juguería, etc.

6.1.2.- Tomando como referencia los ingresos de los jóvenes que trabajan de manera dependiente, éstos tienen un sueldo promedio de S/. 778.00, mientras que el sueldo promedio de los que tienen sus negocios es de S/. 509.00

A su vez, las ventas promedio de los negocios ascienden a S/ 1,009. El 64% tienen ventas mensuales inferiores a S/. 1,000.00, un 27% entre S/. 1,000.00 y S/. 2,000.00 y sólo el 9% tienen ventas mensuales superiores a S/. 2,000.00.

6.1.3.- Según las características de los negocios, se percibe que son muy vulnerables. Sólo el 27% tiene RUC. Nadie cuenta con licencia de funcionamiento. No llevan libros contables, etc.

Asimismo, los negocios principalmente giran alrededor del comercio de bienes y servicios y el 92% de los jóvenes son los únicos dueños del negocio.

6.1.4.- Más de la mitad de los jóvenes indicó que financiaron sus negocios con sus propios recursos.

Sin embargo la mayoría (83%) respondió que el capital semilla de FONDOEMPLEO permitió financiar el inicio de su negocio.

El 70% de los negocios de los jóvenes tienen sus negocios dentro de las viviendas. El 61% trabaja de manera individual en sus negocios, mientras que el 39% tuvo ayuda de otras personas. Quienes trabajan para los jóvenes no cuentan con contrato y mayoritariamente, son familiares.

6-1.5.- Los principales clientes de los negocios familiares son clientes individuales o sus propias familias.

6.2 Recomendaciones.-

6.2.1.- Para proyectos de ésta naturaleza es importante contar con un proceso más detallado de selección de participantes. En algunos casos los jóvenes no continúan con el negocio emprendido debido a que interfiere con sus estudios (lo cual indica mayor valoración o costo de oportunidad más alto).

Es importante diferenciar entre los distintos tipos de emprendedores que existe entre los participantes, pues para cada caso se requerirá distintas estrategias y técnicas de entrenamientos o fortalecimiento.

6.2.2.- Según lo anterior, para algunos emprendedores, los planes de negocio serían de gran utilidad pero para otros emprendedores pudiera ser un ejercicio académico y poco práctico.

6.2.3.- Teniendo en cuenta que el proceso principal del proyecto pasa por desarrollar e implementar los planes de negocios elaborados y considerando que todo negocio requiere un proceso de maduración, es recomendable hacer una evaluación después de un año de haber iniciado el negocio, a fin de poder comprobar su estado de maduración.

6.2.4.- Este tipo de proyectos requiere actividades de inter-aprendizaje, es recomendable que se realicen talleres donde se presente casos de empresarios que expongan sus propias vivencias.

7. Lecciones aprendidas

Las encuestas socioeconómicas permiten tener un análisis de la situación actual de los participantes del proyecto, sin embargo, se requiere contar con un modelo de gestión que permita evaluar la continuidad y sostenibilidad futura de los negocio en marcha.

ANEXO METODOLÓGICO

Los pasos metodológicos que se desarrollaron en la evaluación del proyecto y el diagnóstico de beneficiarios, fueron i) la preparación de los procesos; sistematización documentaria; recolección de información primaria (trabajo de campo) y elaboración de Informes y presentación de los resultados.

- (i) Preparación de los procesos.
Se participó en dos talleres informativos convocados por FONDOEMPLEO para precisar los nuevos alcances de la evaluación y brindar pautas adicionales a las presentadas en los Términos de Referencia. Las instituciones evaluadoras aportaron indicadores para “homogenizar” instrumentos “comunes”.

En este paso se definieron y precisaron, en reuniones de coordinación con FONDOEMPLEO, los tiempos de ejecución de la evaluación. Se nos brindó también información documentaria del proyecto.

- (ii) Sistematización Documentaria.
Se revisó la documentación producida por el proyecto tales como: documento del proyecto, informes de trabajo mensuales, informes económicos, materiales de capacitación. Igualmente se revisó información bibliográfica referida a la naturaleza del estudio de evaluación y el proyecto.

Para el procesamiento de esta información secundaria se elaboraron matrices de registro y matrices de análisis.

- (iii) Recolección de información primaria
Se organizó en base a tres actividades principales:

- a) elaboración de instrumentos,
- b) ejecución del trabajo de campo,
- c) Procesamiento de la información.

a) *Elaboración de instrumentos.*

Se diseñaron instrumentos considerando los requerimientos de información de los proyectos del grupo 4:

Para los coordinadores/jefes de proyectos se elaboró un cuestionario tomando como base la matriz de criterios e indicadores de evaluación del proyecto, así como una ficha informativa sobre el personal del proyecto.

Para los beneficiarios, FONDOEMPLEO propuso una ficha socio-económica que fue consensuada con el equipo de ZOE, quien complementó sus contenidos.

Las fichas técnicas de los instrumentos elaborados son:

Para el personal responsable del proyecto

Ficha técnica del Cuestionario

Propósito/objetivo/finalidad	Obtener información de la institución a fin de determinar si los resultados se produjeron a costo eficiente y el grado de sostenibilidad probable de los logros obtenidos por el proyecto.
Temas abordados	<ul style="list-style-type: none"> ° Experiencia institucional en proyectos de desarrollo y de inserción laboral ° Presupuesto institucional/ presupuesto del proyecto ° Coordinación institucional con otros actores públicos y privados referentes al tema de inserción laboral ° Políticas regionales/locales referentes al tema de inserción laboral

Ficha Técnica de la Ficha informativa

Propósito/objetivo/finalidad	Obtener información sobre el equipo profesional y técnico institucional que trabajó en el proyecto y su experiencia en temas de capacitación/inserción laboral
Temas abordados	<ul style="list-style-type: none"> ° Nombres ° Profesión ° Responsabilidad asumida en el proyecto ° Experiencia profesional

Cuestionario para capacitadores

Propósito/objetivo/finalidad	Conocer percepciones de los capacitadores sobre el programa de capacitación ejecutado por el proyecto
Temas abordados	<ul style="list-style-type: none"> ° Aspectos positivos y dificultades ° Recomendaciones

Cuestionario para miembros del Jurado Concurso Planes de negocio

Propósito/objetivo/finalidad	Conocer percepciones de los miembros del jurado sobre el concurso de planes de negocio ejecutado por el proyecto
Temas abordados	<ul style="list-style-type: none"> ° Apreciación sobre los proyectos presentados ° Recomendaciones al proceso concursal

Para los Beneficiarios

Ficha Técnica de la Ficha Socioeconómica

Propósito/objetivo/finalidad	Conocer las características socioeconómicas, educativas, laborales de los beneficiarios y sus percepciones sobre los servicios brindados por del proyecto
Temas abordados	<ul style="list-style-type: none"> ° Características socio familiares del beneficiario ° Educación y capacitación para el trabajo ° Participación en el mercado de trabajo ° Ocupación principal ° Historia laboral ° Percepciones sobre el Proyecto

b) Ejecución de trabajo de campo

El principal propósito del trabajo de campo consistió en la aplicación de los Instrumentos elaborados y recojo de información de los beneficiarios del proyecto.

El trabajo de campo se realizó del 6 al 16 de julio.

En el caso de Tumbes se realizaron coordinaciones con la Sr. Luis Enrique Cueva Jiménez, que fue jefe del proyecto del CID en esta región. Igualmente brindó su apoyo en el la región de Piura, ofreciendo su colaboración para la ubicación de los beneficiarios. Pese a que el Sr. Cueva ya no labora para el CID, se mostró dispuesto a colaborar y nos brindó todo el apoyo a su alcance.

El personal que laboró en el trabajo de campo fue el siguiente:

Tumbes	Johnny Gómez Arrascue Jorge Vargas Arias Jorge Barreto Loarte	Supervisor Entrevistador Entrevistador
Piura	Silvia González Sanz Emilia Ramos Alvarado Delia Urbano Villafuerte	Supervisor Entrevistadora Entrevistador

La capacitación para ambos equipos de entrevistadores se llevó a cabo en la ciudad de Piura los días 2 y 3 de Julio desde las 10:00 am hasta las 16:00 pm. El primer día de la capacitación consistió en el llenado y desarrollo del cuestionario. En el segundo día se realizó un piloto del cuestionario y la revisión en grupo de los casos que se presentaron, asimismo se hizo entrega del material de campo y los listados de los beneficiarios.

El 6 de julio se inició la aplicación del instrumento.

La ficha socioeconómica de beneficiarios se aplicó a jóvenes entre 18 y 29 años de edad hombres y mujeres en situación de pobreza de las zonas urbanas marginales de las dos regiones del Proyecto, de las siguientes provincias y distritos:

Región	Provincia	Distritos
Tumbes	Tumbes	Tumbes Corrales La Cruz Pampa de hospital San Jacinto
	Zarumilla	Zarumilla Aguas Verdes
Piura	Piura	Piura Castilla Catacaos
	Sullana	Sullana

La muestra fue la siguiente:

Cuadro Muestra

Tipos de beneficiarios	Tumbes	Piura
Accedieron a Capital Semilla	50	51
Elaboraron Plan de Negocios	25	26
Fueron Capacitados	25	26

Los instrumentos se aplicaron a los siguientes informantes:

Cuadro Instrumentos aplicados e Informantes

Instrumento	Informante
Cuestionario Personal del Proyecto	° Directora Ejecutiva
Ficha informativa	
Ficha socioeconómica	° Jóvenes beneficiarios capacitados en emprendimiento
Cuestionario equipo de apoyo	° Capacitadores ° Miembros del jurado concurso planes de negocio

c. Procesamiento y análisis de la información

Con los datos del trabajo de campo se procedió a la consistenciación de la Ficha socioeconómica aplicada y a estructurar la información en función a tablas de variables y cruce de variables que nos proporcionará con mayor riqueza la información encontrada.

El análisis de la información fue realizado con rigor, profundidad y con un enfoque interdisciplinario, buscando de manera permanente la pertinencia y coherencia.

El análisis ha significado igualmente realizar un esfuerzo para relacionar las variables de tal suerte de contar con una mirada y una apreciación integradora del diagnóstico de beneficiarios.

Hemos, en correspondencia con la información, seleccionado lo más relevante de la riquísima y abundante información recogida, así como elaborado cuadros y gráficos que ilustren nuestros hallazgos e interpretaciones.

El procesamiento y análisis de la información comprendió las siguientes actividades:

- **Crítica-codificación.** La crítica permitió verificar la coherencia de la información captada en campo. La codificación consistió en la asignación de códigos a los datos, a los efectos de facilitar su posterior procesamiento electrónico.

- . Digitación. Implica el ingreso mecanizado de los datos de cada instrumento. Esta actividad se realizó a través del programa CSPRO. Este es un software especializado de ingreso de datos para encuestas y censos que permite incorporar los controles de consistencias, rangos, flujos de datos y las reglas pre establecidas de acuerdo al diseño del cuestionario.
- . Adicionalmente a la consistencia mecanizada en el ingreso de datos, se fijaron procedimientos que aseguraron la calidad de los datos a ingresar como la capacitación y asignación de carga óptima, al personal de digitación.
- . Consistencia. Se realizó la consistencia de la información, con la finalidad de asegurar que la información recopilada en campo sea coherente y consistente, eliminando errores manuales o mecánicos, productos del trabajo de campo o generados durante el procesamiento.
- . Plan de tabulación. Permitió establecer los cruces entre variables (cuantitativas, cualitativas) que a priori se consideraron las más importantes.
- . Generación de datos. Para la generación de los cuadros estadísticos se desarrollaron programas especiales utilizando el Paquete Estadístico SPSS (versión para windows15.0).
- . Análisis. Una vez generados los cuadros estadísticos se procedió a la selección de aquellos cuadros que presentaran la información más relevante para los objetivos del estudio para su análisis.

Sobre las entrevistas

En ambas regiones se contó con el apoyo del equipo del CID. Previo al inicio del trabajo de campo en la región de Tumbes se realizaron coordinaciones con el Sr. Luis Enrique Cueva Jiménez, que fue jefe del proyecto del CID en Tumbes (también apoyo en el departamento de Piura), para solicitarle información y apoyo para la ubicación de los beneficiarios. El Sr. Cueva ya no labora para el CID, pero aun así se mostró dispuesto a colaborar y nos brindó todo el apoyo a su alcance.

A los beneficiarios de las zonas rurales, fue más fácil ubicarlos ya que todos se conocen en el poblado, además la información que brindan es de mejor calidad en comparación con los beneficiarios de zonas urbanas, que se muestran más reacios a contestar.

Documentación Revisada

Enviada por FONDOEMPLEO

- . Descripción del proyecto
- . Presupuesto del proyecto
- . Informes mensuales de actividades: marzo 2012 – enero 2013
- . Informe financiero
- . Relación de beneficiarios

Enviada por la institución ejecutora

- . Directorio de beneficiarios
- . Informe financiero completo
- . Informe final del proyecto