

# **ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL**

## **GRUPO 3**

**Evaluación Final del  
Proyecto :**

**C-12-30**

**Lima, Diciembre de 2014**

**Consultor: Victor Hugo Bullon Calderon**



## ÍNDICE

1. Resumen Ejecutivo	3
2. Introducción.	5
3. Análisis de Resultados.	9
3.1 Análisis de Pertinencia de la Propuesta.	9
3.2 Análisis de Ejecución.	10
3.3 Resultados Estudio Evaluación Final y Comparativo Línea de Base.	14
3.4 Análisis de Impacto Potencial.	28
4. Sostenibilidad de la Propuesta.	30
5. Lecciones Aprendidas.	30
6. Conclusiones y Recomendaciones.	31
7. Bibliografía.	33
8. Anexos.	33

# PROYECTO “*JÓVENES EMPRENDEN NEGOCIOS EXITOSOS EN LA REGIÓN PUNO*” (JENE-PUNO)

## ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL

### 1. RESUMEN EJECUTIVO

El Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo-FONDOEMPLEO, en el cumplimiento de su misión, encargó a SASE Consultores, la evaluación final de este proyecto: “*Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Puno (JENE-PUNO)*”, proyecto C-12-30 de la convocatoria N° 12, del año 2012.

Proyecto diseñado para facilitar y lograr que “*Jóvenes de escasos recursos con vocación emprendedora desarrollen competencias para crear y/o fortalecer emprendimientos acordes a las oportunidades económicas de la Región Puno*”. Se dirigió a jóvenes entre 18 a 29 años de edad, de escasos recursos económicos.

Propuso en su marco lógico, los siguientes indicadores de Fin y Propósito: “Disminución de la tasa de desempleo - Incremento del nivel de ingresos, 560 jóvenes promocionados, 380 capacitados en ideas de negocio, 280 capacitados en planes de negocio, 120 planes de negocios son asistidos y 76 negocios juveniles en marcha”.

Para lograr su propósito y el fin propuesto: “*Jóvenes puneños con vocación emprendedora aumentan sus ingresos y mejoran sus condiciones de vida accediendo al autoempleo digno y formal*”, desarrolló tres componentes: 1° Promoción y formación de jóvenes emprendedores, 2° Articulación de jóvenes emprendedores a mercados locales, y 3° Gestión del proyecto.

Concluido el proyecto, se logró promocionar a 652 jóvenes, capacitar a 363 en “Ideas de Negocio” y 276 en “Planes de Negocio”, brindar asistencia técnica a 120 jóvenes y declarar ganadores a 76 Planes de Negocio, entregándoseles el Kit Emprendedor a los jóvenes beneficiarios que los presentaron.

El primer componente permitió promocionar el proyecto y convocar, focalizar, evaluar, capacitar y asesorar técnicamente a los jóvenes beneficiarios. En el caso del segundo componente, luego también de un proceso de capacitación y asesoramiento en temas de comercialización, formalización, financiamiento, difusión, se entregó el Capital Semilla (Kit emprendedor) y se les apoyó en la implementación. También, se promovieron Ferias de Productos y Servicios.

Para cumplir con los objetivos de este estudio, se ha utilizado una metodología que facilitó obtener información de carácter cuantitativo y de carácter cualitativo; tanto de fuentes primarias como de secundarias. Se emplearon diferentes instrumentos, entre ellos, entrevistas, encuestas, grupos focales; incluyéndose a los diferentes actores del proyecto.

Junto a las entrevistas realizadas se elaboró y aplicó encuestas a 106 beneficiarios, jóvenes emprendedores que fueron seleccionados para participar como beneficiarios del

Proyecto. La evaluación se guió por los criterios de relevancia, efectividad, eficiencia, efectos, aproximación al impacto y a la sostenibilidad, asociación y coordinación; y replicabilidad.

Los principales resultados obtenidos con el Estudio de Evaluación Final, denotan que se produjeron cambios sustanciales a favor de los jóvenes estudiantes; entre ellos: Las ventas aproximadas promedio, tanto para las temporadas altas, normales y bajas, ascienden respecto de la Línea de Base hacia el Estudio de Evaluación Final: en las ventas anuales de 4 134.40 a 53 020 nuevos soles, para las ventas mensuales de 972.9 a 4 418.33 nuevos.

Las ganancias aproximadas o saldos con los que se queda el participante del proyecto, en las temporadas altas, normales y bajas, ascienden también de la Línea de Base hacia la Evaluación Final: En utilidad de 702.20 a 43 220 nuevos soles, y para las ganancias mensuales de 334.9 a 3 601.67 nuevos soles. Los valores promedio de los activos según la Línea de Base es de 3 358.7 nuevos soles y en la evaluación final los activos son en promedio, 12 024 nuevos soles.

También, en cuanto a la rama de actividad económica en la que estuvieron laborando los participantes, según el ELB, el 56% de los beneficiarios se desempeñaba en el rubro manufactura, el 22% en el sector servicios y el 22% en agricultura. Según el EEF, es comercio el sector más destacado, alcanzando el 55.6%; lo sigue el sector servicios con 22.2%; y los sectores manufactura y transporte con 11.1%. Se ha dado un significativo cambio.

Los encuestados en el Estudio de Evaluación Final, afirman que crean su negocio, en primer lugar porque querían ser independientes y obtener ingresos como tales (88%) y por tener el control de su tiempo (15.4%). En la Línea de Base, el 44.4% porque obtiene mayores ingresos, el 33.3% por el control de su tiempo y un restante 33% por tradición familiar.

Es muy significativo también que en lo que se refiere a los criterios tomados para determinar el precio del producto, en la Línea de Base el 50% opinó que el elemento más importante para tomar dicha decisión, radica en lo que el cliente esté dispuesto a pagar; mientras que en el Estudio de Evaluación Final, la determinación del precio del producto es por los costos de producción en un 75%. Un trascendente cambio en su enfoque de gestión del negocio.

Respecto a su participación directa en el Proyecto, el 93.1% afirman haber elaborado el Plan de Negocios y el 86.3% participado en el concurso para obtener capital semilla; sólo el 52.4% lo obtuvo. De ellos, el 88.4%, asevera que el capital semilla lo invirtieron en el negocio, el 4.7% indica que lo gastó en otras actividades. El 50% manifiesta que no ha implementado su plan de negocios, sí lo ha implementado el 27.5% y lo está implementando el 22.5%. En cuanto a los planes a futuro para su negocio, 55.6% indicó que buscará expandir la producción, el 36.1%, que buscará crear nuevas líneas de productos.

Las actividades del proyecto se desarrollaron acorde con la programación establecida, su diseño respondió a las necesidades y características de la realidad de los jóvenes de

la zona; a pesar de ello, la meta final y trascendente del proyecto: culminarlo, dejando 76 negocios juveniles en marcha, implementados y vendiendo sus productos y/o servicios”, fue alcanzada sólo parcialmente.

Entre las dificultades más notorias, se cuentan además del retraso en el inicio planificado del Proyecto; y como consecuencia de ello, la presencia de graves complicaciones en la fase de focalización y evaluación, que repercutieron en el momento de encontrar a los jóvenes, que reunían el perfil óptimo para participar como beneficiarios del proyecto.

Junto con ello, la demora excesiva en conformar el equipo de gestión del Proyecto y el poco efecto, de las acciones que se realizaron para promocionar el autoempleo juvenil como opción de desarrollo en la región, considerando especialmente la idiosincrasia de los jóvenes puneños.

Favorecieron el desarrollo y sostenibilidad del Proyecto, la experiencia del Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra”, su conocimiento de la institucionalidad de la región y su vinculación con ella; además, las alianzas estratégicas establecidas y las decisiones que se tomaron para adaptar el proyecto y superar las limitaciones.

Se han generado casos de notorio éxito que seguirán fortaleciéndose y creciendo con el paso de los meses; hay otros negocios en los que la variable familiar, les confiere grandes posibilidades de éxito e impacto en el tiempo; sin dudas, el Capital Semilla entregado rendirá aún más frutos. Y los efectos del Proyecto perdurarán.

Adicionalmente, efectos colaterales importantes contribuyen a su impacto: el alto nivel de satisfacción de los jóvenes, respecto a la capacitación recibida y a los beneficios obtenidos para su liderazgo personal, su incursión en los negocios y la posibilidad de generarse su propio empleo; abonan en su proyección.

Se tuvo una ejecución presupuestal de S/. 686,062.38 (81.30% de lo programado). El retraso de varios meses en el inicio del proyecto y la contratación tardía e insuficiente del equipo técnico administrativo del Proyecto, generaron esta deficiencia.

## **2. INTRODUCCIÓN**

El Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo - FONDO EMPLEO tiene como misión promover la capacitación laboral y formación profesional, con énfasis en la población vulnerable; promover el empleo digno y productivo; promover proyectos que permitan la mejora o incremento de ingresos o remuneraciones; y fortalecer y desarrollar de manera permanente las capacidades de los trabajadores. Para contribuir al cumplimiento de esta misión FONDOEMPLEO, desde 1998, selecciona y financia, a través de concursos, los mejores proyectos presentados a nivel nacional; en cuanto a calidad en su formulación y viabilidad en la consecución de mejoras apreciables en empleabilidad, productividad y empleo.

En esa perspectiva, uno de los proyectos ganadores del 12 Concurso es el C-12-30: “JÓVENES EMPRENDEN NEGOCIOS EXITOSOS EN LA REGIÓN PUNO” (JENE-PUNO), ejecutado por el Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra”. Como parte de sus procesos regulares de evaluación, FONDOEMPLEO programó la

elaboración de un Estudio de Línea de Base (ELB) y uno de Evaluación Final (EEF), para determinar los efectos que la intervención generaría en los diferentes actores del proyecto, analizar la pertinencia, relevancia y sostenibilidad de la intervención e identificar, las buenas prácticas, limitaciones y lecciones aprendidas de su ejecución.

El presente Estudio de Evaluación Final del Proyecto C-12-30, ha identificado el nivel de logro de los objetivos del proyecto, mediante el análisis de los resultados obtenidos en relación a los esperados, señalando la pertinencia e innovación de su estrategia, para el logro de metas y objetivos; ha precisado su efecto en los diferentes actores, la sostenibilidad de la intervención realizada, las lecciones aprendidas, así como también los factores facilitadores y limitantes que enfrentó el proyecto en su ejecución.

El Estudio de Evaluación Final, se inició con la revisión del proyecto que presentara el Programa “Jóvenes a la Obra” a FONDOEMPLEO y de un conjunto de documentos vinculados a su ejecución y supervisión, incluyéndose entre ellos, también el Estudio de Línea de Base y el Informe Final del proyecto.

Continuó luego, con la visita programada a la zona en que se ejecutó: las provincias de Puno y San Román, distritos de Puno, Acora, Juliaca y Coracoto.

Se entrevistó al Sub Gerente de Promoción Empresarial y Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Puno, al Regidor y Responsable de Imagen de la Oficina de Imagen de la Municipalidad de Acora, al Sub Gerente de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Caracoto, al Gerente del Mall Real Plaza de Juliaca, a beneficiarios en sus negocios y domicilios, entre otros.

Junto a las entrevistas realizadas se elaboró y aplicó encuesta a 106 beneficiarios, jóvenes que participaron en las diversas actividades del proyecto (superando la muestra estimada al inicio del estudio, en la Línea de Base, cuyo tamaño correspondía a 77 beneficiarios). El joven participante en cualquiera de las fases del proceso, ha sido la unidad de muestreo y de información.

Adicionalmente, y con el objetivo de completar la recolección de información a procesarse para el presente estudio, se desarrollaron 2 grupos focales con jóvenes beneficiarios: el primero en la ciudad de Juliaca y el segundo en la ciudad de Puno.

El siguiente cuadro muestra información resumen de las características del proyecto:

**Cuadro N° 1**  
**Ficha del Proyecto**

<b>Nombre del Proyecto:</b> Jóvenes emprenden negocios exitosos en la región Puno (JENE-Puno)	
<b>Institución Ejecutora:</b> Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra”	
<b>Fecha de Fundación:</b> (*) 20 de agosto de 2011 <sup>1</sup>	
<b>Presupuesto promedio anual 2006-2010</b> (*)	2010: S/. 35'964,573.00 2011: S/. 45'475,575.00
<b>Instituciones colaboradoras o asociadas:</b> -	
<b>Propósito del Proyecto:</b> Jóvenes de escasos recursos con vocación emprendedora desarrollan competencias para crear y/o fortalecer emprendimientos acordes a las oportunidades económicas de la región Puno.	
<b>Población Beneficiaria:</b> 120 jóvenes puneños gestionan e implementan sus planes de negocio.	
<b>Ámbito de ejecución del Proyecto:</b>	<b>Región:</b> Puno
<b>Provincias:</b> Puno y San Román.	
<b>Distritos:</b> Puno, Acora, Juliaca, Coracoto.	
<b>Presupuesto del Proyecto:</b>	S/. 843,430.16
<b>Monto solicitado a FONDOEMPLEO</b>	S/. 612,098.21
<b>Fuente 1:</b> Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y Promoción del Empleo (MTPE).	S/. 231,331.95

El Proyecto “*Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Puno (JENE-PUNO)*”, apunta a que “Jóvenes puneños con vocación emprendedora aumentan sus ingresos y mejoran sus condiciones de vida accediendo al autoempleo digno y formal”.

Los Componentes a desarrollar para alcanzar el fin y propósito planteados, son tres: Promoción y Formación de Jóvenes Emprendedores, el primero; Articulación de Jóvenes Emprendedores a Mercados Locales, el segundo y Gestión del Proyecto, el tercero.

Sus actividades principales fueron: Promoción, Focalización y Motivación de Jóvenes Emprendedores; Capacitación en Ideas de Negocio (IdN); Capacitación en Planes de Negocio (PdN); Concurso de Planes de Negocio y Pasantía; en el primer caso.

<sup>1</sup>Se viene trabajando en similar situación desde 1996 con el Programa Pro Joven

Articulación para el Plan de Negocio; Articulación Comercial; Uso de Tics y Medios de Promoción y Puesta en Marcha del Negocio; en el segundo caso.

En el cuadro N° 2 puede observarse el detalle, incluidos los Indicadores Objetivamente Verificables (IOV).

**Cuadro N° 2  
Fin, Propósito, Componentes e Indicadores del Proyecto**

Objetivo	Indicador
Finalidad	Impacto
Jóvenes puneños con vocación emprendedora aumentan sus ingresos y mejoran sus condiciones de vida accediendo al autoempleo digno y formal.	Disminución de la tasa de desempleo. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento del nivel de ingresos</li> </ul>
Propósito	Efecto
Jóvenes puneños, de escasos recursos económicos con idea de negocio desarrollan competencias para crear y/o fortalecer sus emprendimientos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 560 jóvenes promocionados</li> <li>• 380 capacitados en ideas de negocio</li> <li>• 280 capacitados en planes de negocio</li> <li>• 120 planes de negocios son asistidos</li> <li>• 76 negocios juveniles en marcha</li> </ul>
Componentes	Indicadores de producto
1. Promoción y formación de jóvenes emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 560 jóvenes son evaluados en su vocación y capacidad emprendedora.</li> <li>• 380 jóvenes con vocación emprendedoras inician formación básica en ideas de negocio</li> </ul>
2. Articulación de jóvenes emprendedores a mercados locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 120 planes de negocio de beneficiarios aprueban evaluación crediticia y establecen contacto con proveedores y competidores</li> <li>• 90 jóvenes acceden a crédito emprendedor</li> <li>• 76 jóvenes implementan sus negocios con kits del proyecto</li> </ul>
3. Gestión del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 06 informes trimestrales.</li> <li>• 02 informe de sistematización del proyecto</li> <li>• 03 informes de evidencia del proyecto</li> </ul>

Según los ejecutores del proyecto “*Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Puno (JENE-PUNO)*”; y lo que hemos podido constatar, el proyecto se ha desarrollado con ciertas restricciones. Tal como lo expresan en su Informe Final, al señalar las limitaciones encontradas:

- ✓ *Capital semilla de 1,600.00, muy pequeño, para la gran mayoría de negocios de nuestra región, lo que ha cubierto una parte mínima del total de la inversión del plan de negocio, dificultando la inmediata implementación del negocio y que muchos padres de familia no asumieron los compromisos de apoyar a sus hijos, muy al contrario manifestaron su rechazo para la puesta en marcha del negocio.*



- ✓ *Jóvenes beneficiarios que se encuentran cursando estudios superiores ya sea en tecnológicos y/o universitarios, que ha limitado el buen funcionamiento de los negocios debido al poco tiempo siendo prioridad los estudios frente al negocio, presentándose esta situación con mayor incidencia en el distrito de Puno donde se concentra la mayor población estudiantil superior.*
- ✓ *Asistencia técnica muy cortas debido al limitado presupuesto, lo que ha dificultado incidir rigurosamente en el fortalecimiento del proceso de ventas.*
- ✓ *Actitud limitada de jóvenes universitarios para asumir responsabilidades de un emprendedor en la marcha del negocio por incompatibilidad de los negocios con el proyecto de vida, lo que viene limitando el funcionamiento de los negocios.*
- ✓ *Influencia negativa de padres de familia sobre todo del área rural (Acora y Caracoto) para el no emprendimiento (funcionamiento) de negocios de sus hijos emprendedores, prefiriendo que trabajen o estudien para ocupar un puesto laboral.*

Se menciona también un aspecto favorable:

- ✓ *Jóvenes que no estudian ni trabajan inician el negocio con gran entusiasmo, el mismo que forma parte de su ingreso diario para su sobrevivencia y seguir superándose.*

### **3. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

#### **3.1. Análisis de Pertinencia de la Propuesta**

El problema central definido en el Proyecto “*Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Puno (JENE-PUNO)*”, fue el “Bajo nivel de desarrollo de competencias emprendedoras de los jóvenes puneños limita el desarrollo de empleos independientes sostenibles de las provincias de San Román y Puno”; como causas se plantearon la “Limitada estimulación y reconocimiento de la vocación y aptitud potencial de los jóvenes emprendedores” y el “Escaso acceso al crédito en los mercados financieros, para el inicio de negocios por jóvenes emprendedores”.

Asimismo, se identificaron otras como: “Limitada estimulación y reconocimiento de la vocación y aptitud potencial de los jóvenes emprendedores”, “Escasa dirección de planes de negocios originando informalidad y poca sostenibilidad de negocios emprendedores”, “Falta de capacitación en planes de negocios dirigido a jóvenes con vocación emprendedora”, “Escaso desarrollo en aptitudes y conocimientos de emprendimiento”.

También, “Inadecuado manejo de la dinámica local de agentes y demás involucrados en el mercado de los planes de negocios en la región de Puno”, “Bajos niveles de acceso de los jóvenes emprendedores a los mercados financieros, de servicios y comerciales” y “Escasa información de los jóvenes emprendedores que minimice los riesgos de la implementación y arranque de negocios”.

Como objetivo principal se propuso “Impulsar el desarrollo de competencias emprendedoras de los jóvenes puneños fortaleciendo sus iniciativas y negocios en empleos independientes sostenibles de las provincias de San Román y Puno”. Para

lograrlo, se planteó “Promover, reconocer y fortalecer la vocación y aptitud potencial de los jóvenes emprendedores”, “Informar y asesorar sobre el acceso al crédito en los mercados financieros, para el inicio de negocios de los jóvenes emprendedores.”, “Impulsar la formulación de planes de negocios hacia la formalidad, financiamiento y sostenibilidad de negocios emprendedores” y “Promover la capacitación de gestión en planes de negocios dirigido a jóvenes con vocación emprendedora”.

Se planteó además, “Fortalecer y motivar el desarrollo de aptitudes y conocimientos de emprendimiento de los jóvenes puneños”, “Incrementar los niveles de confianza, de los jóvenes puneños, en iniciar negocios emprendedores sostenibles”, “Adecuado manejo de la dinámica local de agentes y demás involucrados en el mercado de los planes de negocios en la región de Puno”, “Incrementar el acceso de los jóvenes emprendedores a los mercados financieros, de servicios y comerciales”, y “Promover y proporcionar información de los jóvenes emprendedores que minimice los riesgos de la implementación y arranque de negocios”.

Se ha podido constatar, en la perspectiva del tiempo de ejecución del proyecto, que el diseño propuesto fue pertinente; siendo sí afectado negativamente por aspectos vinculados al retraso en el inicio efectivo del proyecto y a la disponibilidad oportuna de financiamiento.

El proceso y actividades planteadas, con su incidencia directa en trabajar la vocación emprendedora de los jóvenes para desarrollar aptitudes y conocimientos vinculados con el rol emprendedor, así como en su capacidad para elaborar y gestionar Planes de Negocios; trazó el camino correcto a seguir. Los inconvenientes surgieron también, en la implementación de las fases de focalización y evaluación de los aspirantes a beneficiarios.

### **3.2. Análisis de Ejecución**

Se buscó lograr que 560 jóvenes fueran evaluados en su vocación y capacidad emprendedora, 380 capacitados en ideas de negocio, 280 capacitados en planes de negocio, asistir 120 planes de negocios y poner en marcha 76 negocios juveniles. (Indicadores de Propósito).

Se logró acreditar y evaluar psicológicamente a 500 jóvenes; 363 se capacitaron en ideas de negocio y 276 en planes de negocio; se asistió 120 planes de negocio y se entregó capital semilla a 76 emprendedores.

Adicionalmente, los 76 obtuvieron RUC y licencia de funcionamiento; de ellos, 21 negocios lo tienen activo y 55 le dieron de baja temporal, hasta incrementar las ventas y según la necesidad solicitar ante la SUNAT el reinicio de operaciones comerciales.

El siguiente cuadro resumen presenta los componentes del proyecto, así como las actividades e indicadores que buscó alcanzar:

### Cuadro N° 3 Componentes, Actividades e Indicadores del Proyecto

#### Componente 1: Promoción y Formación de jóvenes emprendedores (1-4 meses)

Objetivo	Indicador
<b>1.1 Promoción, focalización y motivación de jóvenes emprendedores</b>	
1.1.1 Promocionar el autoempleo juvenil como opción de desarrollo en la región	8 reuniones con autoridades y líderes locales (2 en cada distrito)
1.1.2 Promoción y focalización de la intervención	4 campañas de promoción y focalización (2 x prov.) 560 jóvenes entrevistados y evaluados socioeconómica y psicológicamente 500 jóvenes acreditados
1.1.3 Clínicas con vocación emprendedora	500 jóvenes asisten a clínicas empresariales en 4 localidades de las provincias de Puno y San Román.
<b>1.2 Capacitación en Ideas de Negocio (IdN)</b>	
1.3.2 Tutoría y apoyo al joven en capacitación	57 sesiones CEPs (Características Emprendedoras Personales) 600 horas de apoyo y asistencia a jóvenes
1.2.1 Curso de Ideas de Negocio	19 aulas (380 jóvenes) inician cursos de capacitación en IdN 280 jóvenes concluyen capacitación en IdN
<b>1.3 Capacitación en Planes de Negocio (PdN)</b>	
1.3.1. Capacitación en planes de negocio	14 aulas inician cursos de capacitación en PdN 280 jóvenes concluyen capacitación en PdN
1.3.2 Asistencia técnica formulación planes de negocio	38 sesiones grupales (dos por salón) 560 sesiones individuales (dos por alumno)
1.3.3 Actividades de formación transversal	84 sesiones en módulos transversales (1 por aula) 560 Sesiones de asistencia motivacional a jóvenes (2 x beneficiarios)
<b>1.4 Concurso Planes de Negocio</b>	
1.4.1. Difusión y compromiso de autoridades	2 reuniones con autoridades locales para definir los jurados para el concurso (uno por provincia)
1.4.2 Evento de calificación	2 eventos de Concurso de Planes de Negocio (uno por provincia)
<b>1.5 Pasantía</b>	
1.5.1 Jornadas de pasantías de motivación	76 jóvenes realizan pasantías de motivación

#### Componente 2: Articulación de jóvenes Emprendedores a Mercados Locales (mes 4 al 9)

Objetivo	Indicador
<b>2.1 Articulación para el plan de negocio</b>	
2.1.1 Asistencia técnica para financiamiento del plan de negocio	240 sesiones de asistencias técnicas individuales
2.1.2 Feria de planes de negocio	2 ferias de financiamiento de planes de negocio 6 Instituciones financieras participantes 120 jóvenes participantes
<b>2.2 Articulación comercial</b>	
2.2.1 Asistencia técnica y acompañamiento en mercados donde compiten	28 sesiones de asistencia técnica individual (x salones), 240 sesiones individuales y/o horas de asistencia 120 directorios de competidores
2.2.2 Asistencia técnica y acompañamiento para proveedores según rubro de producción	28 sesiones grupales 240 sesiones individuales y/o horas de asistencia 120 expedientes presentados
<b>2.3 Uso de Tics y medios de promoción</b>	
2.3.1 Alfabetización digital	45 sesiones de capacitación 120 jóvenes asistidos
2.3.3 Uso de otros medios de difusión	120 jóvenes asistidos 90 planes de difusión elaborados
2.3.4 Feria de productos y servicios "Jóvenes	2 ferias de venta/ promoción de servicios

Emprendedores Puneños"	90 jóvenes participantes
<b>2.4 Puesta en marcha del negocio</b>	
2.4.1 Entrega capital semilla (kit emprendedor) y apoyo en la implementación del negocio	76 jóvenes reciben kit emprendedor 76 jóvenes compran activos y materiales con créditos 76 jóvenes implementan sus negocios
2.4.2 Asistencia técnica y gestión comercial en ventas	6 horas por joven asistido (120 jóvenes)
2.4.3 Asistencia en la formalización de los negocios	228 sesiones individuales y/o horas de asistencia (3 por beneficiario) 76 de expedientes presentados

### Componente 3: Gestión del proyecto

Objetivo	Indicador
<b>6.1 Personal</b>	
6.1.1 Constitución de equipo	01 Equipo constituido por 04 profesionales y técnicos
6.1.2 Mantenimiento de equipo	Pago de 18 meses de equipo del proyecto
<b>6.2 Equipamiento y mantenimiento de oficina</b>	
6.2.1 Equipamiento de oficina	3 Equipos: computadora, impresora, máquina fotográfica 2 Muebles: escritorios, sillas
<b>6.3 Gastos de funcionamiento</b>	
6.3.1 Pasajes y viáticos de supervisión interna	6 Seguimiento trimestral del proyecto durante 18 meses
6.3.2 Traslado del coordinador del proyecto y asistente administrativo a Lima	6 coordinaciones trimestrales con la sede central
<b>6.3.3 Gastos de supervisión capacitación</b>	
6.3.3.1 Supervisión de la capacitación y demás servicios IdN	19 supervisiones iníciales 19 supervisiones de proceso 380 encuestas de satisfacción a jóvenes
6.3.3.2 Supervisión PdN de la capacitación y demás servicios	28 informes de supervisión a capacitación 14 informes administrativos de la capacitación 140 encuestas de satisfacción a jóvenes (50%)
<b>6.4 Gastos administrativos</b>	
6.4.1 Informes de gestión interna	9 Informes bi mensual de supervisión interna 3 Informes semestrales de auditoría interna
<b>6.5 Sistematización del proyecto</b>	
6.5.1 Documento de sistematización	1 reporte de sistematización del proyecto
6.5.2 Actualización de padrón de beneficiarios, de consultores, y de negocios	02 Informes semestrales de consultores y negocios 06 informes de estado de beneficiarios
6.5.3 Registro del Proyecto	2 informes de evidencia del proyecto

En el marco del primer componente y sus 5 actividades programadas, se realizaron:

- ✓ 8 Reuniones con autoridades y líderes locales.
- ✓ 4 campañas de promoción y focalización, una en cada distrito de intervención.
- ✓ Focalización y registro de información socioeconómica y psicológica de 712 jóvenes, representan el 127%.
- ✓ 9 talleres (2 en Acora, 2 en Puno, 2 en Caracoto y 3 en Juliaca), con una participación de 586 jóvenes asistentes lo que representa un logro del 104.6%.
- ✓ Evaluación psicológica a 562 jóvenes que representan el 100.4% de avance.

- ✓ 600 horas de capacitación en CEPS (19 aulas), cumpliendo el 100% de esta actividad.
- ✓ Se inició capacitación (IdN) con 380 jóvenes, 363 beneficiarios y 17 en calidad de alumnos libres.
- ✓ Capacitación de 276 jóvenes (PdN), constituyen el 98.6% de la meta.
- ✓ 28 sesiones grupales, lo que representa el 100% de cumplimiento.
- ✓ 449 sesiones individuales, lo que representa el 80.2% de cumplimiento.
- ✓ 84 sesiones de módulos transversales lográndose el 100% y 560 sesiones individuales alcanzando al 100% de la meta programa.
- ✓ 2 reuniones de coordinación con los aliados, en los Distritos de Juliaca y Puno.
- ✓ 4 eventos de concurso de planes de negocio, cumpliéndose esta actividad al 100%.
- ✓ 2 Jornadas de Charlas Emprendedoras: 250 jóvenes participan.

Ya en el Componente 2 y sus 4 actividades, se lograron ejecutar:

- ✓ 18 sesiones grupales de capacitación y 360 sesiones individuales de asesoría técnica.
- ✓ 3 Jornadas de Charlas de Financiamiento, con la participación de 160 jóvenes y 6 Instituciones Financieras programadas.
- ✓ 30 sesiones grupales donde participaron 71 jóvenes a los que se asistió técnicamente en la elaboración del Plan de Mercadeo.
- ✓ 3 sesiones grupales a 71 jóvenes y 2 sesiones por joven, lográndose fortalecer capacidades en gestión de proveedores a 71 jóvenes emprendedores, lo que representa el 93.4% de cumplimiento de la meta programada.
- ✓ Presentación de 91 Planes de Difusión. Asistencia Técnica a 120 jóvenes.
- ✓ Participación de 66 negocios en la III FERIA DE EXPOSICION AGROPECUARIA, ARTESANAL Y ARGROINDUSTRIAL DEL SUR DEL PERU - FEGASUR 2014, en la FERIA DE EXPOSICION Y PROMOCION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, en la exposición y promoción de productos a nivel Local en el Distrito de Acora y en la Exposición, Promoción, Difusión y Comercialización de Productos y Servicio de los Negocios de los Jóvenes Emprendedores, en las instalaciones del Centro Comercial REAL PLAZA JULIACA.
- ✓ Entrega de Kit Emprendedor (Capital Semilla) a 76 jóvenes beneficiarios del proyecto, alcanzándose el 100% de la meta propuesta.
- ✓ Asistencia Técnica en Gestión Comercial en Ventas a 72 emprendedores jóvenes.
- ✓ También, 3 asistencias guiadas de una hora cada uno, recibiendo en total cada joven, 3 horas de asesoría en procedimientos para la obtención del RUC y la Licencia de Funcionamiento.
- ✓ Los negocios de los 76 jóvenes, tienen RUC y Licencia de Funcionamiento.

Como podemos apreciar, las actividades programadas se realizaron de acuerdo a lo previsto; también las metas fueron alcanzadas a lo largo del proceso. Sin embargo, pudo constatarse en la visita realizada, que la meta final y trascendente del proyecto: Impulsar 76 negocios juveniles en marcha, es decir culminar el proceso dejando estos negocios implementados y vendiendo sus productos y/o servicios”, fue alcanzada sólo parcialmente. Realizados los ajustes recomendados, en un nuevo proyecto, será posible superarla.

Las principales dificultades, tuvieron que ver con el notorio retraso en la contratación del responsable del proyecto y en la habilitación de la transferencia a la cuenta del proyecto (aproximadamente 4 meses). También, con la conformación y permanencia temporal del equipo básico responsable de su implementación.

Como es natural, la demora ocasionada y la exigencia del cumplimiento de plazos, tuvo sus consecuencias negativas. Lamentablemente, en la “Actividad de Promoción, Focalización y Motivación de Jóvenes Emprendedores”, que enfrentó como principal limitación, el tiempo reducido para la delicada misión de determinar primero, a aquellos jóvenes que reunían el perfil óptimo para participar del proyecto.

Las diversas acciones realizadas para promocionar el autoempleo juvenil como opción de desarrollo en la región, considerando especialmente la idiosincrasia de los jóvenes puneños, resultaron insuficientes; así mismo, la Evaluación Psicológica del Postulante y la Selección de Beneficiarios desarrolladas, 2 acciones estratégicas para la ejecución exitosa del proyecto; y que al final fueron decisivas en la obtención de resultados sólo parciales.

Entre los factores que favorecieron el desarrollo del proyecto, es significativo destacar el Know How del Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra” del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, su conocimiento de la institucionalidad de la región y su vinculación con ella; además de la experiencia de su Coordinadora en proyectos similares y las decisiones que se tomaron para adaptar el proyecto y enfrentarlas limitaciones existentes.

En cuanto a los supuestos, fueron formulados adecuadamente y se cumplieron los relacionados al entorno y aspectos vinculados con la capacitación juvenil; en menor grado, los referidos a la esperada sensibilización de los jóvenes hacia el autoempleo digno y formal, su compromiso con los Planes de Negocio y sus negocios, su nivel de motivación empresarial, la utilización de los recursos del Proyecto en sus negocios y el financiamiento oportuno del Proyecto.

El presupuesto asignado al proyecto, se ejecutó sólo en un 81.3% (S/. 686,062.38) de lo que fue programado (S/. 843,430.16). La ejecución presupuestal de la fuente de JÓVENES A LA OBRA alcanzó solamente el 68.3% (158,067.24) de lo establecido (S/. 231,331.95). La fuente de FONDOEMPLEO, fue utilizada en un 86.3% (527,995.14) de lo establecido (S/. 612,098.21).

La razón principal, de no haber utilizado el 19.3% de lo presupuestado, ha tenido que ver con el retraso de varios meses en el inicio del proyecto, la contratación tardía e insuficiente del equipo técnico administrativo del Proyecto y algunos trámites propios de la administración pública.

### **3.3. Resultados Estudio Evaluación Final y Comparativo Línea de Base**

Los hallazgos del Estudio de Evaluación Final, comparados además con los resultados del estudio de Línea de Base desarrollado, proporcionan significativa información para comprender los alcances y repercusiones de la intervención realizada, con el proyecto “Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Puno (JENE-PUNO)”.

De los 106 encuestados para realizar el primer estudio, se logró encuestar ahora al final del proyecto, a 75 participantes que representan el 70.8% de la muestra inicial. El 29.2% fue remplazado, teniéndose 31 nuevos encuestados.

### 3.3.1. Características Generales de los Beneficiarios

El porcentaje de hombres y de mujeres, que responden la Encuesta de Línea de Base y la Encuesta de Evaluación Final, se mantiene inalterable. (Ver Cuadro N° 1).

**Cuadro N° 1**  
**Sexo de Beneficiarios (%)**

	Línea de Base	Evaluación Final
<b>Sexo</b>		
Hombre	38.7%	38.7%
Mujeres	61.3%	61.3%
Total (%)	100.0%	100.0%
Número de casos	106	106

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

### 3.3.2. Educación y Capacitación para el Trabajo

El 26.4% de los beneficiarios encuestados, estudiaron Curso de Formación Técnica durante el desarrollo del Proyecto. (Ver cuadro N° 2).

**Cuadro N° 2**  
**Beneficiarios que estudiaron Curso de Formación Técnica.**

	Evaluación Final
<b>% de beneficiarios que ha estudiado un curso de formación técnica</b>	29.2%
Número de casos	31

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

El 58.1% de ellos, estudió Curso de Formación Técnica en Instituto de Formación Superior, el 25.8%, en el CETPRO. (Ver Cuadro N° 3).

**Cuadro N° 3**  
**Institución en que dictó Curso de Formación Técnica**

Institución	Frecuencia	%
Universidad	1	3.2
Instituto de Educación Superior	18	58.1
CETPRO	8	25.8
Municipalidad	3	9.7
Otro	1	3.2
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100.0</b>

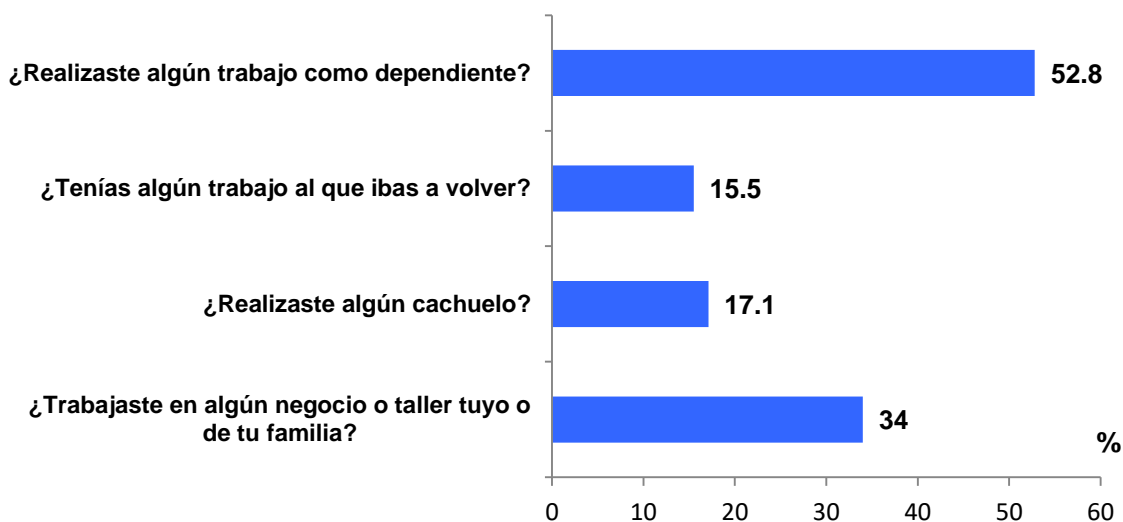
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

### 3.3.3. Condición de Actividad Principal

Durante la ejecución del Proyecto, los participantes trabajaron en un negocio o taller de él o de su familia en un 34%; realizaron algún cachuelo en 17.1%; tenían algún

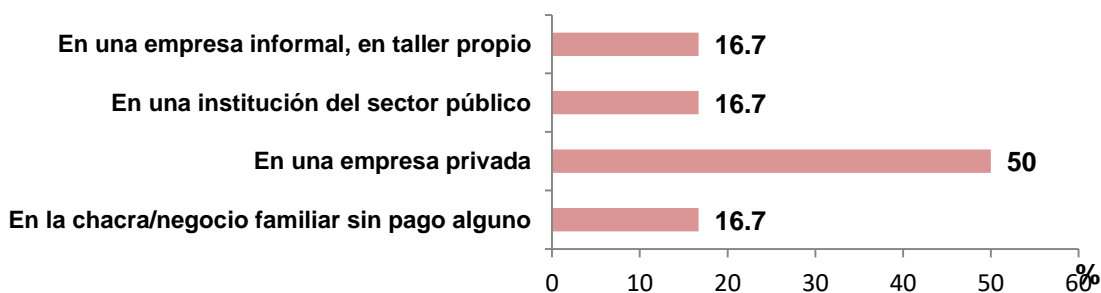
trabajo al que iba a volver en 15.5%; realizaron algún trabajo como dependiente, dado que tenía negocio, en 52.8% (Ver Gráfico N° 1).

**Gráfico N° 1.- Actividad Principal**



El 50% de los encuestados manifestaron que su trabajo fue realizado en una empresa privada; el 16.7%, que se realizó en una institución del sector público; también un 16.7%, que tuvo lugar en la chacra / en el negocio familiar sin pago alguno. Otro 16.7%, menciona empresa informal y taller propio, como su centro de trabajo. (Ver Gráfico N° 2).

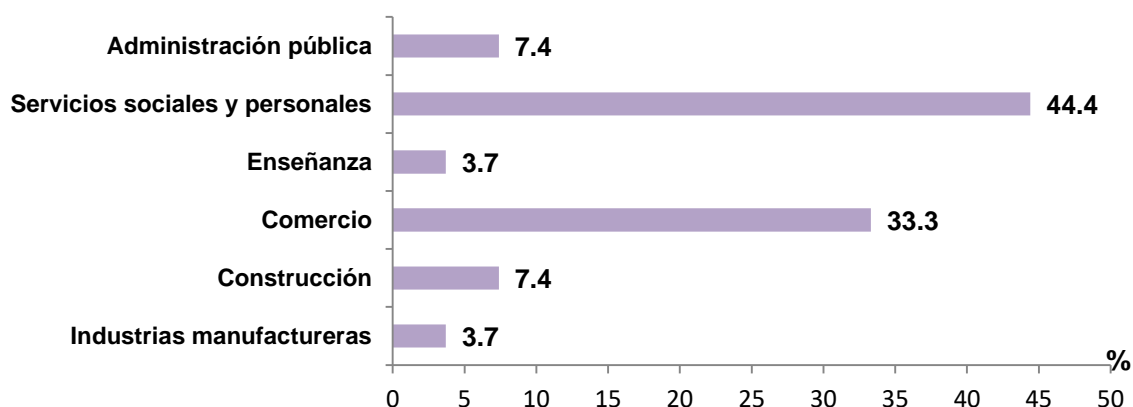
**Gráfico N° 2.- Centro de Trabajo**



El sector económico al que pertenece la organización en la que trabajaron los beneficiarios del Proyecto, son servicios con el 44.4% y comercio con el 33.3% (Ver Gráfico N° 3).



**Gráfico N° 3.- Sector Económico**



### 3.3.4. Características del Negocio

En cuanto a la rama de actividad económica en la que estuvieron laborando los participantes, según el Estudio de Línea de Base, el 56% de los beneficiarios se desempeñaba en el rubro manufactura, el 22% en el sector servicios y el 22% en agricultura.

De acuerdo a los resultados del Estudio de Evaluación Final, es comercio el sector más destacado, alcanzando el 55.6%; lo sigue el sector servicios con 22.2%; y los sectores manufactura y transporte con 11.1%. (Ver cuadro N° 4).

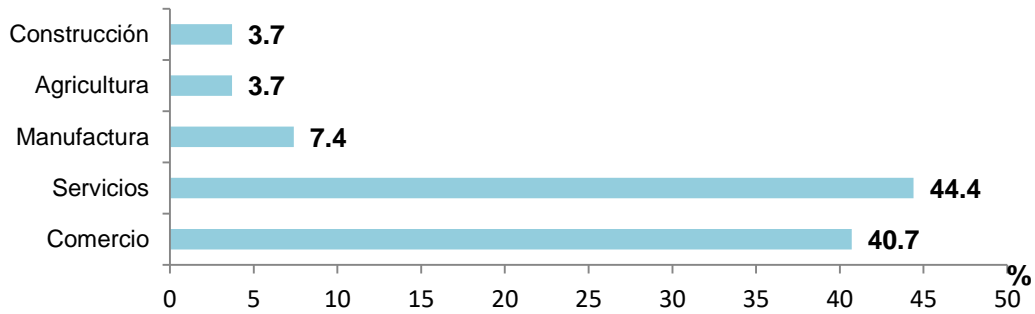
**Cuadro N° 4**  
**Beneficiarios Ocupados según Rama de Actividad Económica por tipo de Evaluación**

Indicador	Negocio creado antes del proyecto	
	Línea de Base	Evaluación Final
<b>Giro del Negocio</b>		
Comercio	-	55.6%
Servicios	22.0%	22.2%
Manufactura	56.0%	11.1%
Agricultura	22.0%	-
Construcción	-	-
Transporte	-	11.1%
Total (%)	100.0%	100.0%
Número de casos	9	27

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

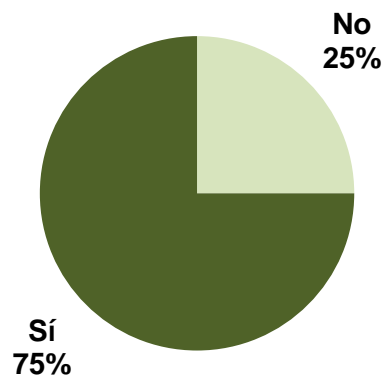
En cuanto a los negocios creados con el Proyecto, mayoritariamente pertenecen al sector servicios en un 44.4% y al sector comercio en un 40.7%. (Ver Gráfico N° 5).

**Gráfico N° 5.- Giro de Negocios creados después del Proyecto (EF)**



El 75% de los participantes en el Estudio de Evaluación Final (27), afirman que su negocio no es el mismo de antes del Proyecto (crearon un nuevo negocio). Sólo el 25% señala que no crearon ningún nuevo negocio, que su negocio es el mismo que tenía antes del proyecto (9 participantes). (Ver Gráfico N° 6).

**Gráfico N° 6.- Negocios creados con el Proyecto**



En términos de formación del negocio, en la Línea de Base se consignó que el 67% formó el negocio individualmente, en la evaluación final este porcentaje asciende a 74.1% y en el negocio creado después del proyecto, llega a 70.4%. (Ver Cuadro N° 5).

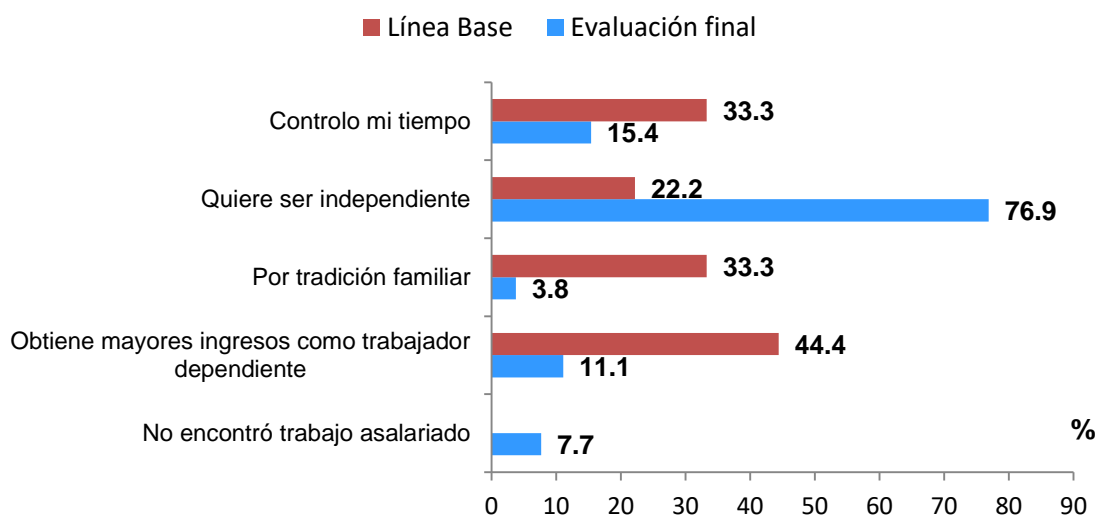
**Cuadro N° 5  
Propiedad del Negocio**

Indicador	Negocio creado antes del proyecto		Negocio creado después del proyecto (EF)
	Línea de Base	Evaluación Final	
Sólo el beneficiario	67.0%	74.1%	70.4%
El beneficiario y otras personas	22.0%	14.8%	25.9%
Otras personas	11.0%	11.1%	3.7%
Total (%)	100.0%	100.0%	100.0%
Número de casos	9	27	27

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

Los encuestados en el Estudio de Evaluación Final, afirman que crean su negocio, en primer lugar porque querían ser independientes (76.9%), por el control de su tiempo (15.4%), para obtener ingresos como trabajador independiente (11.1%). En la Línea de Base, el 44.4% porque obtiene mayores ingresos, el 33.3% por el control de su tiempo y un restante 33% por tradición familiar. (Ver Gráfico N° 7).

**Gráfico N° 7.- Razones de Creación de Negocios con el Proyecto**



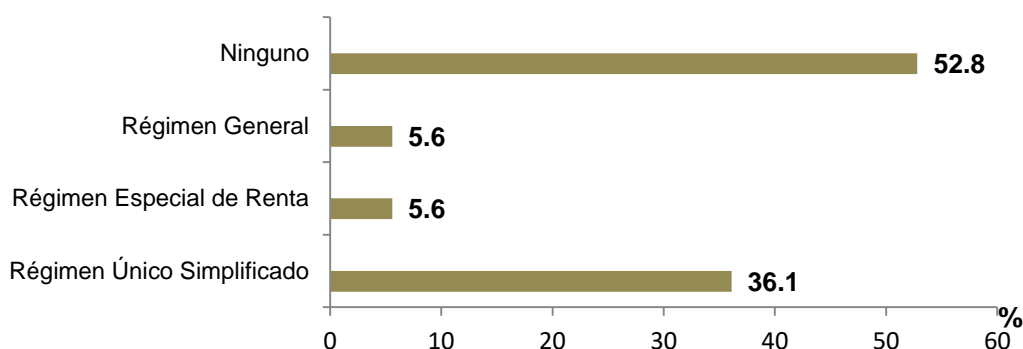
En cuanto a las razones del porqué se formó la empresa en ese giro del negocio, el 26.9% afirma que es un giro con demanda, el 19.2% que es un giro rentable, el 13.1%, porque es un giro fácil de manejar. La categoría "Otro" se refiere a razones, como mejorar el ingreso y ganar experiencia. (Ver Gráfico N° 8).

**Gráfico N° 8.- Razones de Elección de Giro de Negocio**



El Régimen Tributario elegido es el RUS en un 36.1%, Régimen Especial de Renta en 5.6% y Régimen General en 5.6%. (Ver Gráfico N° 9).

**Gráfico N° 9.- Formalización de la Empresa.**



En relación al lugar de funcionamiento, la mayoría de los negocios según la Línea de Base, funcionaban dentro de la vivienda de los beneficiarios (56%), mientras que el 22% lo hacen en un lugar diferente a la vivienda, En los resultados de la evaluación final, el negocio funcionaba en un lugar diferente a la vivienda en 66.7%, y dentro de la vivienda en 22.2%. (Ver cuadro N° 6).

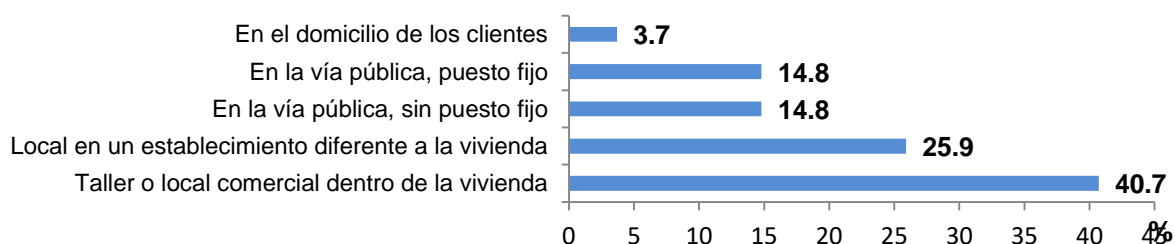
**Cuadro N° 6  
Lugar de funcionamiento del Negocio**

Lugar de funcionamiento del negocio	Negocio creado antes del proyecto	
	Línea de Base	Evaluación Final
Taller o local comercial dentro de la vivienda	56.0%	22.2%
Local en un establecimiento diferente a la vivienda	22.0%	66.7%
En la vía pública, sin puesto fijo	-	-
En la vía pública, puesto fijo	11.0%	11.1%
Puesto fijo/improvisado en mercado de abastos	-	-
En el domicilio de los clientes	-	-
Fuera del hogar.	11.0%	-
Total (%)	100.0%	100.0%
Número de casos	9	9

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

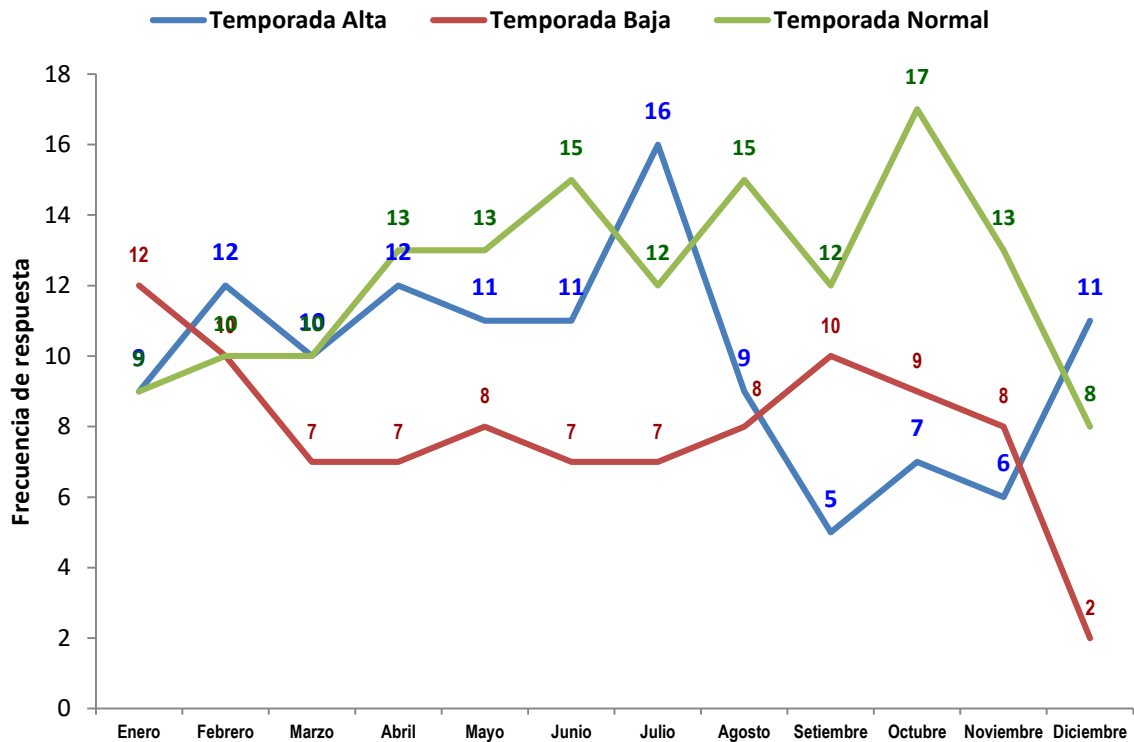
Para los negocios creados recientemente, el taller o local funciona dentro de la vivienda en 40.7%. Cabe mencionar que 27 fueron los negocios creados después del proyecto. (Ver Gráfico N° 8).

**Gráfico N° 10.- Lugar de Funcionamiento del Negocio creado durante el Proyecto**



Las ventas en los negocios, se dan mayormente entre enero y julio, luego descienden (Ver Gráfico N° 11).

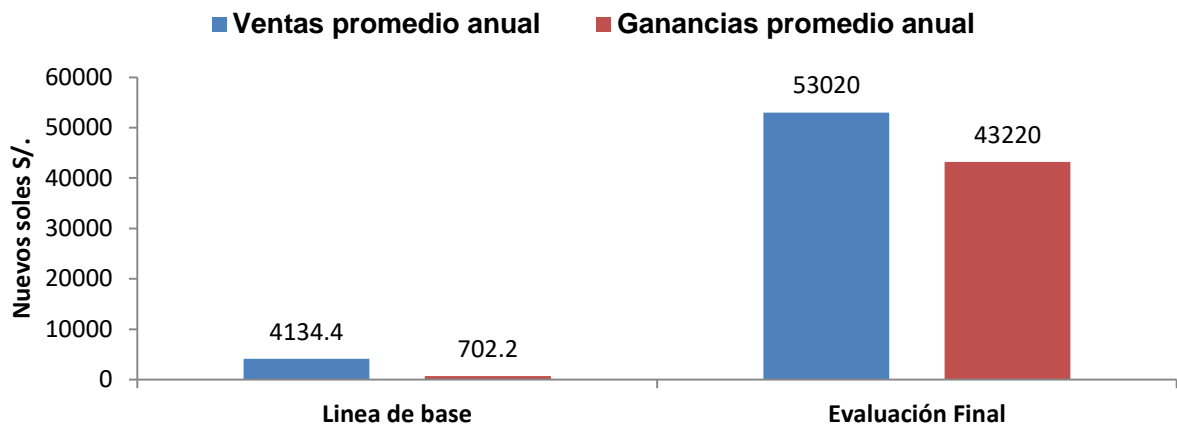
**Gráfico N° 11.- Estacionalidad del Negocio en Evaluacion Final**



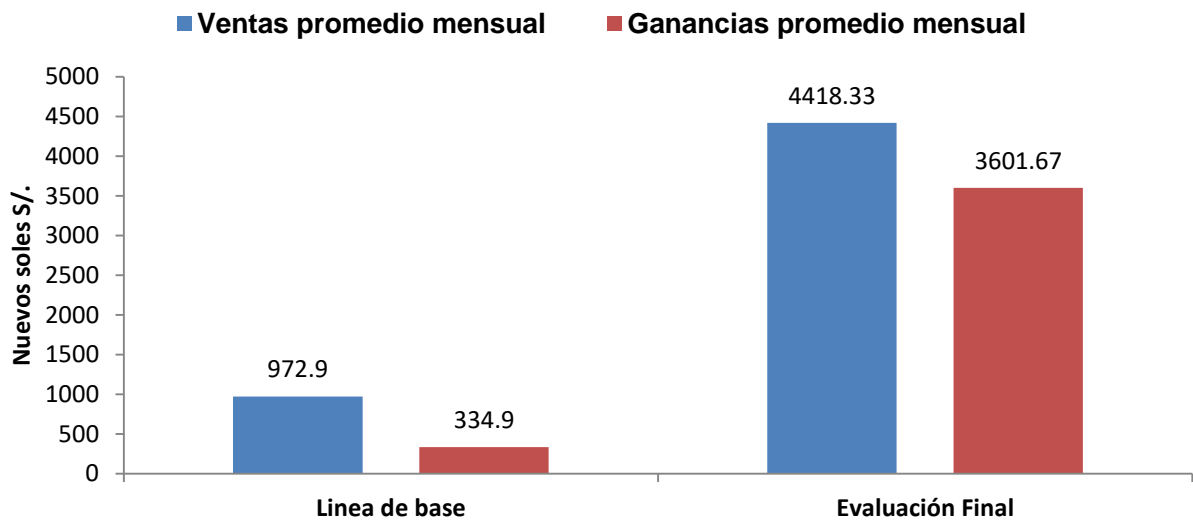
Las ventas aproximadas promedio, tanto para las temporadas altas, normales y bajas, ascienden respecto de la Línea de Base hacia el Estudio de Evaluación Final: en las ventas anuales de 4 134.40 a 53 020 nuevos soles, para las ventas mensuales de 972.9 a 4418.33 nuevos.

Las ganancias aproximadas o saldos con los que se queda el participante del proyecto, en las temporadas altas, normales y bajas, ascienden también de la Línea de Base hacia la Evaluación Final: En utilidad de 702.20 a 43220 nuevos soles, y para las ganancias mensuales de 334.9 a 3 601.67 nuevos soles. Los valores promedio de los activos según la Línea de Base es de 3 358.7 nuevos soles y en la evaluación final los activos son en promedio, 12 024 nuevos soles. (Ver gráficos N° 12, 13 y 14).

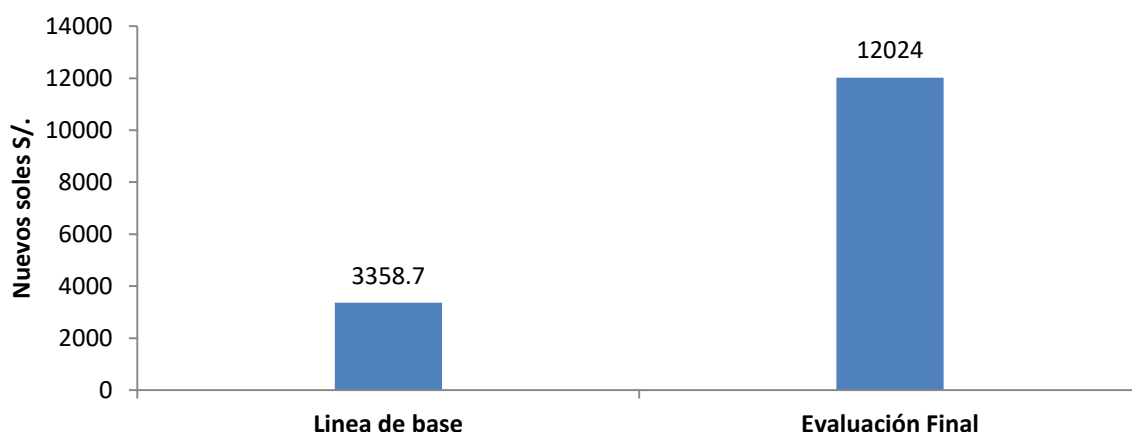
**Gráfico N° 12.- Promedio de Ganancias Anuales (Nuevos Soles)**



**Gráfico N° 12.- Promedio de Ganancias Mensuales (Nuevos Soles)**



**Gráfico N° 14.- Valor Promedio de los Activos (Nuevos Soles)**



Respecto a la vinculación del negocio con el mercado laboral, se observa que la demanda de fuerza laboral es pequeña; se trata en la mayoría de los casos, de una estructura empresarial donde el dueño del negocio cumple un papel clave, en la medida que tiene a su cargo no sólo la gestión del proyecto, sino que participa en todos los componentes del proceso. En promedio las empresas cuentan con un trabajador que a la vez es trabajador familiar (Ver cuadro N° 7).

**Cuadro N° 7  
Promedio de Trabajadores**

	Trabajadores			
	Permanentes	Eventuales	Familiares	No familiares
<b>Línea de Base</b>	0	0	1	0
<b>Evaluación Final</b>	1.8	1.1	1.5	1.0

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

Respecto a las fuentes financieras utilizadas, los datos confirman la trayectoria promedio de los jóvenes que inician alguna aventura empresarial, trabajan principalmente con su propio capital, con recursos financieros o proporcionados por familiares y/o amigos; después al finalizar la evaluación acceden a los bancos, préstamos a ONGs. (Ver cuadro N° 8).

**Cuadro N° 8  
Fuentes de Financiamiento**

Indicador	Negocio creado antes del proyecto	
	Línea de Base	Evaluación Final
Recursos propios	55.6 %	65.7%
Recursos de familiares/amigos	22.2 %	11.4%
Préstamo de bancos	-	2.9%
Préstamo de Cajas Munic./Rurales	33.3 %	11.4%
Préstamo de ONG	-	2.9%
Otro	-	17.1%
Total (%)	100.0%	100.0%
Número de casos	9	35

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

En relación al indicador de principales clientes, los resultados muestran que son los mayoristas seguidos de consumidores individuales, quienes representan los grupos de mayor importancia para el Estudio de Línea de Base; mientras que en la Evaluación Final, los clientes son en mayor frecuencia los ambulantes seguido de consumidores individuales. (Ver cuadro N° 9).

**Cuadro N° 9  
Principales Clientes**

Indicador	Negocio creado antes del proyecto	
	Línea de Base	Evaluación Final
Ambulantes	9 %	41.7 %
Mayoristas	37 %	16.7 %
Consumidores individuales	18 %	27.8 %
Empresas de menos de 10 trabajadores	9 %	-
Empresas de más de 10 trabajadores	9 %	-
Estado	-	2.8 %
Otro	18 %	17.1 %
Total (%)	100.0 %	100.0 %
Número de casos	9	35

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

En cuanto a los criterios tomados para determinar el precio del producto, en la Línea de Base el 50% opinó que el elemento más importante para tomar dicha decisión, radica en lo que el cliente está dispuesto a pagar; mientras que en el Estudio de Evaluación Final, la determinación del precio del producto es por los costos de producción en 75% (Ver cuadro N° 10).

**Cuadro N° 10  
Criterios para determinar el Precio del Producto**

Criterios	Negocio creado antes del proyecto	
	Línea de Base	Evaluación Final
Costos de producción	25 %	75.0 %
Precios de los competidores	25 %	52.8 %
Lo que el cliente está dispuesto a pagar	50 %	13.9 %
Total (%)	100.0 %	100.0 %
Número de casos	8	36

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

En cuanto a los motivos por los cuales los negocios se ubican en la zona en la que se han establecido, según la Línea de Base se menciona en un 62% porque viven allí o se encuentran muy cerca de ellas; según la evaluación final se señala en 44.4% esta razón, en 30.6% por ser una zona céntrica y comercial y en 30.6% porque los clientes están cerca. (Ver cuadro N° 11).



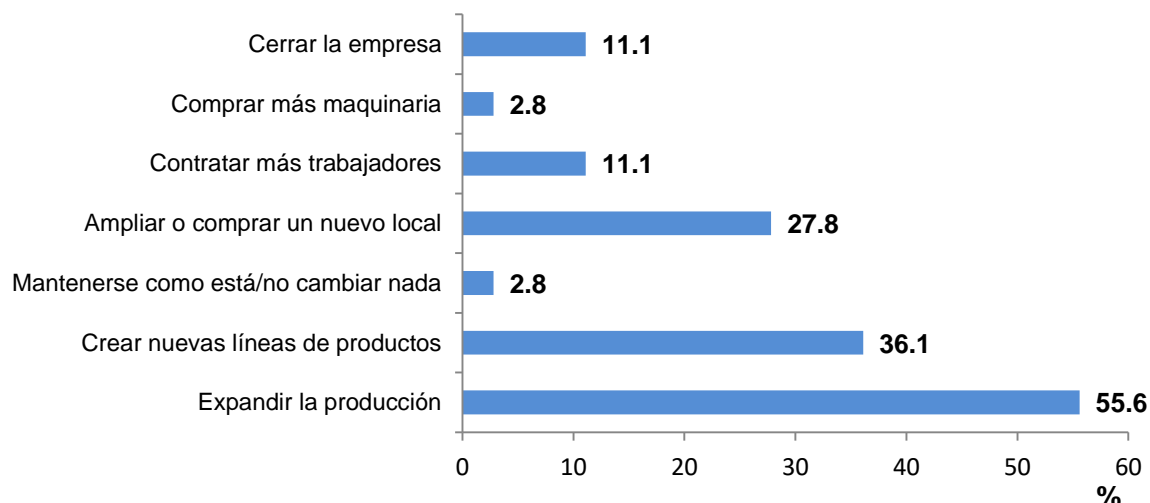
**Cuadro N° 11**  
**Criterios por los cuales los Negocios se ubican en dicha zona**

Criterios	Negocio creado antes del proyecto	
	Línea de Base	Evaluación Final
Vivo aquí/está muy cerca de mi casa	62.0 %	44.4 %
Es una zona muy céntrica y comercial	25.0 %	30.6 %
Los proveedores están cerca	-	5.6%
Los clientes están cerca	13.0 %	30.6 %
Varias empresas del mismo rubro se ubican aquí	-	11.1 %
Otro	-	5.6%
Total (%)	100.0 %	100.0 %
Número de casos	8	36

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Setiembre 2014.  
Elaboración: SASE Consultores SAC.

En la evaluación final en cuanto a los planes a futuro para su negocio, la mayoría de los participantes (55.6%) indicó que buscará expandir la producción; el 36.1%, que buscará crear nuevas líneas de productos. (Ver Gráfico N° 15).

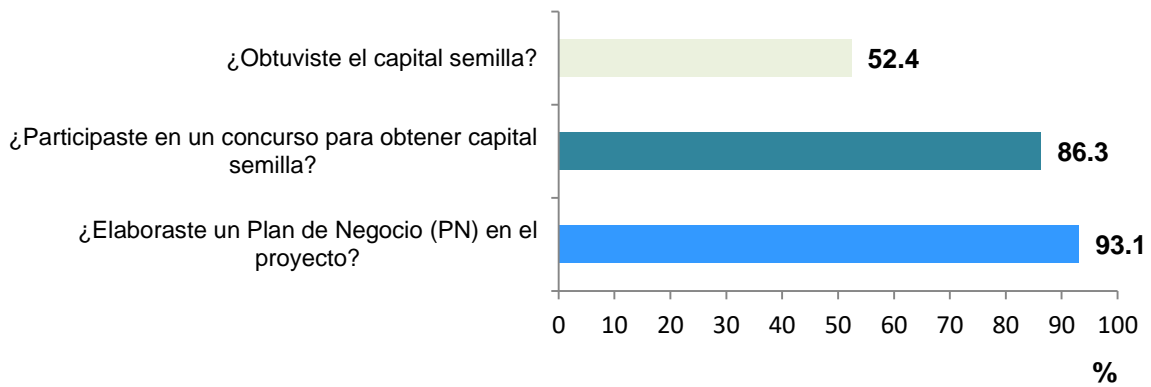
**Gráfico N° 15.- Planes para su Empresa en el Futuro**



### 3.3.5. Participación del Beneficiario en Proyecto financiado por Fondo Empleo.

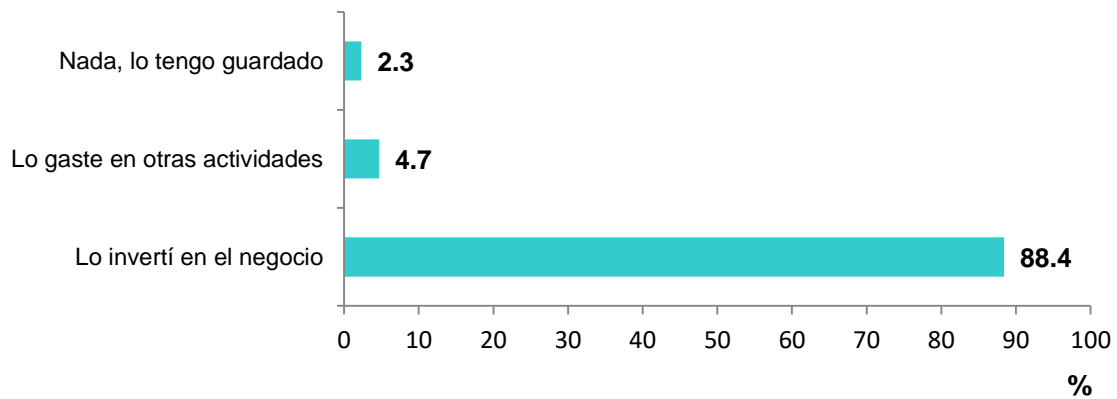
El 93.1% de los beneficiarios elaboraron Plan de Negocios y el 86.3% participaron en concurso para obtener capital semilla; sólo el 52.4% lo obtuvo (Ver Gráfico N° 16).

**Gráfico N° 16.- Participación en Proyecto Fondo Empleo**



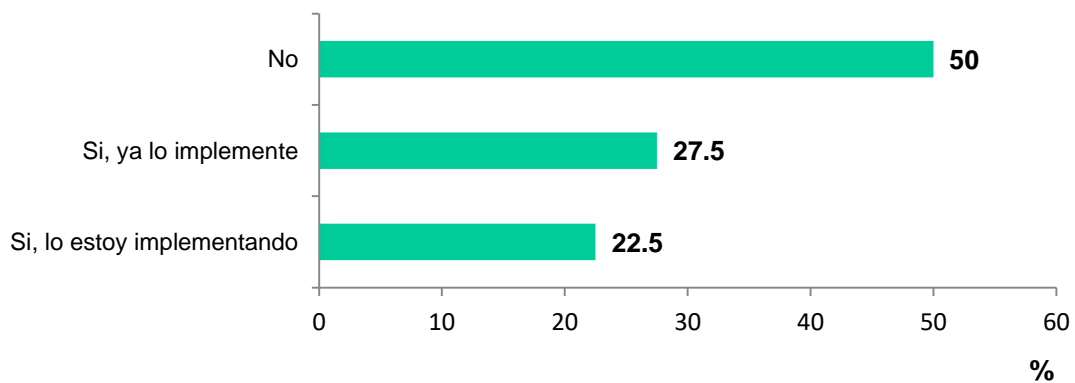
El 88.4% de los encuestados, afirma que el capital semilla lo invirtieron en el negocio, el 4.7% indica que lo gastó en otras actividades. (Ver Gráfico N° 17).

**Gráfico N° 17.- Uso del Capital Semilla**



El 50% de los beneficiarios manifiesta que no ha implementado su plan de negocios, sí lo ha implementado el 27.5% y lo está implementando el 22.5%. (Ver Gráfico N° 18).

**Gráfico N° 18.- Implementación de Plan de Negocios**



### 3.3.7. Comparación Indicadores Proyecto, Línea de Base y Evaluación Final

Son notorios los cambios favorables, que se han producido en los meses de duración del proyecto: en cuanto a ingresos, al sector económico, a las razones de creación y ubicación de su negocio, al enfoque de gestión utilizado. (Ver cuadro N° 16).

**Cuadro N° 16**  
**Comparación de Indicadores de Situación de Partida según el Proyecto y/o encontrado por el Estudio de Línea de Base y la Evaluación Final**

INDICADORES PROYECTO	INDICADORES LÍNEA DE BASE	INDICADORES EVALUACIÓN FINAL
<b>FIN</b>		
Jóvenes puneños con vocación emprendedora aumentan sus ingresos y mejoran sus condiciones de vida accediendo al autoempleo digno y formal.	<p>El 56% de los beneficiarios se desempeñaba en el rubro manufactura, el 22% en el sector servicios y el 22% en agricultura.</p> <p>Crean su negocio, en primer lugar porque querían ser independientes (76.9%), por el control de su tiempo (15.4%), para obtener ingresos como trabajador independiente (11.1%).</p> <p>Ventas anuales promedio: 4134.40 nuevos soles.</p> <p>Ventas mensuales promedio 972.9 4418.33 nuevos soles.</p> <p>Utilidad de 702.20 nuevos soles.</p> <p>Ganancias mensuales de 334.9 nuevos soles.</p> <p>Valores promedio de los activos son de 3358.7 nuevos soles.</p>	<p>Comercio es el sector más destacado, alcanzando el 55.6%; lo sigue el sector servicios con 22.2% y los sectores manufactura y transporte con 11.1%.</p> <p>Crean su negocio: el 44.4% porque obtiene mayores ingresos, el 33.3% por el control de su tiempo y un restante 33% por tradición familiar.</p> <p>Ventas anuales promedio: 53020 nuevos soles.</p> <p>Ventas mensuales promedio 4418.33 nuevos soles.</p> <p>Utilidad de 43220 nuevos soles.</p> <p>Ganancias mensuales de 3601.67 nuevos soles.</p> <p>Valores promedio de los activos son de 12024 nuevos soles.</p> <p>El 75% de los participantes en el Estudio de Evaluación Final (27), afirman que su negocio no es el mismo de antes del Proyecto. Sólo el 25% señalan que su negocio es el mismo que tenía antes del proyecto (9 participantes).</p>
<b>PROPÓSITO</b>		
Jóvenes puneños, de escasos recursos económicos con idea de negocio desarrollan competencias para crear y/o fortalecer sus emprendimientos.	El 50% afirma que el elemento más importante para determinar el precio del producto, radica en lo que el cliente está dispuesto a pagar.	El 75% afirma que el elemento más importante para determinar el precio del producto, es el análisis de los costos de producción.

INDICADORES PROYECTO	INDICADORES LÍNEA DE BASE	INDICADORES EVALUACIÓN FINAL
<b>COMPONENTE 1</b>		
Promoción y formación de jóvenes emprendedores	Los negocios se ubican en la zona en la que se han establecido, en un 62% porque viven allí o se encuentran muy cerca de ellas.	Los negocios se ubican en la zona en la que se han establecido, en un 44.4% porque viven allí o se encuentran muy cerca de ellas, en 30.6% por ser una zona céntrica y comercial y otro 30.6% porque los clientes están cerca.
<b>COMPONENTE 2</b>		
Articulación de jóvenes emprendedores a mercados locales	<p>El 67% formó el negocio individualmente.</p> <p>La mayoría de los negocios funcionaban dentro de la vivienda de los beneficiarios (56%), mientras que el 22% lo hacen en un lugar diferente a la vivienda.</p> <p>Principales clientes, son los mayoristas seguidos de consumidores individuales.</p>	<p>El 74.1% formó el negocio individualmente.</p> <p>El negocio funcionaba en un lugar diferente a la vivienda en 66.7% y dentro de la vivienda sólo en 22.2%.</p> <p>Los clientes son en mayor frecuencia los ambulantes seguidos de consumidores individuales.</p>

### 3.4. Análisis de impacto potencial

Se planteó como propósito del Proyecto: “Jóvenes puneños de escasos recursos económicos con idea de negocio, desarrollan competencias para crear y/o fortalecer sus emprendimientos”. Se propuso alcanzar los siguientes indicadores de efecto:

- 560 jóvenes promocionados
- 380 capacitados en ideas de negocio
- 280 capacitados en planes de negocio
- 120 planes de negocios son asistidos
- 76 negocios juveniles en marcha.

Concluido el proyecto, se logró promocionar a 652 jóvenes, capacitar a 363 jóvenes en ideas de negocio y 276 jóvenes en planes de negocio. También, se realizaron asistencias técnicas a 120 jóvenes ganadores del capital semilla y otros jóvenes que aprobaron los planes de negocios; finalmente, se declararon ganadores a 76 planes de negocio entregándose el Kit Empresarial correspondiente.

Sin embargo, en su Informe Final, se afirma: “los negocios implementados luego de la asistencia técnica en formalización, alcanzaron a formalizarse con el RUC y la licencia de funcionamiento, de los cuales 21 negocios se encuentran con el RUC activo a la fecha, realizando las operaciones comerciales de sus negocios, quienes a su vez según la magnitud de sus negocios requieren de los mismos. Así mismo, el resto de 55 negocios le dieron de baja temporal, hasta incrementar las ventas y según la necesidad, solicitarán ante la SUNAT, el reinicio de las operaciones comerciales.”

Luego de la visita realizada y del análisis de los factores críticos que afectaron el Proyecto, se concluye que si bien los indicadores de promoción, capacitación y asistencia técnica del proyecto, fueron alcanzados casi totalmente; la dificultad mayor se presentó cuando se buscó “poner los 76 negocios juveniles en marcha”.

Y allí es cuando encontramos que la permanencia en el tiempo del Programa Nacional “Jóvenes a la Obra”, a través de su Unidad Zonal en Puno, es estratégica, para a través del acompañamiento y acciones de promoción comercial, lograr fortalecer los negocios de los 76 jóvenes emprendedores, que ganaron el concurso convocado. Así también, mediante el fortalecimiento de alianzas con Municipalidades y otros actores.

Respecto a las limitaciones observadas en las fases previas del proyecto, nada se puede hacer ahora, excepto considerarlas como lecciones aprendidas y tomarlas en cuenta para un proyecto similar: Desarrollar una Fase de Focalización suficiente y un Proceso de Capacitación en Gestión Empresarial y Elaboración e Implementación de Planes de Negocios, bajo una sola dirección. Además, de un manejo de tiempos iniciales más oportuno.

Adicionalmente, el proyecto tuvo efectos colaterales importantes, que contribuyen a su impacto: el alto nivel de satisfacción de los jóvenes beneficiarios, respecto a la capacitación recibida y los beneficios obtenidos para su liderazgo personal; respecto a su inmersión en el mundo de los negocios, del cual no tenían la menor idea; así también, respecto a estar preparados para incursionar en el mundo empresarial e ir más allá de estudiar en la universidad, para sólo quedarse en un empleo dependiente.

En cuanto a quienes recibieron el “Capital Semilla” y efectivamente lo utilizaron para poner en marcha su negocio, hay casos de notorio éxito que seguirán fortaleciéndose y creciendo con el paso de los meses. Los hay también, de aquellos jóvenes que al no ser su actividad principal, se convierten en “negocios de medio tiempo” o menos tiempo aun, dependiendo de sus estudios y otras obligaciones. En esos casos, la expectativa es que en algún momento, se conviertan en prioridad.

Hay otros en los que la variable familiar, les confiere grandes posibilidades de éxito e impacto en el tiempo. Negocios en los que participa también la pareja y ello contribuye a su fortalecimiento y augurarles crecimiento en ventas y rentabilidad; considerando también que es la actividad económica principal de las jóvenes familias.

A partir de lo observado, es posible afirmar que el proyecto está en condiciones de alcanzar parcialmente, tanto el fin como el propósito para el que fue diseñado:

*“Jóvenes puneños con vocación emprendedora aumentan sus ingresos y mejoran sus condiciones de vida accediendo al autoempleo digno y formal”; y “Jóvenes puneños, de escasos recursos económicos con idea de negocio desarrollan competencias para crear y/o fortalecer sus emprendimientos”.*

#### **4. SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA**

El compromiso de aliados estratégicos importantes, como el Centro Comercial Plaza Veá y las Municipalidades de Acora, Caracoto, Puno y Juliaca, favorece indudablemente su proyección futura. Declaraciones referidas a su disponibilidad para brindar nuevamente el apoyo a los jóvenes y promover proyectos similares, abona en ese sentido.

Es evidente y notorio que los cambios sustanciales acontecidos en las vidas de los jóvenes estudiantes, sobre todo de aquellos que iniciaron o continuaron su negocio con el apoyo del Proyecto, pero también de quienes descubrieron a través de la capacitación y asesoría el mundo del “trabajo independiente”; son un factor decisivo para la validez y permanencia de la propuesta del Proyecto.

Junto con ello también, el Proyecto ha comprobado su vinculación efectiva con políticas locales, regionales y nacionales. Más aún, la presencia del “Programa Nacional Jóvenes a la Obra” y su vocación emprendedora juvenil, además de su fortaleza interinstitucional; aportan decisivamente con sus posibilidades mediatas.

Sin lugar a dudas el Proyecto “Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Puno (JENE-PUNO)”, posee un valioso potencial para su réplica exitosa; implementando las recomendaciones planteadas en el presente informe.

#### **5. LECCIONES APRENDIDAS**

- a) Un proyecto que se inicia en fecha varias veces posterior a la programada y que sus desembolsos económicos se retrasan notablemente, sin duda alguna, se verá afectado en el logro de sus resultados.
- b) Todo proyecto de emprendimiento juvenil debe construirse para tener pleno éxito, sobre una base sólida: Una Fase de Focalización realizada técnicamente y con el tiempo necesario, suficiente para enfocarse en el “público objetivo” del proyecto, teniendo en cuenta su realidad e idiosincrasia de sus potenciales beneficiarios.
- c) El equipo técnico mínimo para la ejecución de un proyecto, es clave en el logro de sus propósitos. Invertir en él resulta prioritario, más aun tratándose de un proyecto de corta duración. No resulta conveniente querer ahorrar, reduciéndolo.
- d) Al producirse un retraso sustancial en el inicio de un proyecto, lo más conveniente es proponer de inmediato su reprogramación. Es muy arriesgado “quemar etapas” para recuperar el tiempo perdido.
- e) En un proyecto de esta naturaleza, no es recomendable contratar a dos proveedores diferentes. Uno solo de ellos, debe responsabilizarse de todo el proceso vinculado, tanto a la capacitación y asesoría para la elaboración de Planes de Negocio, como para la implementación posterior del negocio.

- f) Un proyecto de emprendimiento juvenil, no es un proyecto de capacitación juvenil; por tanto sus resultados se miden, no por las horas de capacitación impartida, o por los certificados entregados, sino por los negocios exitosos en funcionamiento que son dirigidos por los jóvenes beneficiarios; como producto de todo el accionar del proyecto.
- g) Es fundamental que el “Capital Semilla” asignado como premio a los ganadores, sea significativo, se entregue en la fecha prevista y contribuya efectivamente a los objetivos del proyecto.
- h) La designación del Jurado y la determinación de los criterios de evaluación para seleccionar los Planes de Negocio ganadores, son acciones claves para garantizar que Proyectos de Emprendimiento Juvenil tengan éxito.
- i) Todo proyecto de estas características, debe priorizar el establecimiento de reglas claras para los jóvenes, su cumplimiento posterior riguroso y una fluida, intensa y permanente comunicación con todos sus actores; empezando por los jóvenes.
- j) El acompañamiento personalizado para la elaboración e implementación de los Planes de Negocio, es garantía de éxito. Su ausencia, garantía de fracaso.
- k) Siempre el presupuesto de un Proyecto, debe estar en función a la magnitud de lo que el proyecto quiere lograr. Y destinar sus recursos proporcionalmente, en función a lo que se busca que aporte cada uno de sus componentes.
- l) Todo Plan de Negocio debe responder a la realidad personal de quien lo ejecutará y a las características del medio en el que se implementará.
- m) Es preferible tener menos convocados, menos capacitados, menos Planes de Negocio elaborados; pero más negocios exitosos en funcionamiento.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El análisis de la ejecución del Proyecto “*Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Puno (JENE-PUNO)*”, desarrollado del 29 de Febrero del 2013 al 31 de Julio del 2014, ha permitido llegar a las siguientes conclusiones:

- I. Se alcanzaron los siguientes resultados: promocionar a 652 jóvenes, capacitar a 363 en ideas de negocio y 276 en planes de negocio. Realizar asistencias técnicas a 120, entregar capital semilla a 76 jóvenes emprendedores y formalizar negocios.
- II. Se desarrolló un trabajo coordinado con los aliados estratégicos, lográndose su colaboración e importantes y decisivos aportes; tanto de municipalidades, como de empresas privadas, del Centro Comercial Plaza Veá en especial.
- III. Atinado el importante cambio que se realizó a la propuesta inicial del proyecto, en la que se incluía como indicador, que los jóvenes emprendedores hubieran gestionado créditos ante las Instituciones Financieras.

- IV. Se ha podido constatar que si bien fue posible, lograr la formalización de los 76 negocios premiados con el “Kit Empresarial”, al obtenerse su RUC y Licencia de Funcionamiento, no es conveniente forzarlo; no resulta sostenible en el tiempo.
- V. El retraso de varios meses en la implementación adecuada del proyecto, generó un impacto nocivo que no pudo ser soslayado; al no solicitarse su reprogramación impactó directamente en sus resultados.
- VI. El Proceso de Focalización realizado, por la falta de tiempo y el afán de avanzar con el cronograma inicialmente propuesto a Fondo Empleo, fue deficiente y afectó negativamente los logros finales del Proyecto.
- VII. El esfuerzo de un solo Psicólogo resultó insuficiente, para en el tiempo asignado, evaluar adecuadamente a los 562 jóvenes emprendedores convocados.
- VIII. La moral de los jóvenes emprendedores, ganadores del “Capital Semilla”, se vio seriamente afectada; consideraron que el monto era reducido, inferior al otorgado por el “Programa Jóvenes a la Obra”. Adicionalmente a ello, la fecha programada para su entrega era el mes de mayo; recién se empezaron a entregar en el mes de setiembre.
- IX. Muchos de los jóvenes beneficiarios del proyecto, no tenían otro interés que la obtención del certificado y eventualmente participar de los cursos de capacitación: sus estudios universitarios y su profesión, fueron siempre su prioridad; sobre todo en los jóvenes de Puno.
- X. La Entidad de Capacitación “Universidad Nacional Mayor de San Marcos”, fue beneficiada con el mayor presupuesto, para desarrollar la Fase de Capacitación y Asesoría en la Elaboración de Planes de Negocios. La Entidad Capacitadora “Universidad Nacional del Altiplano Puno”, obtuvo el menor presupuesto, que resultó insuficiente para afrontar la fase crítica del proyecto: “Que los 77 negocios funcionaran”.
- XI. El equipo de gestión del proyecto, a pesar de lo tardío y parcial de su conformación, así como de la corta duración del proyecto, respondió de la mejor forma posible, a los retos planteados por su ejecución.
- XII. Contribuyó con la mejor implementación del Proyecto, el aporte y experiencia del “Programa Nacional Jóvenes a la Obra”, su conocimiento del mercado, su vocación emprendedora juvenil, sus redes interinstitucionales.
- XIII. Más allá de las dificultades y barreras encontradas, los resultados del proyecto y sus proyecciones, permiten avizorar niveles aceptables, tanto de sostenibilidad como de replicabilidad.

Se propone, en la mirada de replicar el presente proyecto o ejecutar proyectos similares, tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- i. Poner especial cuidado y dedicarle el tiempo necesario, a las fases neurálgicas del proceso: Focalización y Evaluación.
- ii. Programar gradualmente el inicio de las actividades del proyecto, buscando que los grupos de jóvenes participantes en sus diferentes fases, se ejecuten de manera secuencial.



- iii. Trabajar con esmero y rigurosidad, tanto la elaboración de las Bases del Concurso de Planes de Negocio, como la designación del Jurado Calificador y su unificación de criterios, alrededor de las bases elaboradas. Incluir en las bases, visitas a los concursantes, para evaluar y validar información.
- iv. Definir los “Negocios Estrella del Proyecto Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Puno (JENE-PUNO)” y colocarlos en “Vitrina del Éxito”; ello permitirá además de utilizarlos en la difusión y promoción de futuros proyectos, decidir apuntalarlos desde la Plataforma del Programa “Jóvenes a la Obra”; y contribuir de manera efectiva con el fin y propósito del Proyecto.
- v. Más allá de la capacitación y la entrega de capital semilla, el Proyecto pretende contribuir a plasmar experiencias empresariales exitosas, que se expresen en la generación de ingresos y en la creación de nuevos puestos de trabajo. Se sugiere establecer un proceso de acompañamiento y monitoreo de los ganadores, para asesorarlos en la ejecución y consolidación de sus Planes de Negocio.
- vi. Junto con ello, es fundamental evaluar y valorar además del Plan de Negocio y sus posibilidades reales, el “Perfil Emprendedor” de quien asumirá la responsabilidad de llevarlo a cabo. Es de suma importancia para el éxito del negocio.
- vii. Determinar los montos del “Capital Semilla” a entregarse a los emprendedores, luego de un análisis riguroso de la situación y condiciones en que tendrá lugar. Buscar que sea realista, significativo y adecuado; además de oportuno, evitándose demoras en la fecha de entrega programada.

## **7. BIBLIOGRAFÍA**

- ÁLVARES, ÁLVARO JORGE. (2010) Estadística Empresarial. USA: Firms Press
- NEWBOLD PAUL, CARLSON WILIAM, THORNE BETTY. (2010). Estadística para Administración y Economía. (6ta ed.). España: Prentice Hall.
- VINAUCA, V. (2007). Análisis Estadístico con SPSS 14. España: Mc Graw Hill.

## **8. ANEXOS**

- a) Directorio de Actores Entrevistados.
- b) Directorio de Participantes en Focus Group.
- c) Base de Datos de Beneficiarios Entrevistados.
- d) Fotos de Visita.

## Directorio de Actores Entrevistados

EMPRESAS INSTITUCIONES NEGOCIOS	REPRESENTANTE	DATOS DE CONTACTO
DRTPE-PUNO	Jhony Fernández Llerena. Directora	Cel. 951549643 E mail: <a href="mailto:fllerena@gmail.com">fllerena@gmail.com</a>
DRTE-PUNO Proyecto JENE PUNO	Tania Maldonado Limachi Coordinadora Proyecto	RPC 951311642 E mail: <a href="mailto:maldonadotati@hotmail.com">maldonadotati@hotmail.com</a>
Unidad Zonal Puno Programa Nacional "Jóvenes a la Obra"	León Isaac Quispe Huaranca Jefe	Cel. 975040477 E mail: <a href="mailto:leongp@hotmail.com">leongp@hotmail.com</a> <a href="mailto:lquispe@jovenesalaobra.gob.pe">lquispe@jovenesalaobra.gob.pe</a>
Criadero de Cuy. "Gazapo de Oro"	Betty Jenny Flores Ruelas	Jr. Ramón Castilla Mz.B Lt-5 Cel. 950796926 Caracoto.
Manoplitas del Altiplano	Irma Lola Castillo Quispe	Sector Torres Pampa Cel. 943019318 Caracoto.
Creaciones Carmen	Calapuja López Carmen Rosa	Jr. Huancané 1620 Cel. 997391775 Juliaca
"EPYS"	Evelin ApazaApaza	Los Quipus s/n Cel. 945465932 Juliaca
Confección de Ropa de Bebe	Domitila Ávila Quispe	Jr. TungasucaMz.B Lt.21 El. 950976170 Juliaca
Confección de Polos	Freddy Pari Arque	Jr. Ignacio Miranda 418 Cel. 951049539 Juliaca.
Venta de Termas Solares	David Mercado Calapuja	Jr. Ignacio Miranda 418 Cel. 991677789 Juliaca
Bolsos Artesanales	HaydeéCaoriCondo.	Pje. Horacio Cevallos Mz.G Lt.11 Urb. Cáceres Velásquez Cel. 950870297 Juliaca
Municipalidad Provincial San Román	Rene Benito Barrera Málaga Gerente de Desarrollo Social	Cel. 995140101
Real Plaza SRL Juliaca	Jorge Gutiérrez Díaz Gerente del Mall	RPC 964297968 <a href="mailto:Jorge.gutierrez@realplaza.com.pe">Jorge.gutierrez@realplaza.com.pe</a>
Confección de Polleras Típicas	Rosa Chipana Naira	Jr. Acora297 Cel.956103726 Acora

<b>EMPRESAS INSTITUCIONES NEGOCIOS</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>DATOS DE CONTACTO</b>
Confección de Ropa Típica y Deportiva	Jorge David Calisaya	Jr. Acora297 Cel. 978456709 Acora
Tortas de Cereales Andinos	Nelly Laura Laura	Av. Jorge Chávez Mz. I Lt.10 Cel.959453104 Acora
Municipalidad de Ácora	Wilbert Arce Barrientos Of. de Imagen Institucional	Cel. 950915818
Municipalidad de Ácora	Alberto Damián Condori. Regidor	Cel. 951004660
Pinturas MunayWasi	Amílcar Cruz Ríos	Jr. Segundo Salazar 303 Cel.951640881 Puno
Salón de Belleza Divinas	Sonia Enríquez Gallegos	Jr. Los Rosales 107 Cel. 958557944 Puno
Municipalidad de Puno	Edwin Canahuire Quispe Sub Gerente de Promoción Empresarial y Desarrollo Económico	RPM #965074303 <a href="mailto:edwinronycanas@hotmail.com">edwinronycanas@hotmail.com</a>
"Imagen"	Josías Humpiri Cayo	Jr. Arequipa 956 Int. 04 Cel.979721805 Puno
"Textiles Mágicos del Titicaca"	Patricia Ancotta Velásquez	Jr. Bartolomé 540 Cel. 952231342 Puno
Anticuchos al Gusto del Cliente.	Salomé Quispe Tito	Av. Circunvalación Sur s/n Cel.951037813 Puno
ECAP UNA PUNO	Isaac Ticona Zúñiga	Cel. 950882573 iticona@hotmail.com
Municipalidad de Caracoto	Guido Cazorla Jave Sub Gerente. Desarrollo Económico	RPM *375290
ECAP UNMSM	Juana AranibarHuaquito Coordinadora Regional	Cel. 956995364

## Directorio de Participantes en Focus Group

NOMBRE	DATOS DE CONTACTO	NEGOCIO / IDEA
Mercedes Sarita Cuevas Quispe	Jr. La Victoria Cel. 951521804 Puno	Lencería
Daney Condorchoa Zarate	Jr. Francisco Pizarro 236 Cel. 974218616 Puno	Tienda de Regalos
Emiliana Lanudo Morocco	Jr. Lima 323 Cel. 950018503 Caracoto	Salchipapería.
Janet Miriam Pilco Quilla	Jr. 8 de Noviembre 1203 Cel. 978293227 Juliaca	Mazamorra de Quinoa
Lisbeth Lidia Cutipa Llanqui	Av. Ferrocarril 179 Cel. 951250555 Juliaca	Restaurante.
Edwin Pampa Apaza	CC. San Francisco de Buena Vista Cel. 950047758 Caracoto	Crianza de Cuyes
Yomi Janet Nina Quispe	Pje. Hipólito, C4 Lt.7 Urb. Ciudad de Dios. Cel. 951032136 Puno	Artesanía (Tejidos)
Martín Fernando Pancca Cayo	Jr. Carlos Rubina 339 Cel. 966438008 Puno	Centro de Internet
Víctor Mamani Barrera	Av. Independencia s/n Cel. 974417551 Puno	Juguería
Bernandina Rivera Condori	Jr. Deustua 875 Cel. 969155426 Puno	Tienda de Artesanía
Ruth Marleni Condemayta Condori	Jr. Arequipa 411 Cel. 994467527 Puno	Confección de Prendas de Alpaca
Juan Luis Velásquez Acero	Jr. Alberto Cuentas 161 Cel. 989419267 Puno	Acabados de Construcción.
Amílcar Sergio Cruz Ríos	Jr. Segundo Salazar 303 Cel. 951640881 Puno	Producción y Venta de Pintura Decorativa
Lenna Rosbita Neyra Morales	Jr. Revolución 416 Cel. 9451541149 Puno	Confección de Ropa Deportiva
Héctor Mamani Huayta	Mariscal Nieto 173 Cel. 950997857 Puno	Panificadora

## Base de Datos de Beneficiarios Encuestados

Orden	Nombres y Apellidos	DNI
1	CRISTIAN MERILE CONDORI CARRIZALES	48558017
2	MAGALI BAT NOA QUISPE	47265940
3	BETTY YENNY FLORES RUELAS	42324627
4	EDWIN PAMPA APAZA	42333926
5	MARCO ACROTA CLOQUEHUANCA	70069089
6	YANETH ANGELICA ARAPA COAQUIRA	76836676
7	ELIZABETH QUISPE BELIZARIO	70044046
8	EVAMARINA SUA!A ROQUE	76122670
9	ENGELES ULISES GOMEZ CORDOVA	70135004
10	ELIZABETH SUCASACA YUCRA	47633370
11	JOSE LUIS CHIPANA CONDORI	44842597
12	NELY CANDELARIA LAURA LAURA	43529503
13	VICTOR MAMAMI BARREDA	42926886
14	YUDITH PAREDES CUTIPA	46809014
15	JUAN CARLOS LOPE NINA	44687516
16	ROSA CHIPANA NAIRA	70019272
17	MARCO RONALD CHIPANA NUIRA	70019254
18	DORIS QUISPE ALARCON	61599203
19	ROSALIA ORDO!EZ HUANCA	71012474
20	EDWIN MAMANI MENDOZA	46778985
21	EPIFANIO CCAMA AYCACHI	46889652
22	MAIRE IRENE COARO CONDO	42712505
23	JUMY DIAMANTINO MAMANI TURPO	43583288
24	ERICK ANDERSON LEON MAMANI	72228930
25	GLADIS CONDORI MACHACA	43754573
26	YANETH MIRIAM PILCA QUILLA	43415724
27	CARMEN BENITES APAZA LOAYZA	70101972
28	LUCERO LIZBETH ZU!IGA OVIEDO	4811200
29	YUMFEY MOLLINEDO ALANOCA	43210623
30	RINA AVALOS QUISOCALA	70134274
31	VLADIMIR ZAMATA FLORES	70744744
32	ADI JESSICA MAMANI SAAVEDRA	45537327
33	JOHAN RENE QUISPE BUSTINZA	45490694
34	YESSICA YANA SURCO	44806648
35	MARIO LABERTO CARRIZALES CHAMBA	72202758
36	RICHAR MAMANI HUANCA	47014087
37	JUAN MAMANI TACONA	46465111
38	LUZ PIERINA FLORES LUQUE	47133326
39	MERCEDES SARITA CUEVA QUISPE	70334787
40	LISBETH IDENY PINEDA SUCASACA	47796760
41	VIDALIA CABANA HUANCA	74215917
42	HENRY HITLER CUEVAS MAMANI	70034727
43	JAIME QUISPE ABARCA	42291776
44	DAVID JUAN MERCADO CALAPUJA	46683610
45	NELIA QUISPE SONCCO	73890711
46	JHOEL GUTIERREZ ACU!A	47124489
47	PERPETUA FELICITAS BELLIDO QUILLE	70757579
48	MARIA ELENA CALLOHUANCA IDME	47828908
49	ANA LUZ POMA MACHUCA	47526715
50	VILMA AROAPAZA BENITES	40750140
51	EDITH KARINA COILLA ALBERTO	73831418
52	ABDON EDMUNDO CHAY!A PORCCA	74173485

Orden	Nombres y Apellidos	DNI
53	EDUARDO YUCRA QUISPE	70969851
54	ANGHELA DAYHANA FLORES CARRION	46498515
55	DINA ORIALIZ GAMARRA CONDORI	72177259
56	CRISTIAN RENZO CALLA QUISPE	47353625
57	HIRMINA VILCARANA CAHUACHIA	74624285
58	WILY ANDRES MAMANI MAMANI	74219197
59	ELMER JONATHAN PAREDES CRUZ	46298690
60	JOSE MANUEL MENDOZA ENRIQUE	43695225
61	VIRGINIA LUCIA CCACCA	44865084
62	KATIA SAENKA CHOQUE FLORES	70318867
63	LOURDES ROCIO TICONA	45592817
64	MARIA ELENA CONDORI GUTIERREZ	46032423
65	LENNA ROSBITA DANITZA NEYRA MORALES	70373498
66	SALOME QUISPE TILO	45756595
67	MOISES PARI PERALTA	43669641
68	VILMA HUANCA QUISPE	47296754
69	NOELIA VENTURA MAMANI	74253683
70	GLORIA AYDE ALARGUIA	47353625
71	SONIA HERMELINDA ENRIQUE GALLEGOS	45515441
72	DIEGO RAFAEL ROJAS CALSIN	70014155
73	WASHINGTON OSCAR LLANO GALLEGOS	46144793
74	LUZMILA TICONA CHINO	73588767
75	GABRIELA MARRA PARIAMACHI CARRASCO	73029714
76	EMILIANA LANADO MOROCCO	44491194
77	MARTHA CECILIA APAZA MAMANI	47697014
78	PERCY ROSY MONROY LUQUE	45465089
79	LICERIA ALLACA MAMANI	46196015
80	RONALDO HUANUCO CONDORI	44382091
81	ZULEMA YUNGA ORTEGA	48531412
82	YOMI YANET NINA QUISPE	71848674
83	EVA EDITH MAMANI QUISPE	46023993
84	GABRIELA SAERCA HALANDRA	44257912
85	LISBETH LIDIA CUTIPA LLANQUI	4298649
86	ROBERTO HUARICALLA AYQUI	44720785
87	REYNA MAMANI YUCRA	78762794
88	BEATRIZ GISELLA SANCA MALANOCA	70112429
89	VILMA ELVA NUEIEZ QUISPE	48002027
90	SARA CCALLA CALLA	43557471
91	JUDITH CLAUDIA MAMANI CHUPA	46553132
92	ZENNYS VANESSA QUISPE LUNA	45009101
93	CARMEN ROSA CALAPUJA LOPEZ	46003581
94	JOSE SUMIRENDE YANAPA	72650090
95	CLAUDIA CANTUTA LARICO	43229484
96	LUIS YONI MAMANI	73438852
97	RONY SAUL CALCINA CALCINA	48152422
98	VICTOR HUGO MENDIZABAL GUTIERREZ	76632145
99	DOMITILA AVILA QUISPE	47444652
100	FREDY LEANDRO PARI ARQUE	70293048
101	ABRAHAN ACHAHUI TEJADA	47434763
102	RUTH CUTIPA BENAVENTE	70975355
103	EDIXA MANUEL SAAVEDRA	45301780
104	ALEXANDER COLLA RODRIGUEZ	42960056
105	ANGEL REGULO SANCHEZ GARCIA	43917898
106	YANETH YESMITA MAQUERA ISCARRA	48206037

## Fotos de Visita





Octubre 2014