



EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO

“JÓVENES EMPRENDEN NEGOCIOS EXITOSOS EN LA REGIÓN ANCASH (JENE ANCASH)” PROYECTO C-13-18

**Centro de Asesoría Estratégica para la Intervención Social –
INTERSOCIAL S.A.C.**

Lima, Febrero 2016



INDICE

LISTA DE ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS.....	1
1. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO.....	2
1.1. Período de vida del proyecto.....	3
1.2. La focalización.....	4
1.3. Fase de selección de beneficiarios.....	4
1.4. Fase de capacitación en planes de negocios y planes de mejora.....	4
1.5. Costo del proyecto.....	5
2. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO.....	6
2.1. Objetivos del Estudio.....	6
2.2. Metodología del estudio.....	6
2.3. Período de referencia del estudio.....	10
3. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.....	11
3.1. Características básicas de los beneficiarios(as).....	11
3.2. Comparación de los indicadores de la Línea de Base con la Evaluación Final.....	26
3.3. Análisis de los criterios de evaluación del proyecto.....	27
4. CONCLUSIONES.....	35
5. RECOMENDACIONES.....	37
6. ANEXOS.....	38
6.1. Instrumentos de recojo de información.....	38
6.2. Bases de datos de las encuestas aplicadas.....	38

**LISTA DE ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS.**

CEP	Competencias Emprendedoras Personales
CETPRO	Centro de Educación Técnico Productiva
CV	Curriculum Vitae
DRTPE	Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo
ESSALUD	Seguro Social de Salud
FONDOEMPLEO	Fondo Nacional de Capacitación Laboral y Promoción del Empleo
FSEL	Ficha Socioeconómica Laboral
GIN	Módulo “Genere su Idea de Negocio”
IE	Institución Ejecutora
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática
ISUM	Módulo “Inicie Su Negocio”
MTPE	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
POA	Plan Operativo Anual
RMV	Remuneración Mínima Vital
RUC	Registro Único del Contribuyente

**1. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO.**

En el siguiente cuadro, se presenta las características básicas del proyecto.

CUADRO 1.1.1. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROYECTO.

Ítem	Descripción
INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	
Código del proyecto	C-13-18
Nombre del proyecto	Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Ancash (JENE-Ancash)
Institución Ejecutora	Programa Nacional de Emprendimiento Juvenil "Jóvenes a la Obra"
Instituciones Asociadas	Universidad Nacional Mayor de San Marcos Municipalidad Provincial de Yungay Municipalidad Distrital de Marcará
Duración del proyecto	22 meses
Fecha de inicio	07 de marzo 2014
Fecha de término	06 de enero 2016
Monto total del proyecto	S/. 1,153,287.85
Monto solicitado a FONDOEMPLEO	S/. 916,443.45
UBICACIÓN DEL PROYECTO	
Departamento	Ancash
Provincias	Carhuaz Yungay
Distritos	Marcará, Yungay
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	
Beneficiarios	180 jóvenes de 18 – 29 años de edad en situación de pobreza y/o vulnerabilidad de las Provincias de Carhuaz y Yungay.
ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO	
FIN:	Contribuir a la generación de empleo decente en los jóvenes de las provincias de Carhuaz y Yungay.
PROPOSITO:	Desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de los jóvenes en situación de pobreza y extrema pobreza de las provincias de Carhuaz y Yungay para generar emprendimientos sostenibles.
RESULTADOS :	Los jóvenes de las provincias de Carhuaz y Yungay cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial.
	Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios.
	Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado.
SECUENCIA DE CAMBIOS ESPERADOS EN LOS BENEFICIARIOS	
Componente 1:	
Resultado	Indicadores:
Los jóvenes de las provincias de Carhuaz y Yungay cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial.	- 180 beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al 1er año de ejecución del proyecto. - 200 jóvenes seleccionados para participar en el proyecto al 4to mes de ejecución del proyecto - 200 jóvenes capacitados en elaboración de planes de negocio al 1er año de ejecución del proyecto - 160 jóvenes culminan sus planes de negocio satisfactoriamente al 1er año de ejecución del proyecto - 100 de planes de negocio evaluados para recibir capital semilla al 11vo mes de ejecución del proyecto



Ítem	Descripción
Actividades:	1.1. Reuniones de coordinación con los aliados locales 1.2. Difusión de los objetivos y beneficios del proyecto Difusión de los objetivos y beneficios del proyecto 1.3. Registro y acreditación de jóvenes 1.4. Identificación y selección de jóvenes con vocación emprendedora 1.5. Taller de para coordinación de inicio del proceso de capacitación 1.6. Desarrollo de habilidades cognitivas y socioemocionales para el emprendimiento (8 sesiones) 1.7. Identificación de ideas de negocio (6 sesiones) 1.8. Elaboración de Plan de Negocios (28 sesiones) 1.9. Concurso de plan de negocio
Componente 2:	
Resultado	Indicadores:
Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios	<ul style="list-style-type: none"> - Al menos 40 planes de negocio de jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto. - 50 jóvenes con planes de negocios cofinanciados con capital semilla de S/. 2500.00, al término del proyecto - 50 jóvenes que reciben acompañamiento en la implementación de sus planes de negocio con capital semilla al término del proyecto
Actividades:	2.1. Entrega de capital semilla 2.2. Acompañamiento personalizado durante la implementación del negocio
Componente 3:	
Resultado	Indicadores:
Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Por lo menos 32 jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial locales al culminar el proyecto - 40 beneficiarios que participan en ferias locales realizan ventas al culminar el proyecto - 04 alianzas estratégicas suscritas con instituciones colaboradoras que den continuidad a los procesos iniciado con los jóvenes al culminar el proyecto
Actividades:	3.1. Organización de la feria 3.2. Asesoría especializada a los jóvenes que participen en las ferias locales 3.3. Desarrollo de una página web para emprendedores

1.1. Período de vida del proyecto.

La fecha programada para el inicio y término del Proyecto se hace referencia en el POA del 1er año y en la Ficha Técnica (del 20 de enero 2014 al 19 de julio 2015), con un periodo de tiempo de 18 meses. Sin embargo, según el Informe de Cierre, se señala que la fecha de inicio fue el 7 de marzo del 2014 a enero del 2016, realizándose en 22 meses.

CUADRO 1.2. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: FECHAS DE INICIO Y CIERRE DEL PROYECTO.

	Programado	Ejecutado
Fecha de inicio	20 de enero 2014	7 de marzo 2014
Fecha de término	19 de julio 2015	06 de enero 2016
Duración en meses	18 meses	22 meses

Fuente: POA 1er año, Informes de Cierre.



1.2. La focalización.

La focalización está comprendida en la Etapa 1 de intervención del Proyecto: identificación y selección del joven emprendedor, que abarca dos aspectos: la planificación de la focalización y selección, y la implementación de la focalización.

La población beneficiaria del proyecto, estuvo comprendida por jóvenes varones y mujeres entre 18 y 29 años de edad, en condiciones de pobreza o vulnerabilidad y con ideas de negocios o negocios en marcha. Las características de los/las jóvenes beneficiarios se corresponden con el perfil indicado en el proyecto aprobado.

CUADRO 1.3. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: SENSIBILIZACIÓN, FOCALIZACIÓN Y SELECCIÓN DE JÓVENES

		Programado	Ejecutado
Jóvenes emprendedores identificados	Focalización geográfica	Carhuaz y Marcará	Carhuaz y Marcará
	Reuniones de coordinación con aliados locales	4	4
	Difusión de los objetivos y beneficios del proyecto	4 (2 por zona de intervención)	4 (2 por zona de intervención)
	Registro y acreditación de jóvenes	260	260
	Selección de jóvenes con vocación emprendedora	230	230

Fuente: POA 1er año, Informe de monitoreo, Reporte de avances noviembre 2015

Previo a la convocatoria de los/las jóvenes, se realizó reuniones de coordinación con actores estratégicos (funcionarios municipales) en los distritos de intervención, para la facilitación de la difusión y promoción del Proyecto. Asimismo, las campañas de difusión fueron realizadas en su totalidad, siendo 2 ejecutadas por lugar de intervención.

1.3. Fase de selección de beneficiarios

Las condiciones requeridas por el Proyecto, se muestra a continuación:

- Rango de edad de 18 a 29 años de edad
- Condición de pobreza o vulnerabilidad
- Jóvenes con ideas de negocios

La fase de selección de los/las beneficiarios, comprende el registro y acreditación de los/las jóvenes, contándose con el apoyo de las municipalidades. Fueron registrados y acreditados 260 jóvenes de los cuales 230 jóvenes con vocación emprendedora fueron seleccionados.

1.4. Fase de capacitación en planes de negocios y planes de mejora

La fase de capacitación es la etapa 2 en la estrategia de intervención del proyecto, que se desarrolló con los/las jóvenes emprendedores seleccionados. Las capacitaciones, estuvieron distribuidas de la siguiente manera:

**CUADRO 1.3. REGIÓN ANCASH. PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDIMIENTO.**

MÓDULO	AULAS	HORAS PEDAGÓGICAS	SESIONES
Habilidades cognitivas y socioemocionales	10	4	8
Ideas de Negocios	10	4	6
Elaboración de Plan de Negocios	10	4	28

Fuente: Documento de Proyecto.

Las capacitaciones estuvieron a cargo de la ECAP - Universidad Nacional Mayor de San Marcos. La metodología usada fue GIN, ISUN, CEPs (competencias emprendedoras personales).

Fueron 183 los/las jóvenes que culminaron la capacitación en gestión para el emprendimiento y elaboraron sus planes de negocios, al primer año de ejecución del Proyecto.

1.5. Costo del proyecto.

Presupuesto	Programado	Ejecutado
FONDOEMPLEO	916,443.45	693,119.98
PROGRAMA "Jóvenes Productivos"	236,844.40	203,407.06
Monto total	1,153,287.85	896,527.04

Fuente: Informe de Cierre del Proyecto

Vinculación del proyecto con otras instituciones, organizaciones y otras intervenciones de la zona.

Las actividades del Proyecto fueron posibles, gracias a la articulación y trabajo conjunto con las municipalidades distritales, las autoridades locales y la institución asociada (ECAP) Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Entonces, el Proyecto trabajó de forma articulada con las siguientes instituciones:

Institución	Colaboración en el Proyecto
Municipalidades Distritales	<ul style="list-style-type: none">- Apoyo en la difusión, convocatoria y captación de jóvenes emprendedores.- Apoyo logístico para capacitaciones y participación de jóvenes en ferias locales.- Autorización para entrega de licencia de funcionamiento de los negocios de los/las emprendedores/as, a bajo costo.
Universidad Nacional Mayor de San Marcos	<ul style="list-style-type: none">- Institución asociada al Proyecto. Encargada de realizar las capacitaciones, asesorías y acompañamiento a jóvenes emprendedores.



2. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO.

2.1. Objetivos del Estudio

Objetivo General.

El objetivo general de la evaluación final es identificar el nivel del logro de los objetivos del proyecto, mediante el análisis de los indicadores de Propósito y Componentes.

Objetivos Específicos.

- OE1. Evaluar la relevancia del Proyecto en relación a la atención de las necesidades y prioridades de la población beneficiaria.
- OE2. Valorar la coherencia y calidad en el diseño del Proyecto, de acuerdo a la metodología del marco lógico.
- OE3. Valorar la calidad de la gestión del Proyecto y la ejecución de las actividades, su correspondencia con lo planificado, su contribución al logro de los resultados y la optimización de los recursos empleados para llevarlas a cabo.
- OE4. Evaluar los logros del Proyecto en el cumplimiento de los objetivos y resultados del mismo.
- OE5. Establecer el nivel de sostenibilidad de la intervención, identificando los factores que aseguran y/o ponen en riesgo la continuidad de la propuesta.
- OE6. Identificar y documentar las lecciones aprendidas, estableciendo recomendaciones que puedan mejorar el diseño e implementación de otros proyectos futuros con una perspectiva sostenible.

2.2. Metodología del estudio.

2.2.1. Encuesta a beneficiarios.

La población de estudio es el total de jóvenes beneficiarios(as) del Proyecto. El estudio plantea obtener indicadores con representatividad estadística a nivel del total de jóvenes beneficiarios(as) del Proyecto. Para ello, se ha tomado una muestra estadística probabilística.

2.2.1.1. Diseño muestral aplicado.

Según los requerimientos de Fondoempleo, la muestra a emplear en la evaluación final debía ser la misma que la empleada en el Estudio de Línea de Base.

En ese sentido, el cálculo del tamaño muestral para un nivel de inferencia del total de beneficiarios del Proyecto fue siguiendo los siguientes parámetros.



CUADRO 2.1: ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO MUESTRAL PARA UN NIVEL DE INFERENCIA GLOBAL.

Elemento del tamaño muestral	Dato utilizado	Fuente de información	Valor
Nivel de confianza	Nivel de confianza propuesto por el equipo consultor.	Términos de referencia	95%
Z tabular	Valor tabular para el nivel de confianza seleccionado	Tablas estadísticas	1.960
e (error que se prevé cometer)	Error esperado propuesto por el equipo consultor.	Términos de referencia	5%
p (frecuencia esperada del parámetro a estimar)	Dato que asume una mayor variabilidad en la muestra y arroja un mayor tamaño muestra.	Términos de referencia	0.5
Población	N° total de beneficiarios(as) que recibirán los servicios del Proyecto.	Ficha del Proyecto.	180
Tamaño muestral estimado			123

Cabe señalar que en el estudio de Línea de Base se realizaron un total de 123 encuestas cumpliéndose con el 100% de lo previsto. En ese sentido, siguiendo el requerimiento de aplicar la encuesta de salida a los mismos jóvenes encuestados en el estudio de base, se procedió a ubicarlos.

Previa coordinación y con el apoyo logístico del equipo técnico del Proyecto, se logró realizar 103 encuestas, durante la tercera semana de enero.

Cabe señalar que, para la presentación de resultados, las cifras de los reportes se han extrapolado al total de beneficiarios, es decir, a los 180 jóvenes. Para ello se ha utilizado un factor de expansión de 1.7476, que resulta de dividir los 180 jóvenes beneficiarios entre las 103 encuestas válidas.

2.2.1.2. Sobre el trabajo de campo.

Selección de encuestadores

Previamente a la implementación del trabajo de campo en la zona de ejecución del Programa, se realizó la convocatoria y selección del equipo de encuestadoras. Para ello, el equipo consultor definió previamente el perfil de las personas que aplicarían las encuestas. El perfil establecido para la selección de encuestadores(as) fue el siguiente:

- De preferencia, Jóvenes de 20 a 30 años, varones o mujeres.
- Egresados de educación superior o estudiantes de últimos ciclos (9° o 10°), de preferencia de carreras sociales (economía o trabajo social) o empresariales (administración, contabilidad).
- Con alguna experiencia previa en aplicación de encuestas.
- Con residencia en el departamento (Ancash) donde se realizó el estudio.
- Con disponibilidad para realizar trabajo de campo.

Según esto, se procedió a la convocatoria de encuestadoras mediante dos medios. El primero proveniente de los propios contactos del equipo consultor (obtenidos en experiencias anteriores) y mediante convocatoria abierta en una red de profesionales, "REDINFOR".



La selección de los CVs del personal para el recojo de datos de campo, se realizó de acuerdo al perfil requerido por el equipo consultor, lográndose armar un equipo de 4 encuestadoras.

CUADRO 3: RELACIÓN DE ENCUESTADORAS PARTICIPANTES DEL TRABAJO DE CAMPO

N°	Nombres y apellidos	DNI	Procedencia	Formación
1	Carol Vilma Terrones Hidalgo	43404743	Huaraz	Ingeniera Agrónoma
2	Chris Zarela Andrade Gamarra	47509216	Huaraz	Ciencias de la Comunicación
3	Nirian Yenifer Tarazona Santos	42275682	Huaraz	Ingeniera Agrónoma
4	Zully Vanessa Escudero Retuerto	43457577	Huaraz	Economista

Capacitación del equipo de encuestadoras.

La capacitación del equipo de encuestadoras se realizó entre el día 10 y 11 de enero, bajo la responsabilidad del Ing. David Zorrilla (como responsable de la capacitación en el manejo del cuestionario de encuesta).

La capacitación se estructuró en cuatro partes. Una primera referida sobre las características del estudio al que responde la encuesta. La segunda parte se centró en aspectos generales de una encuesta, como los tipos de preguntas, el encuestador y sus roles, habilidades requeridas y errores comunes. La tercera parte abordó específicamente el cuestionario de encuesta, aquí se procedió con la explicación de la organización del cuestionario en secciones y capítulos, para luego proceder a revisar y analizar cada una de las preguntas contenidas en el cuestionario, identificándose las relevantes y los propósitos de éstas. Complementariamente y con la finalidad de efectuar un mejor entrenamiento del equipo de campo, se simuló el rol de joven encuestado y cada uno de los encuestadores tuvo que formular las preguntas y lograr la obtención de la respuesta, así, se realizaron prácticas en parejas de encuestadores, simulando la aplicación del cuestionario entre ellos mismos.

CUADRO 2.2: CONTENIDO DE LOS CUATRO MÓDULOS

Características	Descripción
Módulo I. Cuestiones generales del estudio	<ul style="list-style-type: none">- Aspectos básicos del Proyecto.- Objetivos del estudio.- Zona de estudio- Población en estudio- Metodología del estudio (recojo de información).- Cronograma de trabajo.
Módulo II. Aspectos generales del encuestador	<ul style="list-style-type: none">- La encuesta.- Contenido de una encuesta (tipos de pregunta y de respuesta).- El encuestador y sus roles.- Habilidades clave para aplicar una encuesta.- Errores comunes en la aplicación de encuestas
Módulo III. Revisión detallada del cuestionario FSEL-L3	<ul style="list-style-type: none">- Cuestiones generales de la encuesta.- Revisión de preguntas del formato A: Datos generales del beneficiario- Revisión de preguntas del formato B: Educación y capacitación para el trabajo- Revisión de preguntas del formato C: Condición de actividad- Revisión de preguntas del formato D: Ocupación principal- Revisión de preguntas del formato E: Sobre el negocio- Revisión de preguntas del formato F: Sobre la participación en el Proyecto

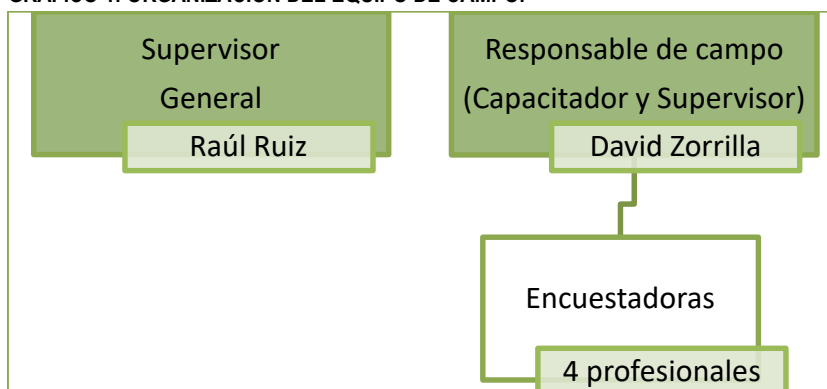


Características	Descripción
Módulo IV. Aplicación de prueba del cuestionario FSEL-L3	- Revisión de encuestas aplicadas. - Identificación y discusión de errores en la aplicación.

Aplicación de encuestas.

El equipo de campo estuvo conformado por un total de 5 personas, las cuales han cumplido cargos y responsabilidades diferentes, su participación puede observarse en el siguiente gráfico.

GRÁFICO 1: ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE CAMPO.



La aplicación de las encuestas se realizó del 10 al 16 de enero del 2016, obteniendo un total 103 encuestas (83.74% de lo planificado), las mismas que fueron debidamente revisadas por el supervisor de campo y como resultado de ello se realizaron la sistematización de las mismas.

CUADRO 2.3: RECUENTO DE ENCUESTAS APLICADAS SEGÚN DISTRITO.

Provincia	Distritos	Mujer	Hombre	Total
Carhuaz	Anta	1	2	3
	Marcará	25	23	48
Huaylas	Caraz	3	3	6
Yungay	Mancos	2	4	6
	Yungay	28	12	40
Total general		59	44	103

Elaboración propia.

2.2.1.3. Periodo de referencia del cuestionario.

El cuestionario emplea como referencia temporal al momento o periodo (semana, mes o meses) previo a la fecha de encuesta.

En los casos donde se pregunta sobre una situación (por ejemplo, condición de actividad), el momento de referencia es la semana previa a la fecha de encuesta (Por ejemplo si se encuestó el 12 de enero del 2016, entonces se consulta sobre la semana del 4 al 10 de enero del 2016).



En caso que se pregunte por un flujo (por ejemplo, las ventas), el periodo de referencia corresponde a los últimos 12 meses previos a la fecha de encuesta (Por ejemplo si se encuestó el 12 de enero del 2016, entonces se consulta sobre el periodo de enero del 2015 a diciembre del 2015).

Considerando que las encuestas se realizaron del 10 al 16 de enero, los periodos de referencia son la semana del 4 al 10 de enero de 2016, el mes de diciembre de 2015 y el periodo de enero a diciembre de 2015.

2.2.2. Entrevistas a profundidad.

Con el objeto de recoger información referente a las percepciones de los actores involucrados en el Proyecto, se realizaron 6 entrevistas que permitieron explicar mejor el nivel de involucramiento en la solución de problemas abordados por el Proyecto y de los factores que han influenciado en el logro de los resultados y objetivos.

2.2.3. Revisión documentaria.

Otra de las actividades preparatorias para el estudio involucró realizar la revisión de información secundaria disponible:

- Convenio firmado entre FONDOEMPLEO y la IE.
- Documento de proyecto (incluyendo aspectos técnicos y económicos), en su versión final.
- Plan Operativo Anual (POA) del proyecto aprobado por FE (que contenga las últimas modificaciones de los indicadores y metas por hitos o entregables).
- Matriz de árbol de productos, instrumento interno de la Unidad de Gestión de Proyectos de FONDOEMPLEO.
- Estudio de base del Proyecto.
- Informes de avance del proyecto, presentado por las IE a FONDOEMPLEO.
- Informes del Gestor de Proyectos de FONDOEMPLEO.

2.3. Período de referencia del estudio.

El marco temporal que abarcó el estudio corresponde al periodo de implementación del Proyecto, el cual va del 07 de julio de 2014 al 31 de diciembre de 2015.



3. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.

3.1. Características básicas de los beneficiarios(as).

Respecto a la población beneficiaria del Proyecto, 180 jóvenes varones y mujeres entre los 18 y 29 años de edad, se observa una mayor presencia de mujeres frente a los varones, 55,3% son mujeres y el 44,7% restante son varones.

La edad promedio es de 22 años; la mayoría (72,4%) tiene entre 18 y 24 años de edad, seguido por el grupo de 25 años a más (27,6%).

En relación a su primer idioma, se puede observar que el Castellano es la lengua predominante entre la población de beneficiarios.

CUADRO 3.1. REGIÓN ANCASH. LÍNEA DE BASE: INDICADORES PERSONALES DE LOS BENEFICIARIOS, A MAYO 2015. (PORCENTAJE)

Indicador	Unidad de medida	Resultado
Sexo		
Mujeres	%	55,3
Hombre	%	44,7
Total (%)	%	100,0
Número de beneficiarios	Nº	180
Edad (Promedio)1/		
Promedio (Desviación estándar)	Nº	22 (4)
Rangos de edades (años)		
De 18 a 24 años	%	72,4
De 25 a más	%	27,6
Total (%)	%	100,0
Número de beneficiarios	Nº	180
% de beneficiarios cuya lengua materna es diferente al castellano	%	49,6

1/ Nota: La cifra en paréntesis indica la desviación estándar.

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2015.

Elaboración: INTERSOCIAL.

En general, se observa que el 50% ostenta o asiste a una carrera profesional técnica y/o universitaria. El grupo más importante lo conforman aquellos con educación superior no universitaria (32,5%), seguido por aquellos que tienen una educación universitaria (16,3%). El grupo más pequeño (6,5%) son los que cuentan con una educación de opción ocupacional (CETPRO).

**CUADRO 3.2. REGIÓN ANCASH. LÍNEA DE BASE: INDICADORES EDUCATIVOS DE LOS BENEFICIARIOS, A MAYO 2015.**

Nivel de educación	Unidad de medida	Resultado
Ninguno	%	0,0
Primaria	%	0,8
Secundaria	%	43,9
Opción ocupacional (CETPRO)	%	6,5
Superior no universitaria	%	32,5
Superior universitaria	%	16,3
Total (%)	%	100,0
Número de beneficiarios	Nº	180
% de beneficiarios con expectativas de continuar estudiando (%)	%	50,4
% que ha estudiado algún curso de corta duración	%	12,2

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2015.

Elaboración: INTERSOCIAL.

Preparación para el trabajo.

Se observa que los jóvenes han incrementado ligeramente en su nivel de incursión en cursos cortos, de un 12,2% antes del Proyecto a un 12,6% durante el periodo del Proyecto. En este aspecto, se mantiene los cursos de computación e informática como el más estudiado por los jóvenes antes y durante el Proyecto.

CUADRO 3.3. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: INDICADORES EDUCATIVOS DE LOS BENEFICIARIOS, A ENERO 2016.

(PORCENTAJE)

Beneficiarios con estudios de corta duración	Línea de Base	Evaluación Final
Jóvenes que realizaron cursos de corta duración en los últimos años		
% de jóvenes que realizó cursos	12,2	12,6
Relación de cursos que llevaron		
Administración y comercio	6,7	0,0
Artesanía y manualidades	0,0	7,7
Computación e informática	20,0	23,1
Comunicación, imagen y sonido	20,0	0,0
Construcción	6,7	23,1
Cultivo agrícola y pecuaria	0,0	7,7
Estética personal	0,0	7,7
Electricidad y electrónica	6,7	0,0
Hostelería y turismo	20,0	0,0
Mecánica y motores	6,7	0,0
Salud	13,3	7,7
Servicios sociales y asistenciales	6,7	0,0
Textil y confección	0,0	7,7
Otros	0,0	15,4
Total	100,0	100,0
Nº de jóvenes que realizaron cursos	22	23

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

Elaboración: INTERSOCIAL.



Condición de ocupación en trabajos dependientes.

La condición de actividad en los dependientes ha sufrido una ligera reducción, pasando de un 58.5% a un 44.7% de jóvenes ocupados en este tipo de empleo. Esta situación se acentúa en mujeres con trabajo dependiente, dado que en el estudio de base las mujeres representaban el 45,6%, mientras que en el estudio final la tasa de ocupación dependiente decrece a un 30,5%; este descenso responde principalmente a que las jóvenes han reemplazado su actividad dependiente por la implementación de negocios propios (las mujeres con negocios han pasado de 19% a 42%).

Cabe señalar una leve caída en el acceso a empleo dependiente, especialmente para los jóvenes mayores de 24 años.

CUADRO 3.4. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: CONDICIÓN DE ACTIVIDAD DEPENDIENTE DE LOS BENEFICIARIOS, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)

Condición de actividad dependiente	Línea de Base	Evaluación Final
Total jóvenes		
Tiene trabajo dependiente (familiar o no familiar)	58,5%	44,7
No trabaja	41,5%	55,3
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios	180	200
Por sexo		
Mujeres que trabajan	45,6	30,5
Hombres que trabajan	63,6	63,6
Por rangos de edad		
Jóvenes de 18 a 24 años que trabajan	56,2	48,0
Jóvenes de 25 años a más que trabajan	47,1	35,7
Por nivel educativo		
Primaria	1,5	0,0
Secundaria	45,5	57,5
Opción Ocupacional (CETPRO)	4,5	14,3
Superior no universitaria	34,8	50,0
Superior universitaria	13,6	21,1

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.
Elaboración: INTERSOCIAL.

Caracterización de negocios.

En cuanto a la implementación de negocios, se observan cambios significativos pues existen más jóvenes con negocios propios, pasando de un 14,6% antes del Proyecto a un 42,7% al final del mismo.

En este punto, los hombres muestran un mejor desempeño, pues el aumento de negocios ha tenido una mayor tasa de crecimiento, pues pasaron de 9,1% a 43,2%; mientras que las mujeres crecieron de 19,1% a 42,4%.



La mejora en el acceso a empleo independiente se mantiene en todos los rangos de edad de los jóvenes. Segmentado por niveles educativos, vemos que los grupos de mayor crecimiento en cuanto a emprendimiento, son representados en su mayoría por los jóvenes que cuentan con mínimo un estudio técnico.

CUADRO 3.5. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: CONDICIÓN DE ACTIVIDAD INDEPENDIENTE DE LOS BENEFICIARIOS, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)

Condición de actividad independiente	Línea de Base	Evaluación Final
Total jóvenes		
Tiene negocio	14,6	42,7
No tiene	85,4	57,3
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios	180	180
Por sexo		
Mujeres con negocio	19,1	42,4
Hombres con negocio	9,1	43,2
Por rangos de edad		
Jóvenes de 18 a 24 con negocio	9	34,7
Jóvenes de 25 años a más con negocio	29,4	64,3
Por nivel educativo		
Secundaria	13,0	25,0
Opción ocupacional (CETPRO)	37,5	85,7
Superior no universitaria	7,5	47,2
Superior universitaria	25,0	57,9

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.
Elaboración: INTERSOCIAL.

CUADRO 3.6. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: BENEFICIARIOS CON UN NEGOCIO, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)

Negocio creado...	Línea de Base	Evaluación Final
Antes del proyecto	Sin información	31,8
Durante el proyecto	Sin información	68,2
Total	Sin información	100,0

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.
Elaboración: INTERSOCIAL.

Giro, antigüedad y propiedad de los negocios.

El incremento de negocios se ha concentrado en el sector agricultura, ganadería, caza y silvicultura pues han pasado de representar de 38,9% a 43,2%, así como en cuanto a Hoteles y restaurantes que de un 5,6% ha pasado a un 15,9% del total. Lo cual ha significado una reducción de la participación de los negocios en el sector Comercio e Industrias Manufactureras respecto al total existente.

Por tratarse de un incremento de nuevos negocios, la edad promedio de los negocios disminuyó de 1,8 años a 0,75 años. Por otro lado, observamos que la cantidad de beneficiarios con negocios creció en un total de 196%.

Una peculiaridad que se mantiene similar tiene que ver con la propiedad de los negocios, más del 60% está bajo la propiedad exclusiva de los beneficiarios mientras que el restante está en propiedad asociada con terceros.

**CUADRO 3.7. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)**

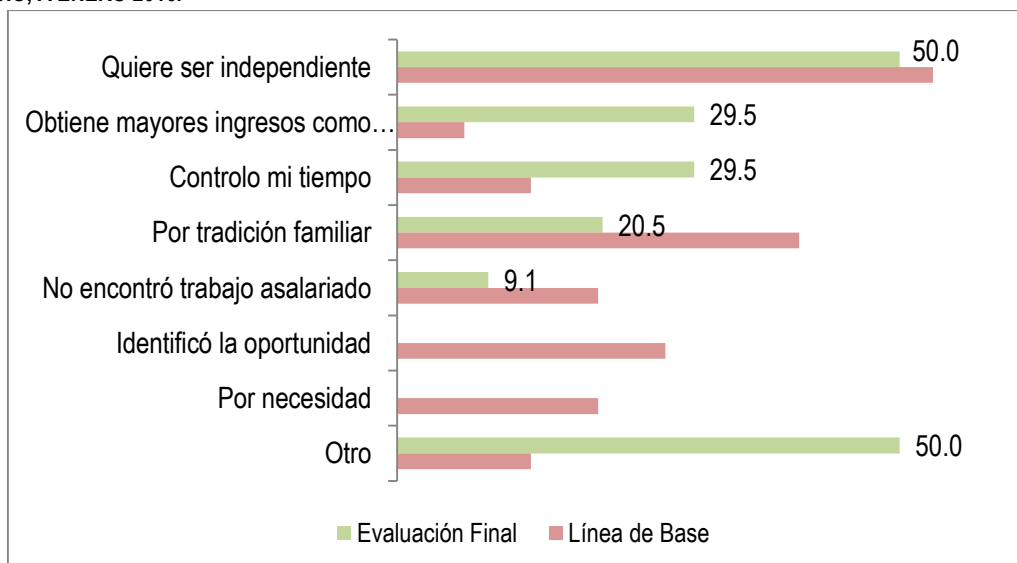
Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Giro del negocio		
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	38,9	43,2
Comercio al por mayor y al por menor;	33,3	6,8
Enseñanza	0,0	6,8
Industrias manufactureras	11,1	6,8
Hoteles y restaurantes	5,6	15,9
Servicios Sociales y de Salud	0,0	9,1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5,6	0,0
Otras actividades de servicios comunitarios sociales y personales	5,6	11,4
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios con negocios		
	26	77
Años de antigüedad del negocio (Promedio) 1/		
Años	1,8 (2,2)	0,75 (11)
Rangos de años de antigüedad del negocio		
Menos de 6 meses	16,7	68,2
De 7 a 12 meses	16,7	11,4
De 13 a 24 meses	50,0	11,4
Más de 2 años	16,7	9,1
Total (%)	100,0	100,0
Propiedad del negocio		
Sólo el beneficiario	44,4	77,3
El beneficiario y otras personas	55,6	22,8
Otras personas	0,0	0,0
Total (%)	100	100,0
Número de beneficiarios con negocios		
	26	77

1/ La cifra entre paréntesis indica la desviación estándar

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

Elaboración: INTERSOCIAL.

La motivación principal para ser empresarios se mantiene, es decir, el querer ser trabajadores independientes.

GRÁFICO 3.1: REGIÓN ANCASH. LÍNEA DE BASE Y EVALUACIÓN FINAL: MOTIVOS POR LOS QUE DECIDIÓ FORMAR EL NEGOCIO, A ENERO 2016.

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

Elaboración: INTERSOCIAL.



Gestión de los negocios.

Además del nivel de implementación de negocios aumentó, se observa que el nivel de formalidad ha variado favorablemente, como en el caso del 72,7% tiene RUC, 52,3% cuenta con Licencia de Funcionamiento y 13,6% cuenta con Declaración Anual ante SUNAT.

Respecto a la ubicación del negocio, alrededor del 63,6% funcionan en talleres o locales dentro de la vivienda, un 25% lo hace en un establecimiento comercial a parte y un 4,5% lo hace en la vía pública, sin puesto fijo, al igual que en puestos fijos / improvisado en mercado de abastos.

Una evidencia de la informalidad de los negocios se observa en la emisión de comprobantes, el 40,9% de los negocios nunca lo hace.

CUADRO 3.8: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Razón Social del Negocio.		
RUC	11,1	72,7
Minuta de Constitución	0,0	2,3
Inscripción en SUNARP	0,0	9,1
Libros contables	0,0	4,5
Planilla de personal	0,0	2,3
Licencia de funcionamiento	11,1	52,3
Declaración Anual ante SUNAT	0,0	13,6
Inscripción en REMYPE	0,0	0,0
Cuenta bancaria	0,0	4,5
Página web	0,0	4,5
Cuenta de correo electrónico	0,0	4,5
Registro de ventas informal	27,8	0,0
Registro de compras informal	33,3	0,0
Total	100,0	100,0
Nº de jóvenes con negocios	26	77
Ubicación del negocio		
Taller o local comercial dentro de la vivienda	38,9	63,6
Local en un establecimiento diferente a la vivienda	22,2	25,0
En la vía pública, sin puesto fijo	16,7	4,5
En la vía pública, puesto fijo	5,6	0,0
Puesto Fijo / Improvisado en mercado de abastos	0,0	4,5
En el domicilio de los clientes	0,0	2,3
Otros	16,7	0,0
Total	100,0	100,0
Beneficiarios con negocio que emite boletas		
Negocio formalizado con registro ante la SUNAT	40,0	40,0
Beneficiarios con negocio que emite boletas		
Sí, siempre	Sin información	22,7
Sólo cuando el cliente lo pedía	Sin información	36,4
Nunca	Sin información	40,9
Total	Sin información	100,0

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

Elaboración: INTERSOCIAL



Un cambio favorable en cuanto la gestión del negocio tiene que ver con el uso de registros de compras. Antes del Proyecto, el 34% de los negocios usaban este instrumento de gestión; sin embargo, ahora lo hace el 50% de los negocios; aunque este registro se hace en un cuaderno de apuntes (y no en un registro formal) resalta que el uso es cotidiano.

La motivación para hacer uso de este instrumento tiene que ver con el hecho de que los emprendedores son conscientes de su utilidad, así, el 63,6% declaran que les sirve para llevar el control de su negocio y poder calcular sus gastos.

CUADRO 3.9: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Uso de registros de compras		
Usa registros de compras	34,6	50,0
No usa	65,4	50,0
Total	100,0	100,0
Nº de jóvenes con negocios	26	77
Formalidad y frecuencia del registro de compras.		
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	-	22,7
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	-	4,5
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo siempre	-	59,1
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando	-	13,6
Total ()	-	100,0
Utilidad del registro de compras. 1/		
Para saber cuánto gasto en el negocio	Sin información	63,6
Para saber la ganancia de mi negocio	Sin información	31,8
No lo uso para nada	Sin información	4,5
Otro	Sin información	4,5
Total	Sin información	100,0
Como elegir proveedores. 1/		
Que sean mis amigos	Sin información	2,3
Que me ofrezcan un producto de calidad	Sin información	43,2
Que me ofrezcan descuentos	Sin información	40,9
Que me ofrezcan cancelar el producto después	Sin información	0,0
Que tenga el producto cuando lo solicito	Sin información	6,8
Que estén ubicados cerca de mi negocio	Sin información	0,0
Que sean recomendados por un amigo / familiar	Sin información	2,3
Otro	Sin información	13,6
Total	Sin información	100,0

1/ Respuesta múltiple.

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

Elaboración: INTERSOCIAL

Se observa un claro crecimiento en el uso de registros de ventas, antes del Proyecto sólo lo usaban el 26,9%, ahora lo practican el 52,3%; aunque este registro se hace principalmente en un cuaderno de apuntes, existe un 60,9% de negocios que lo hacen en un registro informal y lo hace de manera continua.

La motivación para hacer uso de este instrumento tiene que ver con el hecho de que los emprendedores son conscientes de su utilidad, así, más del 65,2% declaran que les sirve para poder calcular sus ganancias.

**CUADRO 3.10: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)**

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Uso de registros de ventas		
Usa registros de ventas	26,9	52,3
No usa	73,1	47,7
Total	100,0	100,0
Nº de jóvenes con negocios	26	77
Formalidad y frecuencia del registro de ventas.		
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	Sin información	26,1
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	Sin información	0,0
Es un registro informal y lo realizo siempre	Sin información	60,9
Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando	Sin información	13,0
Total ()	Sin información	100,0
Utilidad del registro de ventas		
Para saber cuánto ingresa a mi negocio	Sin información	34,8
Para saber la ganancia de mi negocio	Sin información	65,2
No lo uso para nada	Sin información	0,0
Otro	Sin información	4,3
Total	Sin información	100,0

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

Elaboración: INTERSOCIAL

Una característica latente de los negocios consiste en que la toma de decisiones se concentra en los propios jóvenes debido a que son los únicos dueños; sin embargo, en los casos de los negocios formados conjuntamente con otros socios, la toma de decisiones recae en ambos, el joven beneficiario y sus socios. Son pocos los casos donde la toma de decisiones está en mano de otras personas diferentes de los propietarios.

CUADRO 3.11: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: TOMA DE DECISIONES EN EL NEGOCIO, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)

¿Quién...	Sólo yo	Yo con mis socios	Solo mis socios	Trabajadores	Trabajadores y yo	Otras personas	No corresponde/No realiza
...Realiza la producción / venta / servicio?	65,9	18,2	0,0	0,0	6,8	6,8	2,3
...Controla los gastos de la empresa?	81,8	15,9	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3
...Decide la compra de equipos?	84,1	13,6	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3
...Negocia con los proveedores?	79,5	15,9	0,0	0,0	0,0	2,3	2,3
...Determina el precio de venta de su producto/servicio?	77,3	18,2	0,0	0,0	0,0	2,3	2,3
...Determina la ganancia de su producto / servicio?	81,8	15,9	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3
...Consigue los clientes?	65,9	18,2	0,0	0,0	4,5	6,8	4,5

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

Elaboración: INTERSOCIAL



Ventas y ganancias¹ de los negocios.

El notable incremento de la tasa de negocios (de 14,4% a 42,7%) observado anteriormente, no se presenta en el ámbito de las ventas y las ganancias.

Analizando exclusivamente a los jóvenes con negocios, vemos que nivel de ventas mensuales promedio asciende a S/. 1 244,21, lo que equivale a un incremento del 6%.

En el caso de las ganancias mensuales, se observa una caída del 10%, no significativo pero que vale la pena recalcar.

CUADRO 3.12: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: INDICADORES ECONÓMICOS DE LOS NEGOCIOS, AL 2015

Indicador	Unidad de medida	Línea de Base	Evaluación Final
Promedio de ventas anuales (S/./año)			
Monto de venta anual	S/./año	14 151 (22 603)	14 930,52 (59 627,93)
Promedio de ventas mensuales (S/./mes)			
Monto de venta mensual	S/./mes	1 179 (1 884)	1 244,21 (4 968,99)
Promedio de ganancias anuales (S/./año)			
Monto de ganancia anual	S/./año	6 903 (11 192)	6 274,85 (16 948,27)
Promedio de ganancias mensuales (S/./mes)			
Monto de ganancia mensual	S/./mes	575 (933)	522,90 (1 412,36)

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

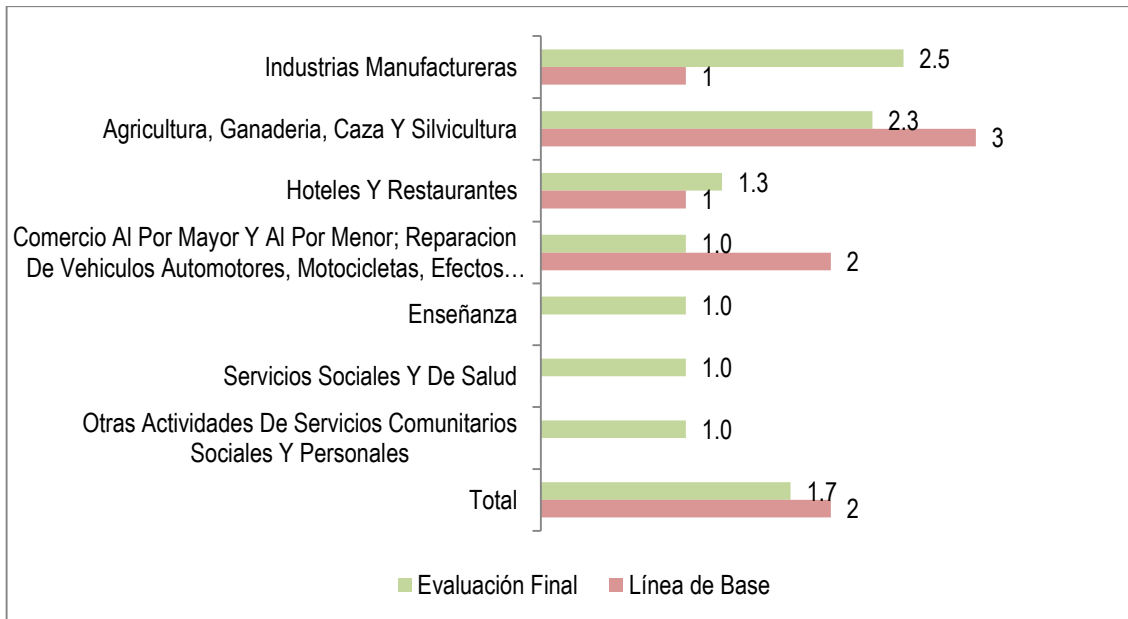
Elaboración: INTERSOCIAL.

Trabajadores en los negocios.

Un punto importante positivo tiene que ver con la posibilidad de generar empleo a terceros, al respecto, se observa una leve reducción del número promedio de trabajadores contratados. Antes del proyecto, el número promedio de trabajadores era de 2 personas ahora es de 1,7 personas lo cual significa una reducción del 15%.

GRÁFICO 3.2: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: NUMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LOS BENEFICIARIOS, A DICIEMBRE 2015.

¹ La estimación de ganancias no considera el sueldo del emprendedor por la gestión del negocio. Ello debido a que ninguno de los emprendedores se ha establecido un sueldo fijo por su labor. En ese sentido, es de esperarse que la ganancia real sea menor a la presentada.



Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.
Elaboración: INTERSOCIAL

Se observa que tanto los negocios con trabajadores permanentes y eventuales se han incrementado. No obstante, un punto no tan positivo tiene que ver con que el empleo adicional que se viene generando, pues un porcentaje considerable aún se concentra en el de tipo familiar, más aún en el familiar no remunerado.

En lo que respecta al financiamiento de los negocios, se observa que la importancia de los recursos propios se mantiene.

CUADRO 3.13. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: VINCULACIÓN DEL NEGOCIO CON EL MERCADO DE FACTORES, A DICIEMBRE 2015. (PORCENTAJE)

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Contratación de trabajadores		
Número de negocios con trabajadores	12	31
Número promedio de trabajadores	2 (2)	1,7 (1,1)
Contratación de trabajadores permanentes		
Número de negocios con trabajadores permanentes	6	19
Número promedio de trabajadores permanentes (1/).	1 (0)	1,5 (0,7)
Contratación de trabajadores eventuales		
Número de negocios con trabajadores eventuales	6	16
Número promedio de trabajadores eventuales (1/).	3 (3)	1,6 (0,9)
Contratación de trabajadores familiares		
Número de negocios con trabajadores familiares	10	3
Número promedio de trabajadores familiares (1/).	2 (2)	2,0 (1,2)
Contratación de trabajadores familiares no remunerados		
Número de negocios con trabajadores familiares	Sin información	30
Número promedio de trabajadores familiares (1/).	Sin información	1,4 (0,6)
Contratación de trabajadores no familiares		
Número de negocios con trabajadores no familiares	3	5
Número promedio de trabajadores no familiares (1/).	1 (0)	1,3 (0,5)



Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Fuentes de financiamiento 2/.		
Recursos propios	83,3	86,4
Recursos de familiares/amigos	72,2	22,7
Préstamo de proveedores	5,6	0,0
Préstamo de clientes	0,0	0,0
Préstamo de Bancos	5,6	0,0
Préstamo de Cajas Munic./Rurales	0,0	0,0
Préstamos de ONG	0,0	2,3
Otro	22,2	9,1
Total (%)	100,0	100,0
Número de negocios	26	77

1/ Nota: La cifra en paréntesis indica la desviación estándar.

2/. Respuesta múltiple.

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

Elaboración: INTERSOCIAL.

Vinculación con el mercado de bienes.

En cuanto a los clientes, a pesar de una ligera caída, se observa que la importancia de los consumidores finales (familiares, vecinos y amigos) aún continúa teniendo la mayor importancia pues el 50% de negocios tiene este tipo de clientes.

Por otro lado, aunque la procedencia de los clientes se concentra en los residentes del distrito de operación del negocio, se observa que los negocios con clientes del distrito donde está el negocio ha disminuido considerablemente de un 83,3% a un 52,3%, lo cual resulta siendo positivo si consideramos que el mercado de destino de los negocios es ahora de mayor tamaño.

CUADRO 3.14. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: VINCULACIÓN DEL NEGOCIO CON EL MERCADO DE BIENES, A DICIEMBRE 2015. (PORCENTAJE)

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Principales clientes. 1/		
Ambulantes	16,7	13,6
Mayoristas	33,3	4,5
Consumidores individuales	55,6	36,4
Empresas de menos de 10 trabajadores	11,1	2,3
Empresas de más de 10 trabajadores	0,0	2,3
Estado	0,0	4,5
Agente / Empresa / Exportadora	0,0	2,3
Familiares/amigos/vecinos	55,6	50,0
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios	26	77
Procedencia de principales clientes. 1/		
Distrito donde está ubicado el negocio	83,3	52,3
Provincia donde está ubicado el negocio (incluye alternativa anterior)	72,2	65,9
Región donde está ubicado el negocio	11,1	4,5
En otras regiones	0,0	2,3
En el extranjero	0,0	2,3
Otro	0,0	9,1
Total	100,0	100,0



Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Criterios tomados para determinar el precio del producto		
Costos de producción	50,0	29,5
Precio de los competidores	38,9	40,9
Lo que el cliente está dispuesto a pagar	16,7	2,3
Otro	0,0	27,3
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios	26	77

1/. Respuesta múltiple.

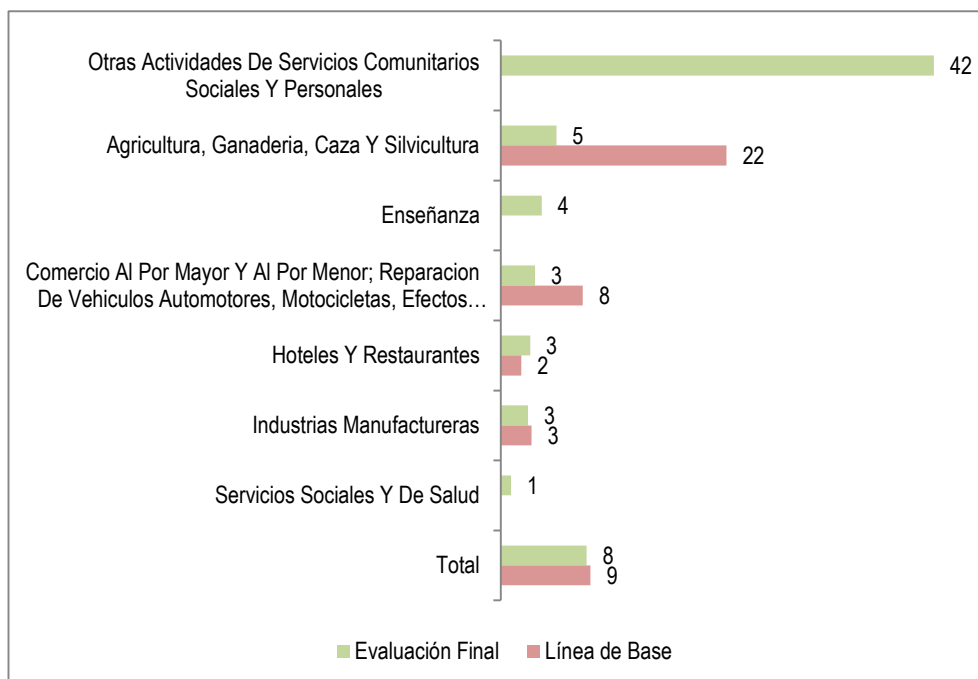
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.

Elaboración: INTERSOCIAL.

Respecto al nivel de competencia, se observa que éste ha cambiado significativamente luego de culminado del Proyecto, el número promedio de empresas competidoras ha disminuido de 9 a 8, este cambio es muy significativo.

No obstante, visto por sectores productivos, vemos que las Actividades de Servicios Comunitarios Sociales y Personales son los que más competencia tienen ahora ya culminado el Proyecto.

GRÁFICO 3.3: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: EMPRESAS QUE OPERAN EN LA ZONA POR GIRO DEL NEGOCIO, A ENERO 2016.



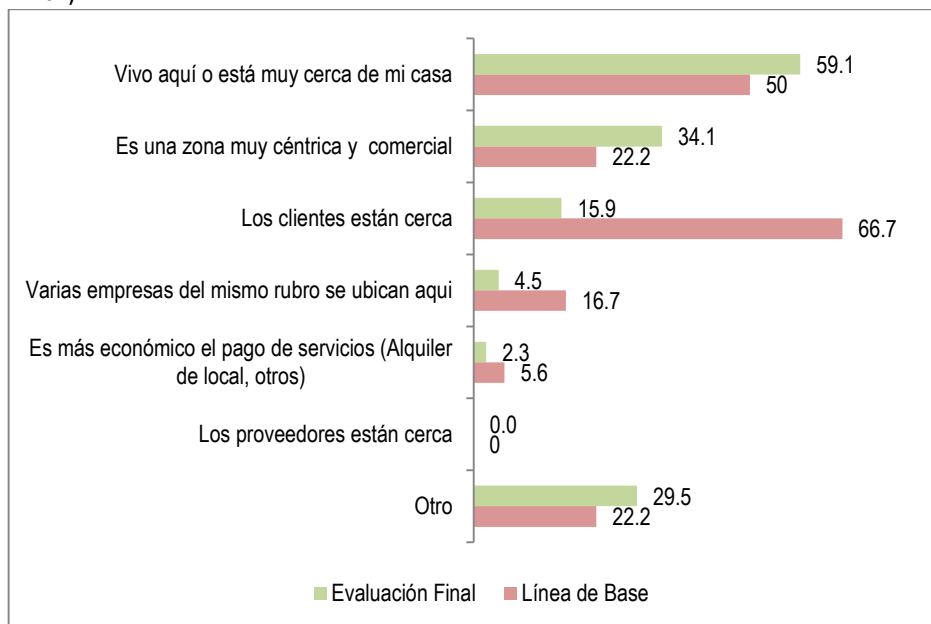
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.

Elaboración: INTERSOCIAL.

En cuanto a los motivos por los que el negocio se ubica en esa zona, el tener la casa cerca o vivir en ese lugar mantiene similar importancia a la observada al inicio del Proyecto.



GRÁFICO 3.4: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: MOTIVOS POR LO QUE EL NEGOCIO O LA EMPRESA SE ENCUENTRA UBICADA EN ESA ZONA, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)

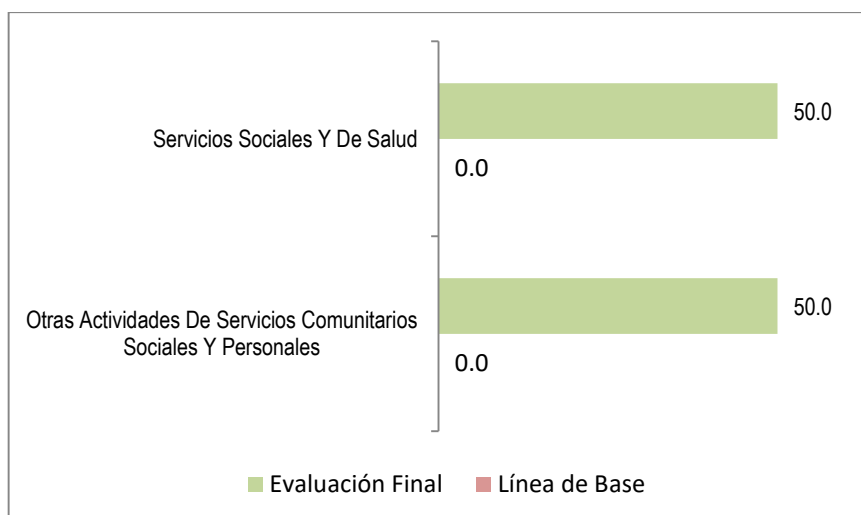


Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.

Elaboración: INTERSOCIAL.

Una de las debilidades que aún se mantienen en los negocios es su aislamiento en relación a gremios y asociaciones de empresarios. Al respecto, se puede notar una variación negativa ya que solo 3 de los 77 jóvenes con negocio mencionaron pertenecer a una asociación de emprendedores o negociantes.

GRÁFICO 3.5: REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: EMPRESAS QUE PERTENECEN A UNA ORGANIZACIÓN POR GIRO DE NEGOCIO, A ENERO 2016. (PORCENTAJE)



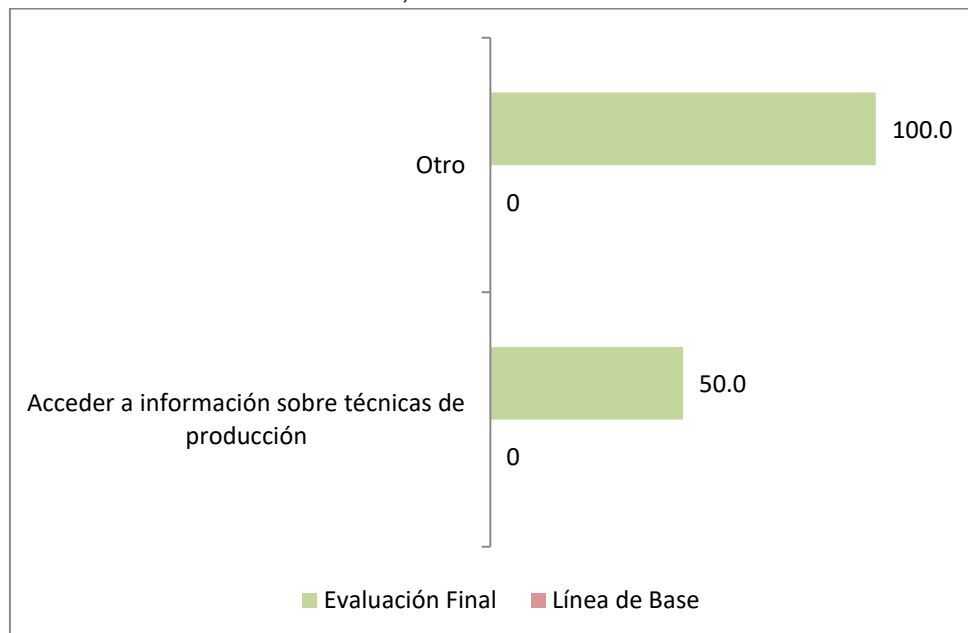
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.

Elaboración: INTERSOCIAL.



Respecto a las ventajas, los pocos jóvenes agremiados indican que obtienen otros tipos de ventajas no mencionadas en el cuestionario, además la mitad indica que la ventaja más relevante es el poder “Acceder a información sobre técnicas de producción”.

GRÁFICO 3.6: REGIÓN ANCASH. VENTAJAS QUE HA CONSEGUIDO LA EMPRESA DE PARTICIPAR EN UNA ORGANIZACIÓN SEGÚN ESTUDIO DE EVALUACIÓN, A ENERO 2016.



Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Enero 2016.
Elaboración: INTERSOCIAL.

Participación en el Proyecto.

En general, la gran mayoría de los beneficiarios (99%) corroboran haber recibido las capacitaciones ofrecidas por el Proyecto; adicionalmente, más de la mitad (77,7%) declara haberlas culminado mientras que un 21,4% restante afirma no haber participado en todas las sesiones. La gran mayoría de los que no pudieron culminar con las capacitaciones declaran haber sido a causa de los estudios y problemas familiares.

Por otro lado, respecto a la elaboración de los planes de negocios, se observa que el 77,7% de jóvenes confirman haber elaborado los planes o mejora de negocios promovidos por el Programa; sin embargo, aquí, una vez más, poco más de la mitad (63,1%) llegó a concluirlo, principalmente aquellos que culminaron el programa de capacitación.

Asimismo, se observa que un porcentaje del 58,3% de los que culminaron sus planes de negocios, participó del concurso para acceder al capital semilla. De estos participantes, el 63,3% declara haber ganado el capital.

Finalmente, sin considerar si ganaron o no el premio de capital semilla, se observó que el 37,9% de jóvenes ha iniciado o implementado su plan de negocios o mejora.



CUADRO 3.15. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: PARTICIPACION DEL BENEFICIARIO EN EL PROYECTO, A ENERO 2016.
(PORCENTAJE)

Indicador	Evaluación Final
Culminó la capacitación	
Sí culminó	77,7
No culminó	21,4
No participó de la capacitación	1,0
Total	100,0
Motivos de no culminación de la capacitación	
Mis estudios me lo impidieron	34,8
Mi trabajo me lo impidió	26,1
Los horarios de la capacitación no me convenían	4,3
Problemas familiares y/o de salud impidiendo que continúe	34,8
Otro	26,1
Total (%)	100,0
Beneficiarios que elaboraron un plan de negocios	
Sí, lo elaboré y lo terminé	63,1
Sí, lo elaboré pero no lo terminé	14,6
No elaboré el plan de negocios	22,3
Total	100,0
Beneficiarios que participaron para obtener capital semilla	
Sí, participé	58,3
No participé	41,7
Total (%)	100,0
Beneficiarios que obtuvieron el capital semilla	
Sí	63,3
No	36,7
Total (%)	100,0
Total beneficiarios q participaron en concurso	105
Beneficiarios que implementaron su plan de negocios	
Sí, estoy implementando	10,7
Sí, ya está operando	27,2
No	62,1
Total (%)	100,0
Total beneficiarios	180

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

Elaboración: INTERSOCIAL.



3.2. Comparación de los indicadores de la Línea de Base con la Evaluación Final.

CUADRO 3.16: REGIÓN ANCASH. LINEA DE BASE: CUADRO COMPARATIVO DE LÍNEA DE BASE DEL PROYECTO.

Indicador	Unidad de medida	Línea de Base	Evaluación Final
PROPÓSITO			
Desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de los jóvenes en situación de pobreza y extrema pobreza de las provincias de Carhuaz y Yungay, para generar emprendimientos sostenibles.			
Sin indicadores formulados.			
COMPONENTE 1.			
Los jóvenes de las provincias de Carhuaz y Yungay cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial			
180 de beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al 1er año de ejecución del proyecto.	N° de jóvenes capacitados en gestión de emprendimientos.	0	178
	N° de jóvenes que culminan la capacitación en gestión de emprendimientos.	0	155
COMPONENTE 2.			
Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios.			
40 planes de negocio de jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto.	N° de jóvenes con planes de negocios.	0	113
	N° de jóvenes que reciben capital semilla	0	50
	N° de jóvenes con negocios en funcionamiento.	26	77
COMPONENTE 3.			
Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado.			
32 jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial locales al culminar el proyecto.	N° de jóvenes con negocio que realizan ventas	26	77



3.3. Análisis de los criterios de evaluación del proyecto.

Pertinencia.

Correspondencia del Proyecto con las necesidades y prioridades de la población beneficiaria.

El Proyecto busca atender las necesidades de empleo de los/las jóvenes de los distritos rurales de Marcará y Yungay, a través del fortalecimiento de sus capacidades para el emprendimiento de negocios sostenibles, con los cuales ellos puedan generar sus propias fuentes de trabajo.

De acuerdo a las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la población de 15 a 29 años, estaría representada por 1 113 jóvenes. Asimismo, la PEA juvenil (entre 15 y 29 años de edad) en el distrito de intervención del Proyecto, estaría conformada por un total de 363 jóvenes, de los cuales se encontrarían ocupados el 88%. Sin embargo, los jóvenes que se encuentran ocupados y que perciben algún ingreso sólo representan el 60% del total.

CUADRO 3.1. REGIÓN AYACUCHO. EVALUACIÓN FINAL: POBLACIÓN DE 15 A 29 AÑOS DE EDAD SEGÚN CONDICIÓN DE OCUPACIÓN EN EL DISTRITO DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO.

Distrito	Jóvenes de 15 a 29 años							
	Población	PEA	PEA ocupada		PEA desocupada		Con ingresos	
Huamanguilla	1 113	363	318	87.6%	45	12.4%	217	60%
TOTAL	1 113	363	318	87.6%	45	12.4%	217	60%

Fuente: INEI. Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda.

Elaboración: INTERSOCIAL.

Consecuentemente con estas cifras, estamos hablando de 750 jóvenes no PEA (conformado por personas que estudian o dedicadas a los quehaceres del hogar); y de más de 140 jóvenes ocupados que no perciben ningún ingreso económico por la actividad que realizan.

Respecto al desempleo juvenil, los diferentes actores/as locales entrevistados/as, han manifestado que es un problema relevante en Ancash y principalmente en la zona rural, como es el caso de los distritos de intervención del Proyecto, y que dicha situación se debe a la falta de oportunidades laborales, y a la falta de herramientas y capacidades en la juventud para generar autoempleo.



Actor	Ideas centrales manifestadas
Municipalidad de Huaraz (Gerente de Desarrollo Económico)	Dentro del área urbana hay una sobre población de la migración del campo a la ciudad. Hay problemas de empleo esto acrecienta el trabajo informal. También hay pandillaje la falta de trabajo es el problema. En la parte rural es la ausencia de jóvenes. El agro está colapsando porque los jóvenes migran a la costa o a las capitales de provincia y ya no hay mano de obra joven.
"Jóvenes a la Obra" (Jefe Zonal Ancash)	Es adverso para el sector femenino. En rubros de servicios los jefes no quieren contratar mujeres, y en el rubro de cocina prefieren contratar hombres. Se ofrece bajos sueldos a los/las jóvenes, así estén capacitados y bien preparados. Uno encuentra a jóvenes que se capacitan por vacaciones y una vez que retoman los estudios desertan y dejan el trabajo. En las zonas rurales hay jóvenes que tienen más necesidades y ven la forma de salir adelante.
Otros profesionales locales. (Asistente Administrativo, Capacitadora del Proyecto).	Existe una deficiencia de empleo juvenil, pero también existen jóvenes que no tienen interés en trabajar y aun así quieren ganar más de un sueldo básico. El otro detalle con los estudios que tiene la competencia laboral es alto, hay muchos profesionales que trabajen con sueldo básico. Fala apoyo del estado a los jóvenes son marginados, debería de promover la educación como medio para el empleo futuro.

Fuente: Entrevistas a actores locales. Evaluación final del Proyecto. Enero 2016.

Elaboración: INTERSOCIAL.

En el documento de formulación, se señala que uno de los problemas que afrontan los jóvenes en la región Ancash y más aún en los distritos de intervención son las limitadas capacidades emprendedoras para generar emprendimientos sostenibles.

Ante esta situación, el proyecto responde pertinentemente promoviendo la generación de emprendimientos con los/las jóvenes, brindándoles herramientas para que puedan insertarse en el mercado económico local.

Correspondencia del Proyecto con las capacidades y potencialidades a nivel local y regional.

Frente al problema del desempleo juvenil, el Proyecto pretende promover la generación de emprendimientos económicos que se inserten principalmente en el sector agropecuario, dado su desarrollo en la región Ancash.

Los/las entrevistados/as han coincidido en señalar que existe oportunidades de emprendimiento en el sector, principalmente a escala regional, nacional e internacional. Asimismo, potenciar las actividades agropecuarias; sin embargo, existe temor de los/las jóvenes emprendedores en involucrarse en la referida actividad, por el temor a que sus negocios fracasen.

El diagnóstico de oportunidades de negocio en ambas provincias, elaborado por el Proyecto, ha identificado un mayor potencial en las actividades turísticas, agropecuarias y comerciales, lo que influye en la dinámica económica de la región de Ancash.

**CUADRO 3.2.: OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS EN LA REGIÓN AYACUCHO SEGÚN OPINIÓN DE LOS ACTORES LOCALES.**

Actor	Ideas centrales manifestadas
Municipalidad de Huaraz (Gerente de Desarrollo Económico)	En el área de desarrollo económico buscamos fortalecer capacidades diferentes rubros de micro empresas, agropecuarios, estudiantes de universidad, se tratan temas de proyectos productivos, se coordina con los ministerios de producción y trabajo. Se hizo un piloto de ventanilla de promoción del empleo desde el mes de diciembre.
"Jóvenes a la Obra" (Jefe Zonal Ancash)	Existe potencial en los jóvenes para el desarrollo de emprendimientos. Sin embargo, se debería continuar fortaleciendo sus capacidades a través de proyectos. Primero, comprometer a las autoridades, para garantizar un futuro sostenible, pudiendo obtener mejores resultados en el dinamismo económico de la zona.
Otros profesionales locales. (Asistente Administrativo, Capacitadora).	Las oportunidades que se presentan para los/las jóvenes, es generar su empleo acorde a las necesidades, existe mucho temor en ellos/as sobre el fracaso de su negocio, por eso se debe continuar con la asistencia y capacitaciones con profesionales especializados, y sobretodo motivación. El Estado, a través de la ventanilla única hace convenio con Mega Plaza. Así mismo se promueve el empleo juvenil a través de: Trabaja Perú, Vamos Perú, entre otros. Todo se centra en un mismo medio. Para llegar a la meta se debe buscar la inserción de los jóvenes y es un solo universo para toda la población. Los programas del estado cada vez son más y está un poco viciado.

Fuente: Entrevistas a actores locales. Evaluación final del Proyecto. Enero 2016.

Elaboración: INTERSOCIAL.

De acuerdo a la información proporcionada por los/las entrevistados/as, existe efectivamente una tendencia positiva en el desarrollo de las actividades de servicios y productiva. Sin embargo, las principales dificultades que se presentan para impulsar un negocio de emprendimiento, es la falta de conocimiento de los/las jóvenes sobre formación de empresas, manejo financiero y estudio de mercado. Además, la falta de financiamiento económico y recursos para implementar y fortalecer sus negocios.

Cabe señalar, que, en el Documento del Proyecto, se señala que las entidades que promueven las actividades agropecuarias en la zona son: AGRORURAL (dedicada a la forestación y producción de kiwicha), SENASA (sanidad agraria), SIERRA EXPORTADORA (producción y mejorar de quinua, palta, entre otros) y AGROIDES (fortalecimiento de producción de cereales).

En tal sentido, la promoción en la generación de emprendimientos juveniles es acertada y tiene buenas posibilidades en el potencial agrario y comercial.

Coherencia interna y calidad en la formulación del Proyecto.

Respecto a la coherencia y calidad en la formulación del Proyecto, de acuerdo a la metodología del marco lógico, se observa lo siguiente:

- El análisis de problemas resulta coherente con el diagnóstico que sustenta la propuesta del Proyecto, tanto en la identificación del problema central (limitadas capacidades emprendedoras) como de las causas directas (débil capacidades en gestión de proyectos, escasas redes de soporte y acompañamiento y limitada articulación al mercado). El análisis causa-efecto en la elaboración del árbol de problemas es correcto. Se explicita de



manera adecuada la relación entre el problema central y el efecto último en la situación de empleo en los jóvenes.

- El análisis de objetivos se corresponde también coherentemente con el análisis de problemas. El análisis de medios-fines es igualmente correcto. Se explicita adecuadamente la relación entre el objetivo central y el fin último en la situación del empleo en los jóvenes.
- En la matriz de marco lógico, la definición de objetivos y resultados se desprende de manera directa del árbol de objetivos. La definición del propósito y de los componentes del Proyecto es clara. La finalidad del Proyecto indica claramente la contribución de la intervención a la mejora de la situación del empleo de los/as jóvenes.
- La formulación de indicadores cuenta con los elementos centrales de cantidad, calidad y tiempo.
- Las actividades consideradas en cada componente se corresponden adecuadamente con los resultados propuestos y consideran las acciones mínimas necesarias para el logro de los mismos, como es la convocatoria, capacitación, asesoría y acompañamiento técnico, la facilitación de capital semilla y la promoción y difusión de los negocios a través de ferias locales.
- Los supuestos del Proyecto han sido planteados de manera concreta y son coherentes con los resultados y el propósito del Proyecto. Los riesgos identificados se corresponden con las condiciones externas mínimas necesarias para el éxito del Proyecto.

Coherencia externa del Proyecto.

- Complementariedad y coherencia con los objetivos y las actividades realizadas por otras instituciones en el mismo entorno territorial.
- Sinergias entre el Proyecto y otras iniciativas.

La estrategia del Proyecto, propone el trabajo articulado con la ECAP Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en calidad de institución asociada al Proyecto, con el objetivo de designar especialistas para el desarrollo de las capacitaciones, asesorías y acompañamiento a los/las emprendedores.

Los actores locales importantes que se han involucrado en el proyecto son autoridades locales (funcionarios de municipalidades distritales) a través del compromiso y participación activa en las distintas etapas del Proyecto tanto en las coordinaciones, convocatoria, capacitaciones y premiación a los/las ganadores, en relación al apoyo logístico.



Efectividad.

Efectividad en la focalización de los beneficiarios.

La focalización de los beneficiarios se realizó definiendo, primero, un perfil del joven objetivo del proyecto y, segundo, precisando una estrategia de localización de éstos al interior del ámbito de intervención.

Sobre el primer punto, el documento de formulación del Proyecto propone el perfil del joven objetivo: rango de edad de 18 a 29 años, condición de pobreza o vulnerabilidad y con idea de negocio.

Respecto a las estrategias de focalización y localización de los/las jóvenes objetivos, en el documento de formulación del Proyecto, se propone realizar lo siguiente: a) reuniones de coordinación con actores locales, b) difusión de los objetivos del Programa, c) registro y acreditación de jóvenes, y d) selección de jóvenes con vocación emprendedora. Durante esta etapa la IE, ha tenido el apoyo activo de algunos Municipios de Yungay, Marcará y Carhuaz.

La realización de las actividades de focalización, se ha llevado a cabo como se detalla a continuación:

- 1) Reuniones de coordinación con los aliados locales (4 reuniones de 4 programadas)
- 2) Difusión de objetivos del proyecto (4 de 4 programadas)
- 3) Registro y acreditación de jóvenes (260 de 260 programados).

CUADRO 3.3. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: FOCALIZACIÓN Y SELECCIÓN DE JÓVENES.

Criterios / procedimientos	Programado	Ejecutado
Focalización geográfica	Reuniones con autoridades locales en las comunidades para dar a conocer objetivos del Proyecto	Realizado según lo previsto.
Difusión de objetivos y beneficios del proyecto	4 campañas de difusión	Realizado según lo previsto.

Fuente: Entregable 2.

Elaboración: INTERSOCIAL.

Efectividad en la selección de beneficiarios

Para la fase de selección de los/las jóvenes, se empleó un conjunto de criterios que permitirían identificar las características deseadas de los/las jóvenes en términos de edad, situación económica y situación de emprendedurismo.

El procedimiento seguido fue tal como se propuso en el documento de formulación. Primero, los/las postulantes con ideas de negocios o con negocios en marcha, se inscribían, el equipo técnico con apoyo de los actores aliados logró identificar e inscribir a jóvenes de localidades



lejanas al centro de los distritos. Luego, se pasó a un proceso de verificación de la documentación, para seleccionar a los/las jóvenes con vocación emprendedora.

CUADRO 3.4. REGIÓN ANCASH. EVALUACIÓN FINAL: FOCALIZACIÓN Y SELECCIÓN DE JÓVENES.

Crterios / procedimientos de focalización	Programado	Ejecutado
Perfil del beneficiario		
Residencia geográfica	Convocatoria y selección en los distritos de las provincias de Carhuaz y Marcará	Realizado según lo previsto.
Grupo etario	Jóvenes de 18 y 29 años	Realizado según lo previsto.
Situación económica	Preferentemente en situación de pobreza.	Realizado según lo previsto.
Situación de emprendurismo	Con ideas de negocio.	Realizado según lo previsto.
	Con negocios en marcha.	Realizado según lo previsto.

Fuente: Documentos del Proyecto

Elaboración: INTERSOCIAL.

Efectividad en la capacitación en planes de negocios y planes de mejora

Tal como estuvo previsto en el documento de proyecto, una vez identificados y seleccionados los/las jóvenes beneficiarios del Proyecto, se dio inicio a las capacitaciones.

La metodología empleada en las capacitaciones en planes de negocio, se desarrolló mediante módulos de: habilidades cognitivas, socioemocionales, GIN e ISUN complementada con CEPs (competencias emprendedoras personales).

El desarrollo de las capacitaciones, estuvo a cargo de especialistas de la ECAP - Universidad Nacional Mayor de San Marcos, cumpliendo funciones de capacitadores y asesores en planes de negocios en las zonas de intervención.

Las capacitaciones fueron distribuidas en 10 aulas: 5 en el distrito de Yungay y 5 en el distrito de Marcará. El horario establecido fueron los sábados y domingos y se realizaron en Instituciones Educativas.

CUADRO 3.5. : REGIÓN ANCASH. PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDIMIENTO.

GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO	SESIONES		FECHA INICIO	FECHA TÉRMINO
	Número	Temas		
Habilidades cognitivas y socioemocionales	8	<ul style="list-style-type: none"> - Autoevaluación de las habilidades personales - Las características del emprendedor - Identificar y reconocer las competencias emprendedoras - Razonamiento lógico matemático - Comunicación /comprensión lectora 	9/11/15	16/11/15
Identificación de ideas de negocio	6	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es un emprendedor? - Habilidades emprendedoras: planificación, poder y plan de mejora - Identificando ideas de negocios - Generando mis propias ideas de negocios - Análisis FODA 	22/11/14	25/01/15



GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO	SESIONES		FECHA INICIO	FECHA TÉRMINO
	Número	Temas		
Elaboración de Plan de Negocios	28	<ul style="list-style-type: none">- Emprendiendo negocio- Identificación de mercado- Conocimiento de los competidores- Plan de mercado y mercadeo- Organizando el negocio- Diseño de proceso de producción- Calculando costos- Estimación de capital inicial- Plan financiero- Plan de implementación de negocio, entre otros.		

Fuente: Documento del Proyecto, Entregable 2, Informe de Cierre.

Elaboración: INTERSOCIAL.

Los giros que los/las jóvenes presentaron en sus planes de negocio, según manifestaron en las entrevistas fueron productivo (agricultura, ganadería, crianza de animales menores), servicios y comercio. Asimismo, señalan que las clases teóricas y prácticas fueron adecuadas, dinámicas y motivadoras; les hicieron entrega de materiales de trabajo como lapiceros, mochilas, gorros, cuadernos, calculadoras y manuales; respecto a la asistencia, refieren la falta de compromiso de algunos emprendedores o las limitaciones (distancia, estudio, trabajo, embarazo, problemas familiares) para continuar asistiendo a las capacitaciones.

Los/las profesionales entrevistados del equipo técnico del proyecto, manifiestan que algunos/as jóvenes han tenido dificultades para asistir continuamente a las capacitaciones debido a la distancia. Además, se evidenció mayor esfuerzo en los/las jóvenes con bajos recursos durante las capacitaciones con el objetivo de ser acreedores del capital semilla y mejorar su vida.

La implementación de las capacitaciones, en términos generales, se realizó según lo previsto, se capacitó en elaboración de planes de negocios a 183 jóvenes, de dicho total fueron evaluados y seleccionados 104 planes de negocios, de los cuales 50 se hicieron acreedores del capital semilla (2 500 soles). Culminada las capacitaciones, los/las profesionales de la ECAP, han continuado brindando asesoría en planes de negocios.

Sostenibilidad.

En el análisis de los factores de sostenibilidad de los emprendimientos promovidos, se identifican aspectos relacionados con el mercado, con el compromiso y apoyo de las instituciones públicas que deben o pueden brindar apoyo a este sector, y con los/as propios/as jóvenes beneficiarios/as.

A nivel institucional.

Habiendo culminado la intervención del Proyecto, no existen más acciones de acompañamiento o apoyo concreto de la IE a los emprendimientos promovidos. Sin embargo, se han realizado a lo largo del Proyecto alianzas estratégicas con las Municipalidades de Yungay y Marcará, para el



apoyo logístico en las distintas actividades, asimismo el compromiso de las autoridades locales para la continuidad en el acompañamiento y apoyo a los/las jóvenes emprendedoras al finalizar el Proyecto.

En relación al mercado.

Por otro lado, un factor importante que brinda una mayor sostenibilidad a los emprendimientos promovidos es que estos están orientados principalmente hacia los sectores de producción, servicios y comercio.

Su participación en las feriales locales para la implementación de sus planes de negocios, como parte de las actividades del Plan Operativo del Proyecto, les ha permitido tener contacto con sus potenciales clientes y la exigencia que implica. En ese sentido, los aprendizajes recibidos del proyecto, ha impulsado y evidenciado las capacidades fortalecidas de los/las jóvenes del Proyecto.

En relación al joven emprendedor.

En cuanto a los/as jóvenes, el factor evidente y más crucial para la sostenibilidad de sus emprendimientos, es su capacidad como emprendedor/a.

Según el equipo técnico del proyecto, el tiempo de asesorías y acompañamiento, no fueron los suficientes para que los/las jóvenes logren interiorizar todos los conocimientos transferidos, por lo cual existen indicios de la necesidad de contar con el acompañamiento constante, según el giro del negocio. Asimismo, manifiestan que se debía fortalecer las capacidades de los/las capacitadores como medio para la motivación a los/las jóvenes.

**4. CONCLUSIONES.**

Criterio	Conclusión	Valoración
Pertinencia	<p>El Proyecto atiende una necesidad real y de alta prioridad para los jóvenes de la Región Ancash, particularmente para los/as jóvenes donde se observa precariedad en el empleo por sus bajos ingresos e inestabilidad.</p> <p>Asimismo, se da respuesta a una problemática creciente en la Región, referida al incremento permanente de jóvenes egresados/as de la educación básica y superior de la zona y que no encuentran alternativas de empleo y generación de ingresos.</p> <p>La alternativa de la promoción del autoempleo a través del fortalecimiento de emprendimientos de negocios, es pertinente dada la limitada demanda de empleo en las instituciones públicas y empresas privadas.</p> <p>Aunque la región se caracteriza por el poco desarrollo de sus sectores económico-productivos, el Proyecto ha identificado adecuadamente las oportunidades de crecimiento en los sectores de comercio y producción. Así, la generación de emprendimientos juveniles aporta al propio desarrollo económico local y regional.</p> <p>En general, el diseño del Proyecto responde adecuadamente a los criterios metodológicos de formulación según la metodología del marco lógico. A pesar que el análisis de problemas no se vincula directamente con el diagnóstico que sustenta el Proyecto (en la relación de promoción de emprendimientos y la generación de empleo), se observa que el análisis de problemas es coherente a nivel causal y el análisis y definición de objetivos presenta una estructura coherente. Las actividades responden adecuadamente a los componentes identificados y consideran las acciones mínimas suficientes para el alcance de los resultados y del propósito del Proyecto. Los supuestos y riesgos del Proyecto se corresponden adecuadamente con los objetivos/resultados planteados y con las condiciones externas necesarias.</p>	MEDIO-ALTA
Efectividad	<p>Por un lado, las metas en términos de los principales productos generados por el Proyecto (capacitaciones, asistencias técnicas, participación en concursos) se han alcanzado según lo planificado:</p> <ul style="list-style-type: none">- 183 jóvenes (101% de la meta programada) han culminado los planes de capacitación.- 104 jóvenes (104% de la meta programada) han formulado y participado del concurso de planes de negocios.- 50 jóvenes (100% de la meta programada) han recibido capital semilla del Proyecto. <p>Adicionalmente, se identifica un alto nivel de satisfacción de los jóvenes por los servicios recibidos, específicamente la capacitación y las asesorías.</p> <p>De otro lado, parte de los efectos inmediatos más relevantes también han sido alcanzados:</p> <ul style="list-style-type: none">- Se ha observado una mejora de 196% en la tasa de jóvenes con negocio.- La cantidad promedio de trabajadores ha disminuido de 2 a 1.7 personas por negocio.- El monto de venta promedio mensual se ha incrementado significativamente en 6%. Las ganancias mensuales han disminuido en un 10%.	MEDIO-ALTA



Criterio	Conclusión	Valoración
Sostenibilidad	<p>La sostenibilidad de los emprendimientos promovidos está garantizada en el caso de los negocios, pero no en los jóvenes con ideas de negocios.</p> <p>El análisis de los factores de sostenibilidad identifica por tanto factores a favor como factores en contra.</p> <p>Entre los factores a favor resaltan las capacidades emprendedoras de los jóvenes y la orientación de los negocios hacia los sectores de producción y comercio, que son los sectores con potencial de crecimiento en la Región. Adicionalmente, en el caso de los jóvenes con negocios se observa una firme voluntad de continuar con sus negocios e implementar sus planes de mejora. Sin embargo, en los jóvenes con ideas de negocios juegan en contra algunos factores que restan las capacidades de emprendimiento de los jóvenes estudiantes o egresados/as de institutos, en quienes se observa menor voluntad de continuar con los negocios,</p> <p>Entre los factores en contra, se tiene la falta de políticas regionales y locales que promuevan el desarrollo de emprendimientos económicos en los jóvenes y el limitado apoyo por parte de las instituciones públicas y privadas.</p>	MEDIA-ALTA



5. RECOMENDACIONES

En la planificación / formulación.

- Visualizar de manera explícita cómo el diagnóstico referido a la problemática del desempleo juvenil, se soluciona o se reduce con la estrategia de promoción de emprendimientos juveniles.
- El periodo de ejecución del Proyecto debe ser mayor. Ello permitirá ampliar las acciones orientadas a la capacitación de los jóvenes, la implementación y seguimiento de los negocios promovidos.
- Los indicadores de resultados y propósito deben estar orientados particularmente a los efectos que se busca tener con el Proyecto (desarrollo de capacidades, negocios implementados, ventas generadas, empleos generados) y no necesariamente a los productos a entregar (personas capacitadas, personas asesoradas, personas que formulan planes, personas que participan en concursos).
- Las actividades deben considerar un componente de evaluación y orientación psicológica, que permita identificar mejor las actitudes de los jóvenes y darles un mejor soporte para fortalecer su autoestima y capacidades de liderazgo en el desarrollo de sus emprendimientos.
- Se debe dar mayor fuerza a las estrategias de acompañamiento, pues, según los encuestados, éstos son clave para dar una mayor garantía de sostenibilidad a los emprendimientos promovidos.

En la implementación.

- Desde la difusión, definir bien los criterios de selección de beneficiarios, de modo que no se atraiga una cantidad de jóvenes que no cumplan con el perfil deseado.
- Debe evaluarse si el límite de edad es pertinente, pues los jóvenes declaran que existe muchos mayores de 29 años interesados y con mayor madurez para comprometerse con las actividades y metas del Proyecto.
- Se debe revisar y precisar mejor el perfil de joven emprendedor/a que se busca apoyar con el Proyecto. Deben considerarse otros aspectos como los actitudinales, la experiencia previa y del entorno familiar. Los propios jóvenes indican que debe mejorarse la selección de jóvenes, particularmente, el referido con el compromiso al Proyecto.
- Debe evaluarse si el perfil del joven estudiante de educación superior coincide con el de un emprendedor, ya que como se sabe un emprendedor o empresario se caracteriza principalmente por su nivel de dedicación a la actividad, por su bajo nivel de aversión al riesgo, entre otros.



6. ANEXOS.

6.1. Instrumentos de recojo de información.

6.2. Bases de datos de las encuestas aplicadas.