



EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO

“JÓVENES EMPRENDIENDO PARA EL ÉXITO: FORTALECIENDO EL EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLANDO NUEVOS NEGOCIOS EN LAS PROVINCIAS DE ICA Y PISCO” PROYECTO C-13-26

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

Raúl Percy Ruiz Escurra (Coordinador)
David Zorrilla Mejía (Especialista)

Lima, diciembre 2015



INDICE

LISTA DE ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS.....	1
1. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO.....	2
2. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO.....	7
2.1. Objetivos del Estudio.....	7
2.2. Metodología del estudio.....	7
2.3. Período de referencia del estudio.....	11
3. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.....	12
3.1. Características básicas de los beneficiarios(as).....	12
3.2. Evolución de los indicadores del marco lógico del proyecto.....	27
3.3. Análisis de los criterios de evaluación del proyecto.....	28
4. CONCLUSIONES.....	37
5. RECOMENDACIONES.....	39
6. ANEXOS.....	41
6.1. Instrumentos de recojo de información.....	41
6.2. Bases de datos de las encuestas aplicadas.....	41

**LISTA DE ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS.**

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
IE	Institución Ejecutora
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática
MTPE	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
ONG	Organizaciones No Gubernamentales
POA	Plan Operativo Anual
PROMPERU	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
RMV	Remuneración mínima vital
RUC	Registro Unitario del Contribuyente

**1. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO.**

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

CUADRO 1.1: INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROYECTO.

Ítem	Descripción
INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	
Código del proyecto	C-13-26
Nombre del proyecto	Jóvenes emprendiendo para el éxito: Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Ica y Pisco
Institución Ejecutora	APRENDA S.A.
Instituciones Asociadas	PAN-SOY; Peru2021; Pluspetrol; Somos Empresa; Mibanco; Gobierno Regional de Ica: Gerencia de Desarrollo Social y Gerencia de Desarrollo Económico
Duración del proyecto	18 meses
Fecha de inicio (programada)	29 de enero 2014
Fecha de término (programada)	28 de julio 2015
Monto total del proyecto	S/. 1,011,843.71
Monto solicitado a FONDOEMPLEO	S/. 491,707.71
UBICACIÓN DEL PROYECTO	
Departamento	Ica
Provincias	Ica, Pisco
Distritos	La Tinguiña, Parcona, San Andrés, Pisco, Paracas
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	
Beneficiarios	200 jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Ica y Pisco
ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO	
FIN:	Mejorar la calidad de vida de los jóvenes de las provincias de Ica (distritos de La Tinguiña y Parcona) y Pisco (Pisco, San Andrés y Paracas) en la región Ica.
PROPOSITO:	Fortalecer y promover el desarrollo de nuevos emprendimientos de los jóvenes de las provincias de Ica (distritos de La Tinguiña y Parcona) y Pisco en la región Ica
RESULTADOS :	Jóvenes capacitados en temas de emprendimiento y gestión empresarial
	- Jóvenes fortalecen sus negocios en marcha o implementan su idea de negocios para vincularse al mercado - Jóvenes han incorporado mejoras en sus negocios
	Jóvenes reciben capital semilla y/o capital de trabajo para emprender su negocio
SECUENCIA DE CAMBIOS ESPERADOS EN LOS BENEFICIARIOS	
Componente 1:	
Resultado	Indicadores:
Jóvenes capacitados en temas de emprendimiento y gestión empresarial	- 160 jóvenes con negocios en marcha hacen uso de 3 herramientas de gestión empresarial: tales como (i) plan de marketing ideas de negocio, (ii) plan de negocios y (iii) manejo de flujo de caja al onceavo mes de iniciado el proyecto. - 40 jóvenes con ideas de negocio hacen uso de 3 herramientas de gestión empresarial: tales como (i) plan de marketing ideas de negocio, (ii) plan de negocios y (iii) manejo de flujo de caja al onceavo mes de iniciado el proyecto. - 40 jóvenes con Ideas de negocio capacitados en 3 temas: (i) la elaboración de planes de negocios,



Ítem	Descripción
	(ii) gestión empresarial y (iii) articulación comercial al onceavo mes de iniciado el proyecto. - 160 jóvenes con negocios en marcha capacitados en 3 temas: (i) la elaboración de planes de negocios, (ii) gestión empresarial y (iii) articulación comercial al onceavo mes de iniciado el proyecto. - 40 jóvenes con negocios en marcha al onceavo mes del proyecto cuentan con un plan de negocio - 160 jóvenes con negocios en marcha al décimo mes del proyecto cuentan con un plan de negocio y plan de mejora.
Actividades:	1.1. Sensibilización y convocatoria de beneficiarios vía medios masivos 1.2. Selección e inscripción de beneficiarios 1.3. Dictado de sesiones de capacitación 1.4. Certificación de Jóvenes que culminan la capacitación en gestión de negocios
Componente 2:	
Resultado	Indicadores:
Jóvenes fortalecen sus negocios en marcha o implementan su idea de negocios para vincularse al mercado Jóvenes han incorporado mejoras en sus negocios	<ul style="list-style-type: none"> - 40 jóvenes con negocios en marcha y con cartera de clientes logran al menos algún contrato de bienes o servicios respecto a su cartera al 20° mes de ejecutado el proyecto. - 10 jóvenes con ideas de negocio y con cartera de clientes logran al menos algún contrato de bienes o servicios respecto a su cartera al 20° mes de ejecutado el proyecto. - 20 jóvenes con negocios en marcha se asocian para participar en diferentes modalidades de articulación con el mercado (ferias, concursos privados-públicos entre otros) al 20° mes de ejecutado el proyecto. - Al menos 5 jóvenes con ideas de negocio se organizan para participar en diferentes modalidades de articulación con el mercado (ferias, concursos privados-públicos entre otros al 20° mes de ejecutado el proyecto. - Al menos 3 alianzas estratégicas promovidas son suscritas por jóvenes emprendedores - 10 jóvenes con ideas de negocio establecen su articulación comercial al mes 20 de ejecutado el proyecto - 50 jóvenes con negocios en marcha establecen su articulación comercial al mes 20 de ejecutado el proyecto - 10 Jóvenes con ideas de negocio con negocio implementado - 50 Jóvenes con negocios en marcha con negocio fortalecido. - Al menos 5 mejoras incorporadas al finalizar el proyecto por cada negocio que haya recibido acompañamiento.
Actividades:	2.1. Selección de los jóvenes a asesorar 2.2. Realización de visitas de asesoramiento a jóvenes con ideas de negocio y negocios en marcha 2.3. Reforzamiento de asesorías para la implementación de planes de negocio y su plan de mejora 2.4. Acompañamiento para continuar la implementación de su negocio
Componente 3:	
Resultado	Indicadores:
Jóvenes reciben capital semilla y/o capital de trabajo para emprender su negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento de la disponibilidad de capital de 35 jóvenes al 12° mes de ejecutado el proyecto. - Al menos 30 jóvenes que reciben capital semilla se encuentran bancarizados al 12° mes de ejecutado el proyecto. - 30 jóvenes con ideas de negocio o negocios en marcha disponen de un capital semilla de 2,500 soles al 12° mes de iniciado el proyecto. - Al menos 5 jóvenes asociados o con empresas societarias (SRL o SAC) con 5 plantas procesadoras de Soya instaladas y funcionando al 12° mes de iniciado el proyecto.
Actividades:	3.1. Inscripción de participantes al concurso de capital semilla 3.2. Evaluación de planes de negocio 3.3. Selección de ganadores de capital semilla 3.4. Entrega de capital semilla



1.1. Período de vida del proyecto.

Considerando que el primer informe de avance del Proyecto indica que la fecha de inicio real del Proyecto fue dos semanas y media posterior al inicio programado, la duración real del Proyecto de 17.5 meses.

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

	Programado	Ejecutado
Fecha de inicio	29 de enero de 2014	17 de Febrero 2014
Fecha de término	28 de julio de 2015	28 de Julio 2015
Duración en meses	18 meses	17.5 meses

Fuente: APRENDA. Informes mensuales de avance del Proyecto.

1.2. La focalización

La población beneficiaria del Proyecto estuvo comprendida por jóvenes varones y mujeres entre 18 y 29 años de edad, provenientes de las zonas urbanas o rurales de las provincias de Ica y Pisco, quienes tuviesen ideas de negocio y/o algún negocio en marcha. Las características de los jóvenes beneficiarios se corresponden con el perfil indicado en el proyecto aprobado.

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

	Programado	Ejecutado
Focalización geográfica	Ica y Pisco	Ica y Pisco
Implementación de un sistema de selección de emprendedores con ideas de negocio y/o en marcha	01	01
Campaña de promoción y difusión	01	01
Medios informativos utilizados	05 (charlas, programas radiales, volantes, afiches)	06 (charlas, programas radiales, volantes, afiches, redes sociales)
Identificación y selección de emprendedores con ideas de negocio y/o en marcha	500 inscritos / 200 capacitados	508 inscritos / 212 capacitados

Fuente: Documento de Proyecto. Informes mensuales de avance del Proyecto.

La convocatoria se realizó empleando los medios de difusión previstos (charlas, radio, afiches y volantes), adicionalmente se empleó las redes sociales (facebook) para la convocatoria y difusión del Programa Éxito¹. Según los jóvenes entrevistados, el medio por el que se enteraron fueron los volantes colocados en sitios clave (institutos, municipios) y el aviso de amigos y familiares que conocía del Programa.

1.3. Fase de selección de beneficiarios.

A partir del tercer mes del proyecto se contó con un sistema de focalización de emprendedores con ideas de negocios y/o negocios en marcha. Los criterios de selección empleados se muestran en el siguiente cuadro.

¹ Nombre utilizado para hacer la difusión y convocatoria de las acciones de apoyo a los jóvenes emprendedores.



Criterios de selección	Jóvenes entre 18 y 29 años, en situación de pobreza preferentemente.
	Jóvenes con ideas de negocio y/o en marcha vinculadas a los sectores de agricultura, manufactura y comercio y artesanías
	Jóvenes con habilidades emprendedoras.

La selección consistió en llenar un conjunto de dos formatos, el de inscripción que contenía datos básicos personales y el del negocio que indicaba la idea de negocio o del negocio en marcha. Seguidamente, se realizaba una selección de los mejores perfiles presentados quienes pasaban a una entrevista personal con una psicóloga contratada para tal fin. Luego, en base a las entrevistas, se procedía hacer una segunda ronda de selección. Finalmente, el proceso culminaba con la verificación de los entrevistados que fueron considerados aptos.

Se identificó y seleccionó a más de 200 emprendedores desde el segundo hasta el séptimo mes de ejecución del proyecto, quienes se encuentran registrados en una base de datos.

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

La fase de capacitación con los jóvenes emprendedores seleccionados se desarrolló según lo previsto en su documento de formulación.

CUADRO 1.4: REGIÓN ICA. PLAN DE CAPACITACIÓN.

MÓDULO	CURSO	HORAS	SESIONES
MODULOS DE DESARROLLO PERSONAL	Motivación y automotivación laboral	20	5
	Comunicación efectiva		
	Trabajo en Equipo		
	Coaching para el liderazgo		
	Inteligencia emocional		
MODULOS DE GESTION EMPRESARIAL	Emprendimiento y Responsabilidad Social	32	8
	Atención al cliente		
	Conociendo el mercado		
	Técnicas de venta		
	Marco legal		
	Formalización y Tributación		
Plan de Negocios			
MODULOS EDUCACIÓN FINANCIERA	Finanzas	16	4
	Costos y presupuestos		

Fuente: Documento de Proyecto.

Elaboración propia.

Las capacitaciones estuvieron a cargo de facilitadores de la Región formados por APRENDA en su metodología quienes implementaron las 170 sesiones de capacitación esperadas, según el informe de actividades del Proyecto.

Según la planificación del proyecto, los beneficiarios formarían 10 grupos de estudio. Al respecto, los jóvenes indican que los grupos de estudios se iniciaban con 25 jóvenes, aunque algunos indicaron que iniciaban con 40; sin embargo, en cualquier caso, declaran que sólo entre 10 a 15



jóvenes iban a las sesiones de manera regular o culminaba el programa de capacitación. A pesar de ello, según los informes del Proyecto, se logró capacitar a un total 212 jóvenes, 46 con planes de negocios y 166 con negocios en marcha.

1.5. Costo del proyecto

El costo programado del Proyecto fue de poco más de un millón de nuevos soles, de los cuales el 49% era financiado por Fondoempleo; el 34% por aportes de empresas privadas, el 1% por instituciones públicas y el 16% restante por la IE.

Presupuesto	Programado	Ejecutado
FONDOEMPLEO	S/. 491,707.71	Sin información
APRENDA S.A.	S/. 158,586.00	Sin información
Somos Empresa	S/. 78,400.00	Sin información
Pan Soy	S/. 146,500.00	Sin información
Perú 2021 y Pluspetrol	S/. 119,000.00	Sin información
Gobierno Regional Ica – Gerencia de Desarrollo Social	S/. 5,000	Sin información
Gobierno Regional Ica – Gerencia de Desarrollo Económico	S/. 12,650	Sin información
Monto total	S/. 1,011,843.71	Sin información

Fuente: Documento de Proyecto. Informes mensuales de avance del Proyecto.

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

El Proyecto generó el involucramiento de las siguientes instituciones:

Institución	Colaboración en el Proyecto
Pan- Soy	5 plantas procesadoras de Soya 400kg. de soya natural capacitación técnica manufactura, entre otras
Somos Empresa	Publicación de negocios ganadores en la revista somos empresa.
Perú 2021	Acceso a contenidos y materiales de Perú 2021 Asesoría de cuatro (04) horas a la institución proponente (Aprenda S.A.) Capacitación de seis (06) horas al equipo de la institución proponente (Aprenda S.A.) Difusión del proyecto en las redes sociales de Perú 2021 y en www.peru2021.org .
Pluspetrol	Apoyo de S/. 100,000 que serán usados en capacitación asesoría y entrega de capital semilla
Mibanco	Apoyo en apertura de cuentas bancarias para ganadores de capital semilla.
Gobierno Regional de Ica – Gerencia de Desarrollo Social	Acceso al uso del Auditorio y equipos de sonido para las Convocatorias en la región.
Gobierno Regional de Ica – Gerencia de Desarrollo Económico	Uso del auditorio para la convocatoria. Apoyo en la convocatoria Apoyo en la focalización



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.

3.2.1.1. 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.	200
Tamaño muestral estimado			132

Cabe señalar que en el estudio de Línea de Base sólo se realizaron un total de 119 encuestas debido a que durante el momento de recojo de información no se disponía de un mayor número de beneficiarios. 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 74 encuestas, durante la última semana de setiembre y primera semana de octubre.

Cabe señalar que, para la presentación de resultados, los reportes se han extrapolado las cifras al total de beneficiarios, es decir, a los 200 jóvenes. Para ello se ha utilizado un factor de expansión de 2.7027, que resulta de dividir los 200 jóvenes beneficiarios entre las 74 encuestas válidas.

3.2.1.2. 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 (Ica) 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	Jessica Katia Cuevas Sáenz	48363513	Ica	Ciencias de la comunicación
2	María Mercedes Arcoccauya García	47749949	Ica	Ciencias de la comunicación
3	Carmina Paola Donayre Espinoza	71216207	Ica	Ciencias de la comunicación
4	Karen Geovana Garriazo Aragonéz	47593409	Ica	Ciencias de la comunicación

Capacitación del equipo de encuestadoras.

La capacitación del equipo de encuestadoras se realizó entre el día 25 y 26 de setiembre, bajo la responsabilidad del Ing. Raúl Ruiz (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

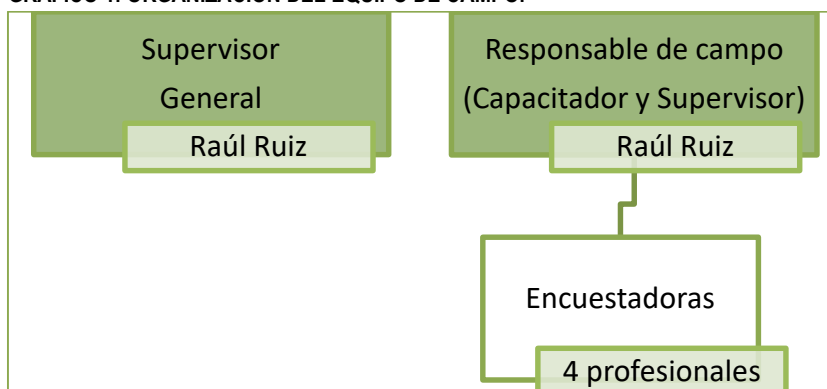


Características	Descripción
Módulo IV. Aplicación de prueba del cuestionario FSEL-L3	- Revisión de encuestas aplicadas. - Identificación y discusión de errores en la aplicación.

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 27 de setiembre al 03 de octubre del 2015, obteniendo un total 74 encuestas (56.1% 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
Ica	La Tinguiña	15	15	30
	Parcona	13	2	15
	Pisco	11	12	23
Pisco	Paracas	1	0	1
	San Andrés	3	2	5
Total general		43	31	74

Elaboración propia.

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 5 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 29 de enero de 2014 al 28 de julio de 2015.



3. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.

3.1. Características básicas de los beneficiarios(as).

Respecto a la población beneficiaria del Proyecto, 200 jóvenes varones y mujeres entre los 18 y 29 años de edad, se observa una mayor presencia de mujeres frente a los varones, 56,8% son mujeres y el 43,2% restante son varones.

La edad promedio es de 24 años; poco menos de la mitad (44,6%) tiene entre 18 y 24 años de edad, seguido por el grupo de 25 años a más (52,7%) y también se tiene la presencia de jóvenes menores de 18 años quienes representan el 2,7%.

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 ICA. LÍNEA DE BASE: INDICADORES PERSONALES DE LOS BENEFICIARIOS, AL 07/2014. (PORCENTAJE)

Indicador	Unidad de medida	Resultado
Sexo		
Mujeres	%	56,8
Hombre	%	43,2
Total (%)	%	100,0
Número de beneficiarios	N°	200
Edad (Promedio)1/		
Promedio (Desviación estándar)	N°	24 (3,4)
Rangos de edades (años)		
Menores de 18 años	%	2,7
De 18 a 24 años	%	44,6
De 25 a más	%	52,7
Total (%)	%	100,0%
Número de beneficiarios	N°	200
% de beneficiarios cuya lengua materna es diferente al castellano	%	0,0%

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

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Julio 2014.

Elaboración: INTERSOCIAL.

En general, se observa que más del 50% ostenta o asiste a una carrera profesional técnica y/o universitaria. El grupo más importante lo conforman aquellos con educación superior universitaria (44,6%), seguido por aquellos que tienen una educación no universitaria (35,1%). El grupo más pequeño (1,4%) son los que cuentan con una educación de opción Ocupacional (CETPRO).

**CUADRO 3.2. REGIÓN ICA. LÍNEA DE BASE: INDICADORES EDUCATIVOS DE LOS BENEFICIARIOS, AL 07/2014.**

Nivel de educación	Unidad de medida	Resultado
Ninguno	%	0,0
Primaria	%	0,0
Secundaria	%	18,9
Opción ocupacional (CETPRO)	%	1,4
Superior no universitaria	%	35,1
Superior universitaria	%	44,6
Total (%)	%	100,0
Número de beneficiarios	Nº	200
% de beneficiarios con expectativas de continuar estudiando (%)	%	85,0

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Julio 2014.

Elaboración: INTERSOCIAL.

Preparación para el trabajo.

Se observa que los jóvenes han reducido su nivel de incursión en cursos cortos, de un 50% antes del Proyecto a un 27% 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 ICA. EVALUACIÓN FINAL: INDICADORES EDUCATIVOS DE LOS BENEFICIARIOS, AL 03/10/2015. (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	50,0%	27,0%
Relación de cursos que llevaron		
Computación e informática	37,3%	25,0%
Administración y comercio	16,9%	15,0%
Hostelería y turismo	18,6%	0,0%
Estética personal	6,8%	5,0%
Textil y confección	5,1%	0,0%
Mecánica y motores	1,7%	0,0%
Electricidad y electrónica	1,7%	0,0%
Otros	11,9%	40,0%
Salud	0,0%	5,0%
Artesanías y manualidades	0,0%	10,0%
Total	100,0%	100,0%
Nº de jóvenes que realizaron cursos	99	54

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

Elaboración: INTERSOCIAL.

Condición de ocupación en trabajos dependientes.

La condición de actividad en los dependientes ha sufrido una ligera mejora, pasando de un 46% a un 50% de jóvenes ocupados en este tipo de empleo. Esta situación se acentúa en mujeres, la tasa de ocupación dependiente pasa de un 39% a un 45,2%.



Cabe señalar que la mejora en el acceso a empleo dependiente mejora para los mayores de 24 años.

CUADRO 3.4. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: CONDICIÓN DE ACTIVIDAD DEPENDIENTE DE LOS BENEFICIARIOS, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)

Condición de actividad dependiente	Línea de Base	Evaluación Final
Total jóvenes		
Tiene trabajo dependiente (familiar o no familiar)	46,0	50,0
No trabaja	54,0	50,0
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios	200	200
Por sexo		
Mujeres que trabajan	39,0	45,2
Hombres que trabajan	57,0	56,2
Por rangos de edad		
Jóvenes de 18 a 24 años que trabajan	50,0	45,5
Jóvenes de 25 años a más que trabajan	42,4	56,4
Por nivel educativo		
Secundaria	51,0	28,6
Superior no universitaria	37,0	53,8
Superior universitaria	48,5	57,6

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

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 49% antes del Proyecto a un 60,8% 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 37% a 53,1%; mientras que las mujeres aumentaron de 57% a 66,7%.

La mejora en el acceso a empleo independiente se mantiene en los más y menos jóvenes. Por niveles educativos, vemos que los que han tenido mayor educación son quienes más negocios han puesto.



CUADRO 3.5. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: CONDICIÓN DE ACTIVIDAD INDEPENDIENTE DE LOS BENEFICIARIOS, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)

Condición de actividad independiente	Línea de Base	Evaluación Final
Total jóvenes		
Tiene negocio	49,0	60,8
No tiene	51,0	39,2
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios	200	200
Por sexo		
Mujeres con negocio	57,0	66,7
Hombres con negocio	37,0	53,1
Por rangos de edad		
Menores de 18 con negocio	50,0	50,0
Jóvenes de 18 a 24 con negocio	45,0	57,6
Jóvenes de 25 años a más con negocio	53,0	64,1
Por nivel educativo		
Secundaria	41	57,1
Opción ocupacional (CETPRO)	0,0	100,0
Superior no universitaria	59	65,4
Superior universitaria	47	57,6

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Octubre 2015.
Elaboración: INTERSOCIAL.

CUADRO 3.6. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: BENEFICIARIOS CON UN NEGOCIO, AL 03/10/2015 (PORCENTAJE)

Negocio creado...	Línea de Base	Evaluación Final
Antes del proyecto	67,2	79,1
Durante el proyecto	32,8	20,9
Total	100,0	100,0

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Octubre 2015.
Elaboración: INTERSOCIAL.

Giro, antigüedad y propiedad de los negocios.

El incremento de negocios se ha concentrado en el sector comercio pues han pasado de representar de 38% a 60% del total, lo cual ha significado una reducción de la participación de los negocios en el sector hoteles y restaurantes respecto al total existente.

Por tratarse de un incremento de nuevos negocios, la edad promedio de los negocios ha caído de 41 meses a 33 meses. Sobre este punto, se sabe que el 18,8% de negocios se creó en los últimos doce meses.

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 ICA. EVALUACIÓN FINAL: CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)**

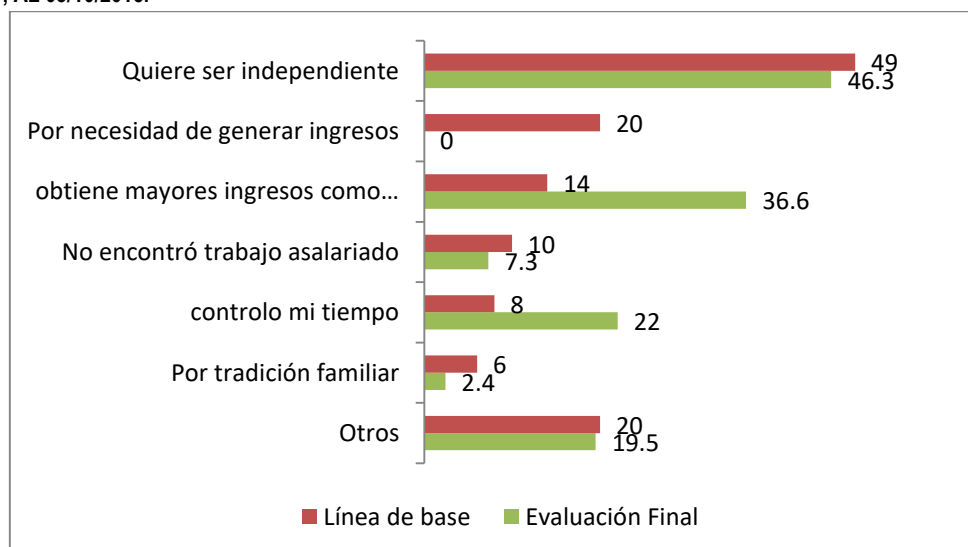
Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Giro del negocio		
Agropecuario	3,0	4,4
Industria	17,0	15,6
Comercio	38,0	60,0
Hoteles Y Restaurantes	26,0	8,9
Actividades Empresariales Y De Alquiler	12,0	2,2
Otras Actividades de servicios comunitarias, sociales y personales.	2,0	0,0
Enseñanza (Privada)	2,0	0,0
Otros	0,0	8,9
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios con negocios	97	122
Años de antigüedad del negocio (Promedio) 1/		
Meses	41 (47)	33 (24)
Rangos de años de antigüedad del negocio		
Menos de 6 meses	22,0	9,3
De 7 a 12 meses	9,0	7,0
De 13 a 24 meses	21,0	30,2
Más de 2 años	48,0	53,5
Total (%)	100,0	100,0
Propiedad del negocio		
Sólo el beneficiario	52,0	66,7
El beneficiario y otras personas	48,0	33,3
Otras personas	0,0	0,0
Total (%)	100	100,0
Número de beneficiarios con negocios	97	122

1/ La cifra entre paréntesis indica la desviación estándar

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

Elaboración: INTERSOCIAL.

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

GRÁFICO 3.1: REGIÓN ICA. LÍNEA DE BASE Y EVALUACIÓN FINAL: MOTIVOS POR LOS QUE DECIDIÓ FORMAR EL NEGOCIO, AL 03/10/2015.

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

Elaboración: INTERSOCIAL.



Gestión de los negocios.

Aunque el nivel de implementación de negocios ha aumentado, se observa que el nivel de formalidad ha variado, pues sólo alrededor del 31,1% tiene RUC, 13,3% cuenta con página web y 13,3% cuenta con licencia de funcionamiento.

Respecto a la ubicación del negocio, alrededor del 64,4% funcionan en talleres o locales dentro de la vivienda, alrededor del 8,9% lo hace en puestos fijos / improvisado en mercado de abastos y un 11,1% en establecimientos comerciales a parte.

Una evidencia de la informalidad de los negocios se observa en la emisión de comprobantes, el 62,2% de los negocios nunca lo hace.

CUADRO 3.8: REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Razón Social del Negocio.		
RUC	82,0	31,1
Minuta de Constitución	5,0	4,4
Inscripción en SUNARP	0,0	4,4
Libros contables	9,0	6,7
Planilla de personal	5,0	2,2
Licencia de funcionamiento	36,0	13,3
Declaración Anual ante SUNAT	18,0	6,7
Inscripción en REMYPE	5,0	2,2
Cuenta Bancaria	0,0	6,7
Cuenta de correo electrónico	0,0	15,6
Página Web	0,0	13,3
Total	100,0	100,0
Nº de jóvenes con negocios		
	37	122
Ubicación del negocio		
Taller o local comercial dentro de la vivienda	50,0	64,4
Local en un establecimiento diferente a la vivienda	16,0	11,1
En la vía pública, sin puesto fijo	2,0	0,0
En la vía pública, puesto fijo	7,0	4,4
Puesto fijo / improvisado en mercado de abastos	16,0	8,9
En el domicilio de los clientes	5,0	2,2
Otro	5,0	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	31,1
Sólo cuando el cliente lo pedía	Sin información	6,7
Nunca	Sin información	62,2
Total	Sin información	100,0

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

Elaboración: INTERSOCIAL

Un cambio favorable en cuanto la gestión del negocio tiene que ver con el uso de registros de compras. Antes del Proyecto, los negocios no usaban este instrumento de gestión; sin embargo,



ahora lo hace el 64,4% 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 79% declaran que les sirve para llevar el control de su negocio y poder calcular sus gastos.

CUADRO 3.9: REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Uso de registros de compras		
Usa registros de compras	0,0	64,4
No usa	100,0	35,6
Total	100,0	100,0
Nº de jóvenes con negocios	48	122
Formalidad y frecuencia del registro de compras.		
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	-	10,3
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	-	0,0
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo siempre	-	75,9
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando	-	13,8
Total ()	-	100,0
Utilidad del registro de compras. 1/		
Para saber cuánto gasto en el negocio	Sin información	79,3
Para saber la ganancia de mi negocio	Sin información	69,0
No lo uso para nada	Sin información	0,0
Otro	Sin información	10,3
Total	Sin información	100,0
Como elegir proveedores. 1/		
Que sean mis amigos	Sin información	4,4
Que me ofrezcan un producto de calidad	Sin información	66,7
Que me ofrezcan descuentos	Sin información	44,4
Que me ofrezcan cancelar el producto después	Sin información	4,4
Que tenga el producto cuando lo solicito	Sin información	20,0
Que estén ubicados cerca de mi negocio	Sin información	4,4
Que sean recomendados por un amigo / familiar	Sin información	2,2
Otro	Sin información	4,4
Total	Sin información	100,0

1/ Respuesta múltiple.

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

Elaboración: INTERSOCIAL

Si bien es cierto no se tiene información del uso de registros de ventas, antes del Proyecto, lo cierto es que ahora lo practican el 68,9%; aunque este registro se hace principalmente en un cuaderno de apuntes, existe un 6,5% de negocios que lo hacen en un registro formal, es decir, un formato específicamente, diseñado para ello.

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 74,20% declaran que les sirve para poder calcular sus ganancias.

**CUADRO 3.10: REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)**

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Uso de registros de ventas		
Usa registros de ventas	Sin información	68,9
No usa	Sin información	31,1
Total	Sin información	100,0
Nº de jóvenes con negocios	Sin información	122
Formalidad y frecuencia del registro de ventas.		
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	Sin información	6,5
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	Sin información	6,5
Es un registro informal y lo realizo siempre	Sin información	71,0
Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando	Sin información	16,1
Total ()	Sin información	100,0
Utilidad del registro de ventas		
Para saber cuánto ingresa a mi negocio	Sin información	71,0
Para saber la ganancia de mi negocio	Sin información	74,2
No lo uso para nada	Sin información	3,2
Otro	Sin información	3,2
Total	Sin información	100,0

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

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 (2,2%) donde la toma de decisiones está en mano de otras personas diferentes de los propietarios.

CUADRO 3.11: REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: TOMA DE DECISIONES EN EL NEGOCIO, AL 03/10/2015. (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?	53,3%	22,2%	8,9%	4,4%	8,9%	0,0%	2,2%
...Controla los gastos de la empresa?	77,8%	11,1%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
...Decide la compra de equipos?	75,6%	15,6%	8,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
...Negocia con los proveedores?	71,1%	13,3%	11,1%	0,0%	2,2%	0,0%	2,2%
...Determina el precio de venta de su producto/servicio?	77,8%	13,3%	6,7%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%
...Determina la ganancia de su producto / servicio?	80,0%	11,1%	8,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
...Consigue los clientes?	60,0%	20,0%	8,9%	0,0%	2,2%	2,2%	6,7%

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

Elaboración: INTERSOCIAL



Ventas y ganancias² de los negocios.

El notable incremento de la tasa de negocios (de 49% a 60,8%) 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/. 2 766,91, lo que equivale a un incremento significativo de 81%.

En el caso de las ganancias mensuales, se observa un incremento significativo equivalente a un 38%. Ello probablemente gracias a las mejoras en la gestión del negocio.

CUADRO 3.12: REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: INDICADORES ECONÓMICOS DE LOS NEGOCIOS, AL 03/10/2015.

Indicador	Unidad de medida	Línea de Base	Evaluación Final
Promedio de ventas anuales (S./año)			
Monto de venta anual	S./año	16 447 (18 742)	33 069,6 (38069,6)
Promedio de ventas mensuales (S./mes)			
Monto de venta mensual	S./mes	1 527 (1 581)	2 766,9 (3 172,5)
Promedio de ganancias anuales (S./año)			
Monto de ganancia anual	S./año	8 262 (9 694)	12 770,2 (13 675,7)
Promedio de ganancias mensuales (S./mes)			
Monto de ganancia mensual	S./mes	768 (841)	1 064,2 (1 139,6)

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

Elaboración: INTERSOCIAL.

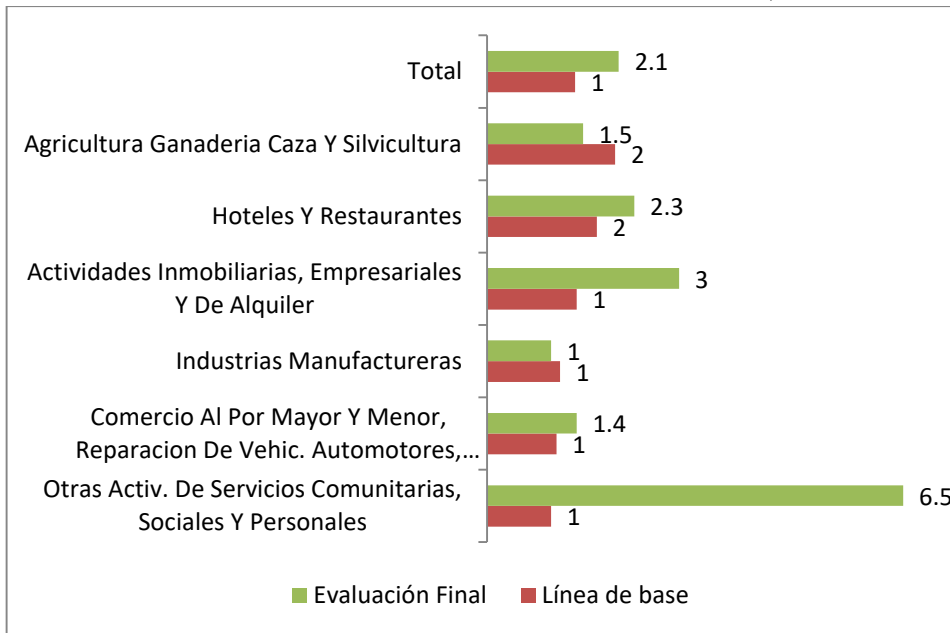
Trabajadores en los negocios.

Un punto importante positivo tiene que ver con la posibilidad de generar empleo a terceros, al respecto, se observa un leve incremento del número promedio de trabajadores contratados. Antes del proyecto, el número promedio de trabajadores era de 1 persona ahora es de 2,1 personas lo cual significa un incremento del 110%.

² 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.



GRÁFICO 3.2: REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: NUMERO DE TRABAJADORES, AL 03/10/2015.



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

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 ICA. EVALUACIÓN FINAL: VINCULACIÓN DEL NEGOCIO CON EL MERCADO DE FACTORES, AL 03/10/2015.

(PORCENTAJE)

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Contratación de trabajadores		
Número de negocios con trabajadores	67	95
Número promedio de trabajadores	1 (1)	2,1 (2,9)
Contratación de trabajadores permanentes		
Número de negocios con trabajadores permanentes	45	73
Número promedio de trabajadores permanentes (1/).	1(1)	1,3 (1)
Contratación de trabajadores eventuales		
Número de negocios con trabajadores eventuales	24	70
Número promedio de trabajadores eventuales (1/).	1 (0)	1,4 (2,8)
Contratación de trabajadores familiares		
Número de negocios con trabajadores familiares	54	51
Número promedio de trabajadores familiares (1/).	1 (1)	1,4 (1,3)
Contratación de trabajadores familiares no remunerados		
Número de negocios con trabajadores familiares	Sin información	73
Número promedio de trabajadores familiares (1/).	Sin información	1,1 (3)
Contratación de trabajadores no familiares		
Número de negocios con trabajadores no familiares	17	49
Número promedio de trabajadores no familiares (1/).	1 (0)	0,8 (0,8)



Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Fuentes de financiamiento 2/.		
Recursos Propios	64,0	80,0
Recursos de Familiares / Amigos	24,0	22,2
Préstamo de Proveedores	2,0	0,0
Préstamo de Clientes	0,0	0,0
Préstamo de Bancos	21,0	20,0
Préstamo de Cajas Municipales / Rurales	5,0	8,9
Préstamo de ONG	0,0	0,0
Otro	5,0	6,7
Total (%)	100,0	100,0
Número de negocios	97	122

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

2/. Respuesta múltiple.

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

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 más del 57,8% 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 procedentes de otros distritos se han incrementado considerablemente de un 14% a un 51,1%, lo cual resulta siendo positivo si consideramos que el mercado de destino de los negocios es ahora de mayor tamaño.

CUADRO 3.14. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: VINCULACIÓN DEL NEGOCIO CON EL MERCADO DE BIENES, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Principales clientes. 1/		
Ambulantes	9,0	6,7
Mayoristas	7,0	13,3
Consumidores individuales	62,0	48,9
Empresas de menos de 10 trabajadores	3,0	6,7
Empresas de más de 10 trabajadores	9,0	2,2
Estado	0,0	2,2
Familiares/amigos/vecinos	71,0	57,8
Otros	22,0	4,4
Total (%)	100,0	100,0
Número de beneficiarios	97	122
Procedencia de principales clientes. 1/		
Distrito donde está ubicado el negocio	88,0	53,3
Provincia donde está ubicado el negocio (Incluye alternativa anterior)	14,0	51,1
Región donde está ubicado el negocio	5,0	6,7
En otras regiones	3,0	13,3
En el extranjero	0,0	2,2
Total	100,0	100,0



Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Criterios tomados para determinar el precio del producto		
Averiguo el precio en otros negocios cercanos	33,0	28,9
Agrego un porcentaje de ganancia al costo del producto	60,0	46,7
Aplico lo aprendido en las capacitaciones del proyecto	0,0	22,2
Otro	16,0	2,2
Total ()	100,0	100,0
Número de beneficiarios	97	122

1/. Respuesta múltiple.

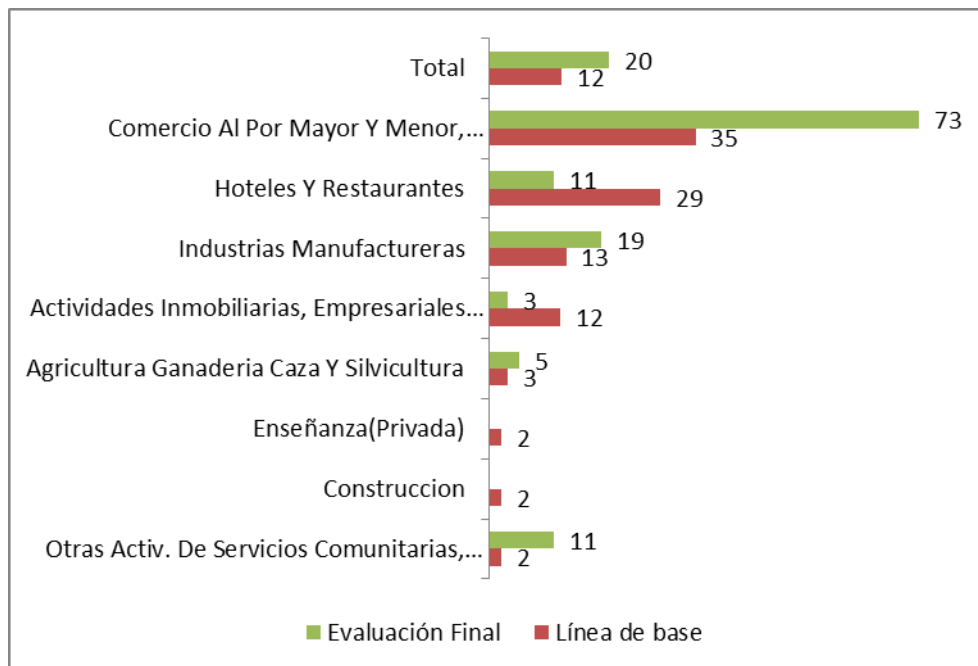
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Octubre 2015.

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 se ha elevado de 12 a 20, este cambio es muy significativo.

No obstante, visto por sectores productivos, vemos que los negocios de comercio al por mayor y menor y los vinculados al Comercio y la Industria manufacturera son los que más competencia tienen ahora ya culminado el Proyecto.

GRÁFICO 3.3: REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: NUMERO DE EMPRESAS QUE OPERAN EN LA ZONA POR GIRO DEL NEGOCIO, AL 03/10/2015.



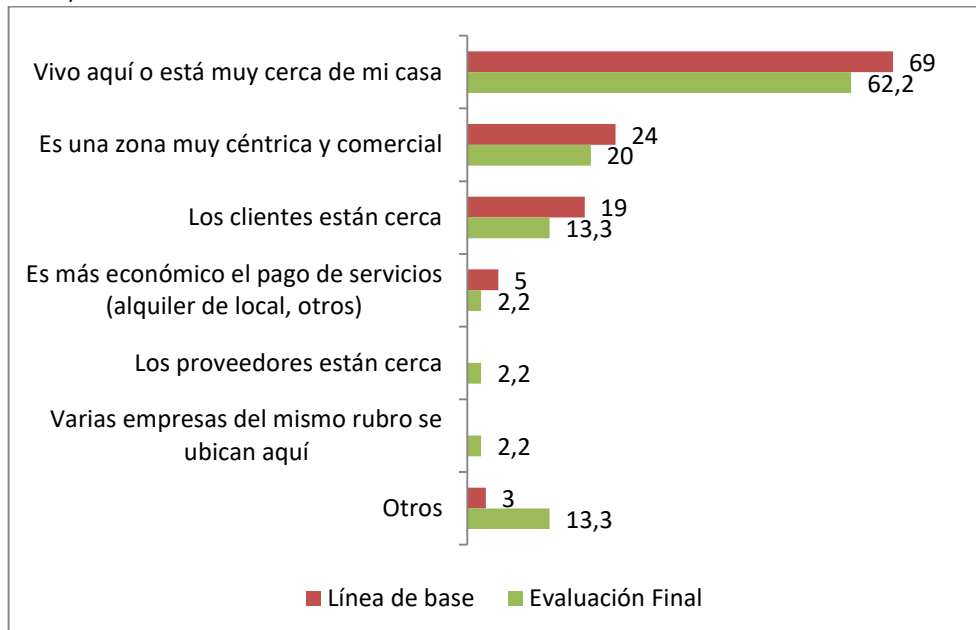
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Octubre 2015.

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 ICA. EVALUACIÓN FINAL: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DE LOS MOTIVOS POR LO QUE EL NEGOCIO O LA EMPRESA SE ENCUENTRA UBICADA EN ESA ZONA, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)

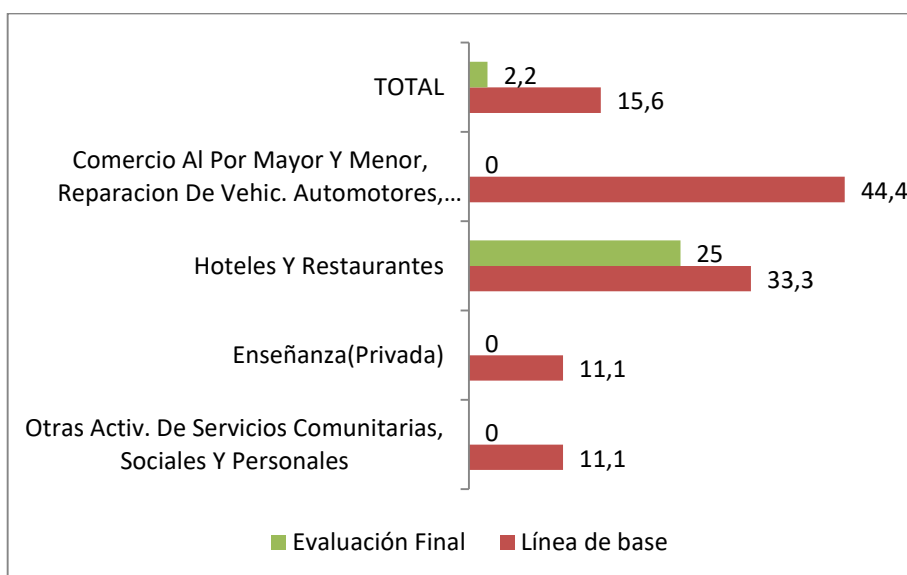


Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Octubre 2015.

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 122 jóvenes con negocio mencionaron pertenecer a una asociación de emprendedores o negociantes.

GRÁFICO 3.5: REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: EMPRESAS QUE PERTENECEN A UNA ORGANIZACIÓN POR GIRO DE NEGOCIO, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)



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

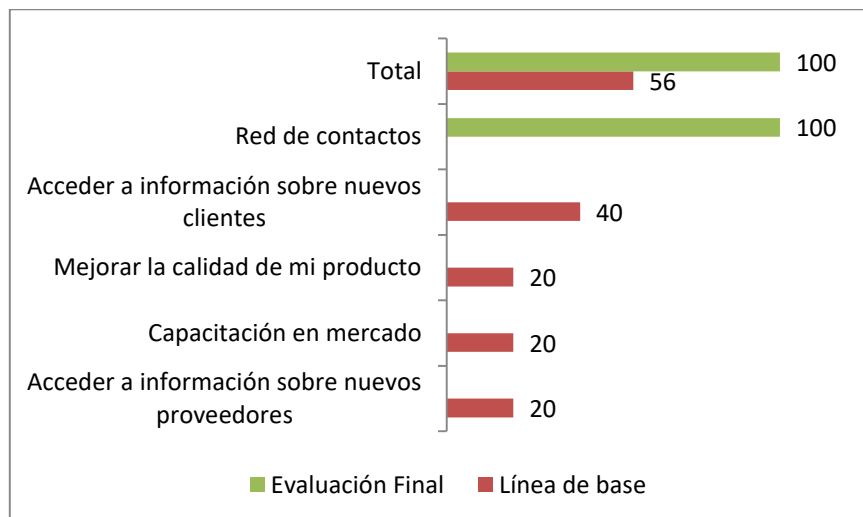
Elaboración: INTERSOCIAL.



Respecto a las ventajas, los pocos jóvenes agremiados indican que la ventaja más relevante es el acceso a redes de contactos.

GRÁFICO 3.6: REGIÓN ICA. FRECUENCIA DE LAS VENTAJAS QUE HA CONSEGUIDO LA EMPRESA DE PARTICIPAR EN UNA ORGANIZACIÓN SEGÚN ESTUDIO DE EVALUACIÓN, AL 03/10/2015.

(SOLES)



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

Elaboración: INTERSOCIAL.

Participación en el Proyecto.

En general, la gran mayoría de los beneficiarios (97,3%) corroboran haber recibido las capacitaciones ofrecidas por el Proyecto; adicionalmente, más de la mitad (71,6%) declara haberlas culminado mientras que un 25,7% restante afirma no haber participado en todas las sesiones y un 2,7% declara no haber asistido a ninguna de ellas (ello, debido principalmente a la poca disponibilidad de tiempos a causa de los estudios y el trabajo).

Por otro lado, respecto a la elaboración de los planes de negocios, se observa que el 79,7% 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 (58,1%) llegó a concluirlo, principalmente aquellos que culminaron el programa de capacitación.

Asimismo, se observa que un porcentaje menor (41,9%) a los que culminaron sus planes de negocios, participó del concurso para acceder al capital semilla. De estos participantes, el 35,5% declara haber ganado el capital.

Finalmente, sin considerar si ganaron o no el premio de capital semilla, se observó que el 28,4% de jóvenes ha iniciado o implementado su plan de negocios o mejora.

**CUADRO 3.15. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: PARTICIPACION DEL BENEFICIARIO EN EL PROYECTO, AL 03/10/2015. (PORCENTAJE)**

Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Culminó la capacitación		
Sí culminó	No aplica	71,6
No culminó	No aplica	25,7
No participó de la capacitación	No aplica	2,7
No menciona	No aplica	0,0
Total	No aplica	100.0
Motivos de no culminación de la capacitación		
Mis estudios me lo impidieron	No aplica	28,6
Mi trabajo me lo impidió	No aplica	23,8
No me gustó la capacitación	No aplica	0,0
Los horarios de la capacitación no me convenían	No aplica	19,0
El lugar de la capacitación quedaba lejos	No aplica	4,8
Problemas familiares y/o de salud impidiendo que continúe	No aplica	0,0
Otro	No aplica	23,8
Total (%)	No aplica	100.0
Beneficiarios que elaboraron un plan de negocios		
Sí, lo elaboré y lo terminé	No aplica	58,1
Sí, lo elaboré pero no lo terminé	No aplica	21,6
No elaboré el plan de negocios	No aplica	20,3
No menciona	No aplica	0,0
Total	No aplica	100.0
Beneficiarios que participaron para obtener capital semilla		
Sí, participé	No aplica	41,9
No participé	No aplica	58,1
No menciona	No aplica	0,0
Total (%)	No aplica	100.0
Beneficiarios que obtuvieron el capital semilla		
Sí	No aplica	35,5
No	No aplica	64,5
Total (%)	No aplica	100.0
Total beneficiarios q participaron en concurso	No aplica	84
Beneficiarios que implementaron su plan de negocios		
Sí, estoy implementando	No aplica	28,4
Sí, ya está operando	No aplica	16,2
No	No aplica	55,4
No menciona	No aplica	0,0
Total (%)	No aplica	100.0
Total beneficiarios	No aplica	200

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

Elaboración: INTERSOCIAL.



3.2. Evolución de los indicadores del marco lógico del proyecto.

Indicador	Unidad de medida	Línea base	Evaluación Final
PROPÓSITO			
Fortalecer y promover el desarrollo de nuevos emprendimientos de los jóvenes de las provincias de Ica (distritos de La Tinguiña y Parcona) y Pisco en la región Ica.			
Sin indicadores formulados.			
COMPONENTE 1.			
Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Ica y Pisco cuentan con habilidades y capacidades para el emprendimiento.			
160 jóvenes con negocios en marcha hacen uso de 3 herramientas de gestión empresarial: tales como (i) plan de marketing ideas de negocios, (ii) plan de negocios y (iii) manejo de flujo de caja al 7mo mes de iniciado el proyecto.	N° de jóvenes con negocios en marcha	97	166 según padrón
	N° de jóvenes con negocios en marcha que cuentan con plan de marketing, plan de negocios y flujo de caja	0	Sin información
40 jóvenes con ideas de negocio hacen uso de 3 herramientas de gestión empresarial: tales como (i) plan de marketing ideas de negocio, (ii) plan de negocios y (iii) manejo de flujo de caja al 7° mes del proyecto.	N° de jóvenes con ideas de negocios	103	46 según padrón
	N° de jóvenes con ideas de negocios que cuentan con plan de marketing, plan de negocios y flujo de caja	0	Sin información
COMPONENTE 2.			
Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Ica y Pisco se articulan comercialmente en función de la demanda del mercado.			
40 jóvenes con negocios en marcha logran incrementar su cartera de clientes al 15° mes de ejecutado el proyecto.	N° de jóvenes con negocios en marcha que incrementan clientes con el Proyecto y que incrementan su cartera de clientes	0	Sin información
10 jóvenes con ideas de negocio establecen una cartera de clientes al 15° mes de ejecutado el proyecto.	N° de jóvenes con ideas de negocios implementan su negocio y establecen su cartera de clientes	0	Sin información
20 jóvenes con negocios en marcha se organizan para participar en diferentes modalidades de articulación con el mercado (ferias, concursos privados-públicos entre otros) al 15° mes de ejecutado el proyecto.	N° de jóvenes con negocios en marcha que participan en las modalidades de articulación con el mercado promovidas por el Proyecto	0	Sin información
Al menos 5 jóvenes con ideas de negocio se organizan para participar en diferentes modalidades de articulación con el mercado (ferias. Concursos privados-públicos entre otros al 15° mes de ejecutado el proyecto.	N° de jóvenes con ideas de negocios que participan en las modalidades de articulación con el mercado promovidas por el Proyecto	0	Sin información
Al menos 3 alianzas estratégicas promovidas son suscritas por jóvenes emprendedores	N° de alianzas promovidas con el Proyecto	0	Sin información
COMPONENTE 3.			
Jóvenes de las provincias Ica y Pisco acceden y acompañamiento para la ejecución o mejora de su emprendimiento.			
Incremento de la disponibilidad de capital de 15 jóvenes al 12° mes de ejecutado el proyecto.	N° de jóvenes reciben capital semilla del Proyecto	0	30 según padrón
Al menos 10 jóvenes que reciben capital semilla se encuentran bancarizados al 12° mes de ejecutado el proyecto.	N° de jóvenes reciben capital semilla bancarizados	0	30 según informe monitoreo

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

Elaboración: INTERSOCIAL.



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 las provincias de Ica y Pisco, 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) 2007, la PEA juvenil (entre 15 y 29 años de edad) en los 5 distritos de las 2 provincias de intervención del Proyecto, estaría conformada por un total de 22 406 jóvenes, de los cuales se encontrarían ocupados el 93%. Sin embargo, los jóvenes que se encuentran ocupados y que perciben algún ingreso representan el 89% del total.

CUADRO 3.16. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: POBLACIÓN DE 15 A 29 AÑOS DE EDAD SEGÚN CONDICIÓN DE OCUPACIÓN EN LAS PROVINCIAS DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO.

Provincia	Distrito	Jóvenes de 15 a 29 años						
		PEA	PEA ocupada	PEA desocupada		Con ingresos		
Ica	La Tinguiña	4 793	4 534	95%	259	5%	4 337	91%
	Parcona	7 979	7 476	94%	503	6%	7 091	89%
Pisco	Paracas	901	862	96%	39	4%	804	89%
	San Andrés	1 744	1 607	92%	137	8%	1 525	87%
	Pisco	6 989	6 399	92%	590	8%	6 088	97%
TOTAL		22 406	20 878	93%	1 528	7%	19 845	89%

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

Elaboración: INTERSOCIAL.

Consecuentemente con estas cifras, estamos hablando de 1 528 jóvenes que no tienen ningún tipo de ocupación y de más de 1 mil jóvenes que no perciben ningún ingreso económico por la actividad que realizan.

En relación al nivel educativo de los/las jóvenes, según la Encuesta Nacional de Juventud 2011, la mayoría cuenta con secundaria completa. Asimismo, existe un gran porcentaje de jóvenes que optan por seguir estudios universitarios, sin embargo, la culminación de estos no es favorable, en la provincia de Pisco solo 15% culmina una carrera universitaria y en los distritos de Parcona y La Tinguiña constituye el 14% y el 17% respectivamente. En ese sentido, se observa que existe un gran porcentaje de jóvenes con estudios superiores inconclusos, lo que limita la empleabilidad de los mismos y el desarrollo de sus capacidades para la generación de autoempleo.

El Proyecto se orienta a jóvenes de la zona urbana y rural. La realidad de los jóvenes en cada zona y la situación del acceso a oportunidades de empleo, es distinta.

En la **parte rural**, la actividad principal es la agropecuaria. La producción agrícola se basa principalmente en cultivos de maíz, cebolla amarilla, camote, espárrago y uva, destinado al



mercado nacional e internacional. La actividad pecuaria, se sustenta en la crianza de aves y a la producción de carne y huevos principalmente.

En la **parte urbana**, las actividades principales son el comercio, servicios y manufactura. Los/las jóvenes de la zona se dedican a trabajar en empresas vinculadas al turismo como: restaurantes, hoteles, transporte. Además, las actividades manufactureras se abastecen de insumos agrícolas (producción de vinos) y pesqueros para la producción de harina y aceite de pescado.

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.

El Proyecto pretende promover la generación de emprendimientos económicos que se insertan principalmente en el mercado del comercio y manufactura, dado su creciente desarrollo en las provincias de Ica y Pisco.

De acuerdo al INEI 2010, el Valor Agregado Bruto - VAB, representó el 2.8% del PBI nacional, ubicando a la región Ica en sexto lugar. Las actividades económicas, construcción, minería y manufactura presentaron el mayor crecimiento acumulado, en comparación a los años anteriores. En el cuadro siguiente, se detalla la estructura de la producción en la región Ica para el año 2010:

CUADRO 3.17: REGIÓN ICA: ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN A NIVEL REGIONAL – 2010.

Sector	Situación al 2010.
Manufactura	-22.4% VAB -Incidencia en la agroindustria, industria textil, pesquera, metalurgia, vinculado al desarrollo de empresas manufactureras. -Productos agroindustriales como la anchoveta, harina, prendas de vestir, para el mercado nacional e internacional.
Servicios	-20.9% VAB -Congrega: restaurantes, hoteles, servicios financieros, servicios prestados a empresas, entre otros.
Agricultura	-14.5% VAB -Producción de espárragos, vid, algodón, importantes para la agro exportación. -El riesgo que presenta es la escasez de recursos hídricos.
Comercio	-10.3% VAB -Venta de productos de primera necesidad, golosinas, farmacéuticos, artículos de construcción, como los vinculados a la actividad agrícola.
Turismo	-Lugares arqueológicos, de alcance Internacional: Líneas de Nazca, Patrimonio Cultural de la Humanidad y la Reserva Nacional de Paracas. -Gastronomía -En el año 2010 arribaron 950 603 turistas nacional y extranjeros -Produjo inversión hotelera
Pesca	-0.6% VAB -Consumo humano directo e industrial -Pesca artesanal e industrial -Especies: anchoveta, cangrejos, mariscos, almejar, entre otros.

Fuente: Observatorio Socio Económico Laboral de la Región Ica. "Diagnóstico Socio Económico Laboral de la Región Ica"



Nótese que la actividad económica en la Región Ica, se sostiene de los sectores manufactura, servicios y agricultura principalmente.

Respecto a la PEA ocupada juvenil, según ENAHO 2013, 1 de cada 10 jóvenes labora en el área rural en actividades extractivas, mientras que los 9 restantes en la zona urbana realizando actividades económicas de comercio y servicios, es decir, los/las jóvenes se desarrollan mayormente en el sector terciario, lo que ha fomentado el empleo de baja remuneración y menor productividad. Esto último, tiene relación con la falta de herramientas y capacidades de los jóvenes para un empleo dependiente con mejoras remunerativas y la generación de emprendimientos.

En tal sentido, la promoción en la generación de emprendimientos juveniles es acertada y tiene buenas posibilidades en el potencial comercial y manufacturero de la zona. Sin embargo, es necesario realizar una mejor identificación de la demanda en el mercado, las características del público objetivo y una adecuada identificación de los productos.

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 diagnóstico identifica claramente la precariedad del empleo juvenil, baja tasa de ocupación y bajos ingresos laborales. Sin embargo, ello no se logra visualizar en el árbol y/o análisis de problemas.
- Aunque el análisis de problemas no se vincula directa y explícitamente con el diagnóstico de los jóvenes realizados, éste resulta siendo concreto y coherente entre sus elementos (causas y efectos), tanto en la identificación del problema central (limitado desarrollo del emprendimientos en los jóvenes) como de las causas directas (débiles capacidades de jóvenes para el emprendimiento, limitada implementación y articulación comercial con la demanda del mercado, escaso acceso al financiamiento para iniciar y hacer crecer el negocio). El análisis causa-efecto en la elaboración del árbol de problemas es correcto. Sin embargo, no se hace explícita la relación entre el problema central y el efecto vinculado a la situación de empleo en los jóvenes.
- Aunque se enuncian tres objetivos específicos vinculados a las causas directas del problema central identificados, no se observa un análisis completo de objetivos, específicamente, no se incluye el árbol de objetivos.
- En la matriz de marco lógico, la definición de objetivos y resultados se desprende de manera directa del árbol de objetivos. La definición de los componentes del Proyecto, es clara y directamente asociada con las causas del árbol de Problemas. El propósito no define el cambio que se desea lograr en los beneficiarios y no presenta indicadores de cambio. La finalidad del Proyecto no indica claramente la contribución de la intervención a



la mejora de la situación del empleo de los/as jóvenes, sino apunta a cambios superiores, vinculados a la calidad de vida de los 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 capacitación, la asistencia técnica y acompañamiento, la facilitación de capital semilla y la promoción y difusión de los negocios.
- 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, establece una alianza interinstitucional con la asociación Perú 2021, MiBanco y la organización Somos Empresa, con el objetivo de articular roles y recursos para promover con mayor efectividad el desarrollo de emprendimientos juveniles.

El actor local importante, que se ha involucrado en el Proyecto, es el Gobierno Regional de Ica, a través de la Gerencia de Desarrollo Social y la Gerencia de Desarrollo Económico. La participación de dicha entidad, se evidenció en el aspecto logístico, como la focalización y convocatoria de los/las jóvenes, la prestación de ambientes y la elaboración de volantes y banners para los eventos. Cabe mencionar, que los planes de desarrollo concertado a nivel regional y local (Municipios Provinciales y Distritales), apuntan al desarrollo de capacidades de emprendimiento en los/las jóvenes para el desarrollo económico de la zona y su inserción al mercado laboral.

La participación del Programa de Apoyo Nutricional – PAN SOY y su intervención en Ica, como iniciativa privada comprometida a brindar alternativas de nutrición basada en la soya, dirigida a los/las actores de comunidades vulnerables; articuló con los objetivos del Programa respecto a la aportación de plantas procesadoras, capacitación técnica y monitoreo a los/las beneficiarios.

Otro de los actores locales que ha sido partícipe del Proyecto, es la empresa privada Pluspetrol mediante aportes monetarios para las capacitaciones, asesorías y capital semilla, principalmente a los/las jóvenes de Pisco, por ser área de influencia de la mencionada empresa.



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, definiendo una estrategia de localización de éstos al interior del ámbito de intervención.

Sobre el primer punto, el documento de Proyecto propone que el perfil del joven objetivo esté definido por su lugar de residencia, su edad, su situación de emprendurismo y la tenencia de habilidades emprendedoras. Al respecto, se constata que en los 4 criterios utilizados (residencia, edad, situación de emprendurismo, habilidades emprendedoras) se ha logrado cumplir con el perfil del joven objetivo. Sin embargo, han tenido dificultades para incorporar a jóvenes con negocios en marcha. Según los propios jóvenes, no todos los seleccionados contaban con el perfil y el compromiso deseado, pues, indican que varios de sus compañeros no asistían a las clases y no le daban la importancia debida a todo el proceso de capacitación.

Sobre la estrategia de focalización y localización de los jóvenes objetivos, el documento de Proyecto propuso una campaña de difusión para la identificación de jóvenes con ideas de negocios y una estrategia de convocatoria a jóvenes con negocios en marcha. Al respecto, se observa que la campaña de difusión se realizó, en términos generales, según lo previsto, gracias a ello se logró alcanzar los 508 inscritos, cifra ligeramente superior a lo esperado.

CUADRO 3.18. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: FOCALIZACIÓN Y SELECCIÓN DE JÓVENES.

Criterios / procedimientos	Programado	Ejecutado
Perfil del beneficiario		
Residencia geográfica	Convocatoria y selección en distritos de las provincias de Ica y Pisco en el departamento de Ica.	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.
Antecedentes de emprendurismo	Jóvenes con ideas o negocios vinculados a los sectores de agricultura, manufactura, comercio y artesanía.	Ideas o Negocios en los sectores de Comercio, Producción y Servicios.
Habilidades emprendedoras	Alta adaptabilidad – Flexibilidad Capacidad de aprendizaje Dinamismo – Energía Liderazgo Iniciativa – Autonomía Orientación al cliente interno y externo Productividad Responsabilidad Tolerancia a la presión Trabajo en equipo	Realizado según lo previsto, mediante entrevistas por una psicóloga. No todas las habilidades se han podido apreciar explícitamente en los jóvenes, particularmente aquellas con el compromiso al proceso de capacitación.



Criterios / procedimientos	Programado	Ejecutado
Estrategia de convocatoria		
Focalización geográfica	Convocatoria y selección en distritos de las provincias de Ica y Pisco en el departamento de Ica.	Realizado según lo previsto.
01 campaña de difusión para jóvenes con ideas de negocios y con negocios en marcha	<ul style="list-style-type: none"> - Colocación de afiches y entrega de volantes. - Spots radiales emitidos por televisoras y emisoras locales de audiencia de población joven. - Coordinación con actores locales estratégicos (Municipalidades, Institutos de Educación Superior Técnica y Asociaciones de jóvenes). - Charlas informativos 	<p>Realizado según lo previsto.</p> <p>Se complementó con la implementación de un usuario en Facebook como medio de difusión del Programa.</p>

Fuente: Documento de formulación, informes del Proyecto, entrevistas con los coordinadores de Proyecto.

Elaboración: INTERSOCIAL.

Efectividad en la selección de beneficiarios

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

El procedimiento seguido fue tal como se propuso en el documento de formulación. Primero los postulantes, se inscribían llenando una ficha de inscripción y una ficha sobre su idea de negocio (o negocio en marcha). Aquellos con el mejor perfil, pasaban a una siguiente fase; aquí, se les aplicaba un test de evaluación de las Habilidades Emprendedoras, a cargo de una psicóloga contratada para tal fin. Una vez más los más aptos pasaban a una subsiguiente fase en la que se verificaba su información personal, principalmente, su residencia y edad.

CUADRO 3.19. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: FOCALIZACIÓN Y SELECCIÓN DE JÓVENES.

Criterios / procedimientos de focalización	Programado	Ejecutado
Perfil del beneficiario		
Residencia geográfica	Convocatoria y selección en distritos de las provincias de Ica y Pisco en el departamento de Ica.	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.
Antecedentes de emprendurismo	Jóvenes con ideas o negocios vinculados a los sectores agropecuarios, manufactura, comercio y artesanías.	Ideas o Negocios en los sectores de Comercio, Producción y Servicios.
Capacidades básicas	<ul style="list-style-type: none"> Alta adaptabilidad – Flexibilidad Capacidad de aprendizaje Dinamismo – Energía Liderazgo Iniciativa – Autonomía Orientación al cliente interno y externo Productividad Responsabilidad 	<p>Realizado según lo previsto.</p> <p>Se complementó con la implementación de un usuario en Facebook como medio de difusión del Programa.</p>



Criterios / procedimientos de focalización	Programado	Ejecutado
	Tolerancia a la presión Trabajo en equipo	
8.1.1. Mecanismo de focalización utilizado		
Uso de formatos de inscripción	Ficha de Inscripción y documentos que verifique el domicilio actual (DNI, recibos, etc.)	Realizado según lo previsto.
Uso de formatos relativos al negocio	Ficha B (sobre el negocio en marcha a mejorar) Ficha C (sobre la idea de negocio a implementar)	Realizado según lo previsto.
Evaluación de capacidades	Entrevista de selección	Realizado según lo previsto.

Fuente: Documento de formulación, informes del Proyecto, entrevistas con los coordinadores de Proyecto.
Elaboración: INTERSOCIAL.

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

Tal como estuvo previsto en el documento de proyecto, la fase de capacitación se dirigió a dos grupos de jóvenes:

- Jóvenes de 18 a 29 años con ideas de negocios.
- Jóvenes de 18 a 29 años con negocios en marcha.

La metodología empleada ha sido desarrollada y validada por la institución ejecutora, la denominan “Metodología APRENDA” y se caracteriza por ser interactiva (porque favorece la participación de los emprendedores), lúdica (porque hace un uso constante de dinámicas), actitudinal (porque se concentra en despertar el deseo por emprender) e itinerante (porque la metodología se transfiere a grupos locales).

Previa a la capacitación de los jóvenes, se realizó la transferencia de la “Metodología APRENDA” a un grupo de facilitadores que se encargarían de la capacitación de los jóvenes. Cabe señalar que estos facilitadores son profesionales locales dedicados a la capacitación y facilitación de adultos.

La implementación de las capacitaciones, en términos generales, se realizó según lo previsto al documento de Proyecto. En primer lugar, se desarrollaron los tres temas previstos: Desarrollo personal, Gestión empresarial y Educación financiera. Segundo, se estructuró en 17 sesiones, cada una de 4 horas máxima de duración. Cuarto, se empleó los recursos previstos, dinámicas, medios audiovisuales, manuales, etc. Tercero, se conformaron grupos de 25 a 30 jóvenes.

Gracias a ello, el Proyecto logró capacitar y certificar a un total de 212 jóvenes. Según las percepciones de los jóvenes, la metodología fue bastante buena, pues, era práctica, dinámica, retadora; lo mismo declaran con el plan de contenidos; sin embargo, vuelven a resalta que no todos los jóvenes no asistían a todas las sesiones y que no todos se veían interesados porque no querían asumir los retos que les pedían (por ejemplo, ofrecer servicios gratuitos como lustrado de zapatos como medio de experimentación y superación a situaciones de aparente vergüenza).



CUADRO 3.20. REGIÓN ICA. EVALUACIÓN FINAL: METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN.

Módulos de capacitación	Programado.	Ejecutado.
Temarios y contenidos	- Desarrollo personal - Gestión empresarial - Educación financiera	- Realizado según lo previsto.
Duración	68 horas, organizadas en 17 sesiones de 4 horas. Desarrollo personal (20 horas) Gestión empresarial (32 horas) Educación financiera (16 horas)	- Realizado según lo previsto
Organización	Grupos de 20 jóvenes	- grupos de 25 a 30 jóvenes
Técnica de capacitación	Exposición dialogada Casos de éxito Audiovisuales Organizadores visuales Dinámica de interacción. Discusiones grupales Manuales Reforzamiento individual.	- Realizado según lo previsto
Recursos empleados	No detalla	Manuales de capacitación. Materiales de escritorio (papelotes, plumones, tarjetas) Presentaciones en power point (PPT)
Organización	No detalla	Se organizaron en 5 grupos de jóvenes.

Fuente: Documento de formulación, informes del Proyecto, entrevistas con los coordinadores de Proyecto.

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 y privadas 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, no existen más acciones de acompañamiento o apoyo concreto a los emprendimientos promovidos. APRENDA por su parte, no tiene previsto continuar en el corto plazo con el desarrollo de esta iniciativa, pues no dispone de recursos de financiamiento para ello, actualmente ya no se encuentran en la zona de intervención. Por el lado de las instituciones aliadas y colaboradoras del Proyecto, la situación es similar, excepto con la Empresa Pan-Soy que se ha comprometido con asistir a los 5 beneficiarios ganadoras de las plantas de procesamiento de soya.

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 comercio



producción, que son precisamente dos de los sectores donde mayores oportunidades de mercado se han identificado en el diagnóstico del Proyecto.

En relación al joven emprendedor.

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

Según los propios jóvenes entrevistados, las capacitaciones han resultado bastante fructíferas pues no sólo les ha permitido aprender cuestiones técnicas respecto al manejo de un negocio (como los costos, flujos de caja, promociones, técnicas de venta, etc.) sino también que, para los que han cumplido con los retos que proponían los profesores (de ofrecer servicios simples: venta de tamales, lustrado de zapatos, etc.), les ha servido para conocerse un poco más respecto a su real disposición a ser empresarios y su capacidad para reponerse ante situaciones adversas “...en los retos te dabas cuenta de quien si estaba dispuesto. Si el negocio quiebra puedes empezar de nuevo y no hay roche...”.

Considerando que la mayoría de los jóvenes seleccionados ya contaban con negocios en marcha, es probable que estos se mantengan en el tiempo, pues, en ellos el emprendimiento es su medio de vida. Al respecto, los jóvenes entrevistados que han culminado su plan de mejora, declaran que continuarán con sus negocios y que actualmente vienen implementando el plan de mejora desarrollado con el Programa.

Según los propios jóvenes entrevistados, en el grupo de jóvenes no comprometidos que no iban a clases de manera regular o que desertaban no existía un real compromiso por la implementación de negocios, pues, indican que parecía que iba más por el certificado de la capacitación. En este grupo, existen bajas posibilidades de continuidad con la iniciativa de negocio.

**4. CONCLUSIONES.**

Criterio	Conclusión	Valoración
Pertinencia	<p>El Proyecto atiende una necesidad real y de alta prioridad para los jóvenes de la Región Ica, 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">- 212 jóvenes (106% de la meta programada) han culminado los planes de capacitación.- 80 jóvenes (80% de la meta programada) han formulado y participado del concurso de planes de negocios.- 30 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 un incremento de 11,8% en la tasa de jóvenes con negocio.- La cantidad promedio de trabajadores se ha incrementado de 1 a 2.1 personas por negocio.- El monto de venta promedio se ha incrementado significativamente en 81%. Las ganancias mensuales se han elevado en un 38%.	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.

- Según los propios jóvenes, debe usarse más intensamente las redes sociales para difundir la convocatoria del Proyecto.
- 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.