



ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL

**“Jóvenes emprendiendo para el éxito: Fortaleciendo
el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios
en las provincias de Huancayo y Jauja”.**
C-13-27

FIRMA CONSULTORA



Consultora: Ana Lívano Herrera

Lima, Diciembre 2015

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO	5
3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	8
3.1 Objetivo General.....	8
3.2 Objetivos Específicos	8
4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	8
4.1 Diseño de estudio	9
4.1.1 Selección de la muestra	10
4.2. Instrumentos para el recojo de información	10
4.2.1 Encuestas	11
4.2.2 Entrevistas	11
4.3 Sistematización y análisis de la información	11
5. INDICADORES DEL PROYECTO	12
5.1 Presentación del Marco lógico	12
6. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	15
6.1. Caracterización de la población beneficiaria	15
6.1.1 Datos generales	15
6.2. Comparación de los indicadores del ML con el ELB	33
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	38
8. REFERENCIAS	40
9. ANEXOS	41

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de evaluación final EEF, corresponde al proyecto “Jóvenes emprendiendo para el éxito: Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja”, ejecutado por la institución APRENDA S.A. y financiado por FONDOEMPLEO, el mismo que se ejecutó durante 18 meses, del 17 de Febrero del 2014 al 17 de Julio del 2015,

El EEF busca identificar el nivel del logro de los objetivos del proyecto, además de determinar los cambios generados por el desarrollo de las actividades a nivel de los indicadores establecidos por el proyecto. Tiene como propósito identificar el nivel de logro de los objetivos, a través del análisis de indicadores económicos, laborales, de capacidades y desarrollo de competencias y de emprendimientos. Para poder realizar esta evaluación se aplicó una metodología que combina técnicas cuantitativas y cualitativas, sustentadas en la aplicación de dos instrumentos: el cuantitativo se basó en la aplicación de un cuestionario a una muestra poblacional de 101 personas que representan el 76.5% de los 132 beneficiarios que fueron considerados previamente en la línea de base del proyecto, el cualitativo comprende la revisión de información de gestión del proyecto y la realización de entrevistas a profundidad a actores claves, conformado por los participantes del equipo de la institución ejecutora, los representantes de las instituciones aliadas y las autoridades relacionadas al sector, como son: las direcciones regionales de Trabajo y Producción. Estos instrumentos fueron aplicados por un equipo de apoyo previamente capacitado.

Con respecto a la caracterización de la población beneficiaria se obtiene del recojo de datos personales durante el ELB, vemos que el proyecto cuenta con un 52.5% de participación masculina y un 47.5% de participación femenina; la edad promedio es 23.9 años y; el rango de edad mayoritario es de 18 a 24 años representado por un 60.4%. Según nivel educativo, el 51.5% de los beneficiarios es superior universitaria, seguido por el 23.5% que cuenta con estudios superiores no universitarios y en tercer lugar, se encuentra un 15.2% que cuenta con educación secundaria.

Dentro de los resultados más importantes tenemos: el 96% de los beneficiarios participantes del proyecto actualmente trabaja, la mayoría como independientes, son de nivel superior universitaria y contaban con un negocio antes del proyecto, relacionado principalmente a los rubros de comercio y al de hoteles y restaurantes.

Con relación a la determinación del giro del negocio, estos tienen más de 2 años de creados, principalmente sin socios y actualmente mantienen el mismo negocio que tenían antes de iniciarse el proyecto, como persona natural con negocio propio con RUC, tienen su taller o local comercial dentro de su vivienda, llevan registros de compras en cuadernos de apuntes o similares, lo utilizan siempre, principalmente, para saber cuánto gasta y cuánto gana en el negocio. Asimismo, llevan registros de ventas como un registro informal, para saber cuánto es el ingreso y la ganancia de su negocio. Mayormente realizan solos la producción, venta o

servicio, la decisión de la compra de equipos y la negociación con los proveedores, determina el precio y la ganancia de su producto o servicio y es principalmente quien consigue los clientes. Cuentan con trabajadores siendo el promedio de 0.84 trabajadores por beneficiario.

En relación al financiamiento y mercado de bienes, los beneficiarios utilizaron principalmente sus recursos propios y sus principales clientes son consumidores individuales y familiares amigos y vecinos del distrito donde está ubicado el negocio. Para determinar el precio de sus productos o servicios, toman como referencia los costos de producción y los precios de los productos y servicios de sus competidores, sus negocios mayoritariamente se encuentran cercanos a sus casas o en una zona céntrica comercial, en su mayoría no pertenecen a ninguna organización o gremio empresarial.

Con respecto a la participación de los beneficiarios en el proyecto el 80.2% culminó el proceso de capacitación, y el motivo principal de los que desertaron, fue porque se lo impidió su trabajo, sus estudios o por problemas familiares y de salud. De los beneficiarios que participaron en la capacitación, el 80.2% elaboró un plan de negocio, el 64.2% participó de la obtención de capital de semilla, el 9.9% obtuvo el capital semilla y el 40% implementó su plan de negocios.

2. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO

El proyecto “Jóvenes emprendiendo para el éxito: Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja”, ejecutado por la institución APRENDA S.A., cuyo código de proyecto es C-13-27, tiene como propósito fortalecer y promover el desarrollo de nuevos emprendimientos de los jóvenes de 18 a 29 años de las provincias de Huancayo y Jauja en la región Junín, lo que a su vez estaría contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población en mención.

Para lograr el propósito planteado, el proyecto plantea cuatro componentes de trabajo:

- 1) Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Huancayo y Jauja cuentan con habilidades y capacidades para el emprendimiento.
- 2) Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Huancayo y Jauja se articulan comercialmente en función de la demanda del mercado.
- 3) Jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja acceden y acompañamiento para la ejecución o mejora de su emprendimiento.
- 4) Se desarrolla un adecuado manejo del proyecto.

El presente estudio tiene como ámbito de acción los distritos de, Huancayo, Chilca, El tambo, Huacrapuquio, Huancan, Pilcomayo, Pucara, San Agustín de Cajas, San Jerónimo de Tunan y Sapallanga, en la provincia de Huancayo; los distritos de: Jauja, Acolla, Huamali, Huertas, Julcan, Molinos, Muqui, Paca, Pancan, Sausa, Yauyos, en la provincia de Jauja; San Juan de Iscos y Chupaca en la Provincia de la provincia de Chupaca, todos ubicados en la región Junín.

Se incluye la ficha técnica del proyecto:

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO		
Código del proyecto	C-13-27	
Nombre del proyecto	Jóvenes emprendiendo para el éxito: Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja	
Institución Ejecutora	APRENDA S.A.	
Instituciones Asociadas	PAN-SOY Peru2021 Somos Empresa Mi banco AIESEC Arzobispado de Huancayo	
Duración del proyecto	18 meses	
Fecha de inicio	29 de enero 2014	
Fecha de término	28 de julio 2015	
Monto total del proyecto	S/. 1,054,800.47	
Monto solicitado a FONDOEMPLEO	S/. 494,314.47	
Ámbito geográfico de intervención	Región Junín	Provincias Huancayo, Distritos: Huancayo, Chilca, El tambo, Huacrapuquio, Huancan, Pilcomayo,

		Jauja	Pucara, San Agustín de Cajas, San Jerónimo de Tunan y Sapallanga, Jauja, Acolla, Huamali, Huertas, Julcan, Molinos, Muqui, Paca, Pancan, Sausa, Yauyos, San Juan de Iscos y Chupaca.
Breve Resumen del Proyecto			
Beneficiarios del Proyecto 200 jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Huancayo y Jauja			
El proyecto pretende: <ol style="list-style-type: none"> 1. Brindar conocimiento, desarrollar competencias en temas de gestión empresarial, fortalecer las habilidades socioemocionales y cubrir la brecha de capacitación en emprendimiento de los jóvenes de los jóvenes beneficiarios. 2. Lograr que las iniciativas emprendedoras identificadas por los jóvenes cuenten con financiamiento y sean implementadas de manera oportuna y sostenible 3. Mejorar la articulación comercial de los jóvenes emprendedores a través de la participación en ferias locales y regionales. 			
FINALIDAD DEL PROYECTO Mejorar la calidad de vida de los jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja en la región Junín.			
PROPÓSITO Fortalecer y promover el desarrollo de nuevos emprendimientos de los jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja en la región Junín.		Indicador:	
COMPONENTES DEL PROYECTO			
Componente 1: Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Huancayo y Jauja cuentan con habilidades y capacidades para el emprendimiento.		Indicadores <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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, (ii) gestión empresarial y (iii) articulación comercial al 7mo 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 7mo mes de iniciado el proyecto. ▪ 40 jóvenes con negocios en marcha al 7mo mes del proyecto cuentan con un plan de negocios ▪ 160 jóvenes con negocios en marcha al 7mo mes del proyecto cuentan con un plan de negocio y plan de mejora. 	
Resultado Jóvenes capacitados en temas de emprendimiento y gestión empresarial		Actividades <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Sensibilización y convocatoria de beneficiarios vía medios masivos 1.2. Selección e inscripción de beneficiarios 1.3. Dictado de sesiones de capacitación 	

	<p>1.4. Certificación de Jóvenes que culminan la capacitación en gestión de negocios</p>
<p>Componente 2:</p> <p>Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Huancayo y Jauja se articulan comercialmente en función de la demanda del mercado</p>	<p>Indicadores</p> <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 15avo 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 15 avo 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 15avo 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 15avo 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 11 de ejecutado el proyecto ▪ 50 jóvenes con negocios en marcha establecen su articulación comercial al mes 11 de ejecutado el proyecto ▪ 10 Jóvenes con ideas de negocio con negocio implementado. ▪ 50 Jóvenes con negocios en marcha con negocio fortalecido.
<p>Resultado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes fortalecen sus negocios en marcha o implementan su idea de negocios para vincularse al mercado • Jóvenes han incorporado mejoras en sus negocios 	<p>Actividades</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>Componente 3:</p> <p>Jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja acceden y acompañamiento para la ejecución o mejora de su emprendimiento.</p>	<p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento de la disponibilidad de capital de 20 jóvenes al 12avo mes de ejecutado el proyecto. ▪ Al menos 10 jóvenes que reciben capital semilla se encuentran bancarizados al 12avo mes de ejecutado el proyecto. ▪ 10 jóvenes con ideas de negocio o negocios en marcha disponen de un capital semilla de 2,500 soles al 12avo mes de iniciado el proyecto.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al menos 10 jóvenes asociados o con empresas societarias (SRL o SAC) con 10 plantas procesadoras de Soya instaladas y funcionando al 12avo mes de iniciado el proyecto.
Resultado Jóvenes reciben capital semilla y/o capital de trabajo para emprender su negocio	Actividades <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inscripción de participantes al concurso de capital semilla ▪ Evaluación de planes de negocio ▪ Selección de ganadores de capital semilla ▪ Entrega de capital semilla
Fecha de elaboración de la Ficha Técnica	Febrero de 2014
Unidad responsable de elaboración de la Ficha Técnica	Gestión de Proyectos

3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

3.1. Objetivo General

Identificar el nivel del logro de los objetivos del proyecto, mediante el análisis de los indicadores de Propósito y Componentes previstos en el marco lógico, para conocer la situación de los jóvenes emprendedores de las provincias de Jauja y Huancayo en la Región Junín.

3.2. Objetivos Específicos

- ✓ Conocer y evaluar las capacidades y desarrollo de competencias de los beneficiarios del proyecto, para el emprendimiento.
- ✓ Evaluar las iniciativas de emprendimientos de los beneficiarios del proyecto comparando los datos obtenidos en el ELB y los del EEF.

4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

La metodología de trabajo combina técnicas cuantitativas y cualitativas, el cuantitativo se basó en la aplicación de un cuestionario a una muestra poblacional de 101 personas que representan el 76.5% de los 132 beneficiarios que fueron considerados previamente en la línea de base del proyecto, la cualitativa comprende la revisión de documentación secundaria e información relevante facilitada principalmente por las instituciones Fondoempleo y Aprenda, reuniones de entrevistas a profundidad con actores claves, conformado por los participantes del equipo de la institución ejecutora, los representantes de las instituciones aliadas y las autoridades relacionadas al sector, como son: las direcciones regionales de Trabajo y Producción. Además se realizó la coordinación de las actividades de campo para la toma de datos como, la convocatoria, selección y capacitación de encuestadoras, monitoreo y crítica de las encuestas aplicadas, procesamiento y análisis de la información obtenida.

4.1 Diseño de estudio

El presente trabajo es un estudio descriptivo con combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas, que incluye un análisis de la situación actual y su relación con el proyecto que contempla este estudio.

Las fuentes de información cualitativa corresponden a:

- Entrevistas aplicadas a autoridades del Ministerio de Trabajo y el Ministerio de la Producción.
- Entrevistas a actores relevantes: aliados del proyecto beneficiarios y Jefe del proyecto.

Las fuentes de información cuantitativas propuestas corresponden a:

- Resultado de encuestas aplicados a los beneficiarios del proyecto

Las variables para el análisis y evaluación del presente estudio se definieron desde el ELB y fueron:

Nivel socio-económico.- En esta variable se identificó el tipo de vivienda de los beneficiarios, el material predominante en paredes, pisos y techos de sus viviendas, tipos de servicios que cuenta el beneficiario como abastecimiento de agua, servicios higiénicos y tipo de alumbrado.

Nivel educativo.- Se obtuvo el Grado de Instrucción de los encuestados (primaria, secundaria, superior técnica o universitaria), si han seguido cursos de formación de corta duración; y si pretenden continuar con sus estudios y terminar su instrucción educativa.

Nivel laboral.- En esta variable se presenta la ocupación principal de los encuestados, el sector de trabajo en su ocupación principal, el tipo de negocio o empresas en que laboraron, las horas trabajadas, forma de pago y rubros a los que se dedicaba el negocio.

Nivel de emprendimiento.- Con respecto al grado de competencias para el emprendimiento se identificaron la participación en negocios propios, familiares o laboraron como dependientes. Se describen las razones para la formación de la empresa, tipo de registro del negocio, su ubicación, estacionalidad de las ventas, ganancias, número de trabajadores, costos de activos, forma de financiamiento, principales clientes, determinación de precios y tipos de competencias en la línea de negocios.

4.1.1 Marco poblacional y selección de la muestra

El criterio para la selección de la muestra para el proceso de evaluación fue volver a encuestar a los 132 beneficiarios para identificar los cambios generados producto de la intervención del proyecto; los beneficiarios se ubican en las dos provincias de la manera como se indica en el cuadro 4.1

Cuadro 4.1. Región Junín: Porcentajes de encuestados según distritos, al 10 de Noviembre del 2014.

DISTRITOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Huancayo	31	23,0

Chilca	16	11,9
El tambo	34	25,2
Huacrapuquio	1	0,7
Huancan	2	1,5
Pilcomayo	5	3,7
Pucara	1	0,7
San Agustín	4	3,0
San Jerónimo de Tunan	1	0,7
Sapallanga	2	1,5
Jauja	19	14,1
Acolla	1	0,7
Huamali	1	0,7
Huertas	1	0,7
Julcan	2	1,5
Molinos	1	0,7
Muqui	1	0,7
Paca	2	1,5
Pancan	1	0,7
Sausa	2	1,5
Yauyos	2	1,5
Chupaca	1	0,7
San Juan de Iscos	1	0,7
TOTAL	132	100

Durante el trabajo de campo no se pudo aplicar las encuestas al total de beneficiarios de la línea de base, sólo se logró ubicar a 101 beneficiarios a quienes se les aplicó las encuestas.

Los 31 beneficiarios restantes no pudieron ser ubicados por distintas razones y también hubo casos que no querían atender la aplicación de las encuestas, por lo tanto el análisis para la evaluación final del proyecto se realizó sobre la base de 101 beneficiarios. La relación de los beneficiarios que no se encuestaron se puede ver en el anexo 9.7.

4.2. Instrumentos para el recojo de información

4.2.1 Encuestas

Las encuestas a aplicar fueron entregadas por FONDOEMPLEO y se diseñaron considerando principalmente aspectos relevantes para el proyecto. La aplicación de las encuestas fue realizada en forma directa a los beneficiarios del proyecto y en las diferentes localidades de los distritos que pertenecen al ámbito de estudio del proyecto.

Para ello las encuestadoras fueron distribuidas en grupos, los cuales hicieron un trabajo de campo recorriendo los diferentes distritos para el levantamiento de información, comprendiendo un periodo de trabajo de 15 días en una primera fase y 7 días más en una segunda fase.

El objetivo de la encuesta fue recoger información necesaria para elaborar el estudio de evaluación final del Proyecto con la cual se espera conocer la realidad a nivel socioeconómico, laboral, educativo y de emprendimiento. A través de ella se quiere detectar los indicadores referentes a los problemas y necesidades; y descubrir las causas de los mismos.

Trabajo de campo, digitación y análisis de datos: El trabajo de campo fue realizado por encuestadoras capacitadas por la consultora y la supervisora de las encuestas. Previo a la aplicación de la encuesta, se seleccionó y capacitó a candidatos encuestadores que fueron convocados en la Universidad Roosevelt de Huancayo.

Posterior a la capacitación, se realizaron las salidas de campo con las que se procedió al levantamiento de la información.

Para el procesamiento de la información se usó el programa estadístico SPSS, proporcionado por FONDOEMPLEO, allí se elaboró la base datos y el procesamiento respectivo obteniéndose los cuadros de resultados previstos.

4.2.2 Entrevistas

Se realizaron 05 entrevistas, a informantes claves como representantes de las dos instituciones aliadas: PANSOY y Arzobispado de Huancayo, a autoridades del Ministerio de Trabajo y del Ministerio de la Producción. También se realizaron entrevistas a los beneficiarios, y jefa del proyecto.

4.3 Sistematización y análisis de la información

La sistematización de la información se realizó con base a la información obtenida en la revisión de documentación, las encuestas y entrevistas, considerando la interacción de datos en los diversos rubros.

5. INDICADORES DEL PROYECTO

5.1 Presentación del Marco lógico

Durante los 18 meses de ejecución del proyecto hubo cambios y reajustes en los indicadores y resultados que se han actualizado en el presente marco lógico.

MARCO LÓGICO DEL PROYECTO			
OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VER.	SUPUESTOS
FINALIDAD			
Mejorar la calidad de vida de los jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja en la región Junín.			
PROPÓSITO			
Fortalecer y promover el desarrollo de nuevos emprendimientos de los jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja en la región Junín.			

MARCO LÓGICO DEL PROYECTO			
OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VER.	SUPUESTOS
COMPONENTES			
<p>Componente 1: Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Huancayo y Jauja cuentan con habilidades y capacidades para el emprendimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 10mo 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 10mo mes del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluaciones al final de la capacitación recibida. • Visita de verificación de uso de herramientas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen políticas de fomento del emprendimiento en las provincias de Huancayo y Jauja
<p>Componente 2: Jóvenes entre 18-29 años de las provincias Huancayo y Jauja se articulan comercialmente en función de la demanda del mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 40 jóvenes con negocios en marcha logran incrementar su cartera de clientes al 15avo mes de ejecutado el proyecto. • 10 jóvenes con ideas de negocio establecen una cartera de clientes al 15avo mes de ejecutado el proyecto. • 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 15avo 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 15avo mes de ejecutado el proyecto. • Al menos 3 alianzas estratégicas promovidas son suscritas por jóvenes emprendedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratos físicos de bienes o servicios logrados por jóvenes con negocios en marcha. • Contratos físicos de bienes o servicios logrados por jóvenes con ideas de negocio. • Registro de cartera de clientes de jóvenes con negocios en marcha. • Registro de cartera de clientes de jóvenes con ideas de negocio. • Registro de compromiso o acta de asociación para participación en ferias. 	<ul style="list-style-type: none"> • La economía de las Provincias de Huancayo y Jauja continúa creciendo de modo que respalda y permite el crecimiento del consumo interno.
<p>Componente 3: Jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja acceden y acompañamiento para la ejecución o mejora de su emprendimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 10 jóvenes reciben capital semilla y 10 jóvenes reciben capital de trabajo • Al menos 10 jóvenes que reciben capital semilla se encuentran bancarizados al 13avo mes de ejecutado el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro bancario de depósito en cuenta Mi banco. • Contrato de comodato por entrega de capital de trabajo. • Registro de apertura de cuenta de ahorros. • Visita de verificación. 	<ul style="list-style-type: none"> • El costo de oportunidad de emprender es menor que otra alternativa que tenga el beneficiario.
<p>Componente 4: Se desarrolla un adecuado manejo del proyecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 100% de cumplimiento sobre el cronograma detallado de actividades al finalizar el proyecto. • 90% de las contrataciones y alquileres son realizados a tiempo. <ul style="list-style-type: none"> • 100% de ejecución monetaria del proyecto al final del mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes de gestión del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen dificultades sociales ni fenómenos naturales que retrasen la ejecución del proyecto.

MARCO LÓGICO DEL PROYECTO			
OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VER.	SUPUESTOS
PRODUCTOS			
1.1. Jóvenes capacitados en temas de emprendimiento y gestión empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> • 40 jóvenes con ideas de negocio capacitados en 3 temas: (i) la elaboración de planes de negocios, (ii) gestión empresarial y (iii) articulación comercial al 7mo 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 10mo mes de iniciado el proyecto. • 40 jóvenes con negocios en marcha al 7mo mes del proyecto cuentan con un plan de negocios. • 160 jóvenes con negocios en marcha al 10mo mes del proyecto cuentan con un plan de negocio y plan de mejora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registros de asistencia a sesiones de capacitación. Fichas de plan de negocio concluidas Fichas de plan de mejora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes logran ordenar sus actividades para tener tiempo de asistir a las capacitaciones y presentar el producto solicitado.
2.1. Jóvenes fortalecen sus negocios en marcha o implementan su idea de negocios para vincularse al mercado	<ul style="list-style-type: none"> • 20 jóvenes con ideas de negocio reciben asesoría para perfilar su plan de negocio y presentarse al concurso. • 80 jóvenes con negocios en marcha son asesorados para perfilar su plan de mejora y presentarse al concurso • 10 jóvenes con ideas de negocio implementan su negocio y se articulan al mercado. • 50 jóvenes con negocio en marcha se articulan al mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de visita de asesorías. Base de datos de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • El costo de oportunidad de emprender es menor que otra alternativa que tenga el beneficiario.
2.2. Jóvenes han incorporado mejoras en sus negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes han incorporado al menos 5 mejoras incorporadas al finalizar el proyecto por cada negocio que haya recibido acompañamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de mejoras 	<ul style="list-style-type: none"> • La economía de los jóvenes permanece estable para continuar con la implementación de su emprendimiento
3.1. Jóvenes reciben capital semilla y/o capital de trabajo para emprender su negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • 10 jóvenes con ideas de negocio o negocios en marcha disponen de un capital semilla de 2,500 soles al 12avo mes de iniciado el proyecto. • Al menos 10 jóvenes asociados o con empresas societarias (SRL o SAC) con 10 plantas procesadoras de Soya instaladas y funcionando al 12avo mes de iniciado el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro bancario de depósito en cuenta Mi banco Visita para verificación de uso de la maquinaria procesadora de soya 	<ul style="list-style-type: none"> • El costo de oportunidad de emprender es menor que otra alternativa que tenga el beneficiario. • Jóvenes cumplen con los compromisos dispuestos por PANSOY para el uso de la maquinaria entregada.

MARCO LÓGICO DEL PROYECTO			
OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VER.	SUPUESTOS
ACTIVIDADES			
• Actividades Componente 1			
1.1.1. Sensibilización y convocatoria de beneficiarios vía medios masivos	<ul style="list-style-type: none"> • 10 Programas de radio emitidos en emisora local 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de programas § de radio emitidos en emisora local. • Arte de volantes • Registro fotográfico de afiches colocados. • Registro fotográfico de 	<ul style="list-style-type: none"> • Los medios masivos seleccionados tienen llegada a los jóvenes beneficiarios.
1.1.2. Selección e inscripción de beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> • 500 jóvenes seleccionados e inscritos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichas de información socioeconómica recolectadas. • Registro de llamadas ingresantes para preinscripciones. • Registro de llamadas a seleccionados 	<ul style="list-style-type: none"> • La información que brindan los jóvenes en las fichas es completa y real.
1.1.3. Dictado de sesiones de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • 17 sesiones de capacitación dictadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de asistencia por clase y por módulo desarrollado. • Registro fotográfico 	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes se organizan adecuadamente para participar en las sesiones.
1.1.4. Certificación de Jóvenes que culminan la capacitación en gestión de negocios	<ul style="list-style-type: none"> • 200 jóvenes reciben certificación 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro fotográfico de entrega de certificados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes se organizan adecuadamente para culminar las capacitaciones.
• Actividades componente 2			
2.1.1. Selección de los jóvenes a asesorar	<ul style="list-style-type: none"> • 100 jóvenes seleccionados 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe de selección de jóvenes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Por lo menos 100 jóvenes han llegado a completar el formato de plan de
2.1.2. Realización de visitas de asesoramiento a jóvenes con ideas de negocio Y negocios en marcha	<ul style="list-style-type: none"> • 3 visitas de asesoría de 2 horas cada una para 100 jóvenes 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro fotográfico • Informe de asesor • Acta de visitas con firma de asesor y del joven beneficiario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes se organizan adecuadamente para recibir las visitas de
2.1.3. Reforzamiento de asesorías para la implementación de planes de negocio y su plan de mejora	<ul style="list-style-type: none"> • 40 consultas resueltas vía mail. • 40 consultas resueltas vía redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro digital de respuestas brindadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los jóvenes hacen uso de redes sociales.
2.1.4. Asesoría especializada por parte de PANSOY en la implementación de su emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Al menos 50 jóvenes que reciben 10 plantas procesadoras de Soya • reciben 50 horas de asistencia técnica por parte de PANSOY 	<ul style="list-style-type: none"> • Listas de asistencia • Informe brindado por PANSOY 	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes se organizan adecuadamente para recibir las visitas de acompañamiento.

MARCO LÓGICO DEL PROYECTO			
OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VER.	SUPUESTOS
2.2.1. Acompañamiento para continuar la implementación de su negocio	<ul style="list-style-type: none"> 70 jóvenes con ideas de negocio o negocios en marcha que no reciben capital semilla, acceden a 12 horas de acompañamiento para continuar la implementación de su negocio. 15 jóvenes con ideas de negocio o negocios en marcha ganadores de capital semilla y de las plantas procesadoras, acceden a 12 horas de acompañamiento para continuar la implementación de su negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro fotográfico Informe de asesor Acta de visitas con firma de asesor y del joven beneficiario. 	<ul style="list-style-type: none"> Jóvenes se organizan adecuadamente para recibir las visitas de acompañamiento.
<ul style="list-style-type: none"> Actividades componente 3 			
3.1.1. Inscripción de participantes al concurso de capital semilla y plantas procesadora de Soya.	<ul style="list-style-type: none"> 100 jóvenes inscritos 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha de inscripción de jóvenes al concurso 	<ul style="list-style-type: none"> Jóvenes se organizan adecuadamente para participar en el concurso.
3.1.2. Evaluación de planes de negocio	<ul style="list-style-type: none"> 100 planes de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> Participación de los jurados propuestos.
3.1.3. Selección de ganadores de capital semilla	<ul style="list-style-type: none"> Por lo menos 10 ganadores seleccionados. 	<ul style="list-style-type: none"> Fichas de evaluación de ganadores. 	<ul style="list-style-type: none"> Participación de los jurados propuestos.
3.1.4. Entrega de capital semilla y plantas procesadoras	<ul style="list-style-type: none"> 1 publicación en la revista somos empresa. Difusión de ganadores en medios de comunicación. 10 plantas procesadoras entregadas 	<ul style="list-style-type: none"> Registro fotográfico Revista de Somos Empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad del capital de FONDOEMPLO y PAN-SOY
<ul style="list-style-type: none"> Actividades componente 4 			
4.1. Viajes de monitoreo de proyecto	<ul style="list-style-type: none"> 6 viajes de monitoreo realizados 	<ul style="list-style-type: none"> Pasajes, formato de entrega de viáticos 	<ul style="list-style-type: none"> No existen dificultades sociales ni fenómenos naturales que impidan los viajes de monitoreo.
4.2. Elaboración de informes mensuales de monitoreo de gastos	<ul style="list-style-type: none"> 18 informes realizados 	<ul style="list-style-type: none"> Informes de monitoreo 	<ul style="list-style-type: none"> No existen dificultades sociales ni fenómenos naturales
4.3. Realización de reuniones de coordinación y retroalimentación al interno del equipo del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> 18 reuniones realizadas 	<ul style="list-style-type: none"> Acta de reunión 	<ul style="list-style-type: none"> Existe una distribución adecuada de las actividades a realizar por el equipo.

6. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

6.1. Caracterización de la población beneficiaria:

Esta sección está determinada por los resultados de la aplicación de la encuesta a los beneficiarios y para un mejor análisis se hace uso de cuadros, tablas, gráficos, etc.

6.1.1 Datos generales

Estos datos fueron obtenidos y presentados en el ELB. Los más importantes que el análisis de las encuestas pudieron mostrar fueron: La distribución de la población por sexo, edad y nivel educativo alcanzado. Vemos que entre los beneficiarios del proyecto se encontró que son mayoritariamente hombres 52.5% la edad promedio es 23.9 años, el rango de edad mayoritario es de 18 a 24 años que representa el 60.4%.

En relación al nivel educativo alcanzado por los beneficiarios del proyecto en la misma fuente del ELB encontramos que el 100% de los beneficiarios ha cursado algún nivel educativo, el porcentaje más alto lo muestran los que han estudiado Superior Universitaria 51.5%, el siguiente grupo importante son los que han estudiado superior no universitaria 23.5%, y en tercer lugar están los que han estudiado secundaria que agrupa al 15.2%.

En la tabla 6.1, vemos que el 56.4% de los beneficiarios estudia actualmente, de este grupo el porcentaje de los que estudiaron algún curso de corta duración ha disminuido de 48.5% que estudiaba según datos del ELB a 12.9% durante el periodo de ejecución del proyecto.

Tabla 6.1. EEF, L3, Región Junín: Beneficiarios con estudios de corta duración (Porcentaje)

Beneficiarios con estudios de corta duración	Línea base	Evaluación Final
Beneficiarios que estudia actualmente	56.40	12.9
Beneficiarios que ha estudiado algún curso de corta duración	48.50	12.9

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

La tabla 6.2 muestra que en el estudio de línea de base el 96 % de los beneficiarios trabaja, de ellos el 20.8% son dependientes y el 75.2% independientes. Existe un grupo menor que no trabaja 4%. En los resultados de la evaluación final se determinó que se mantiene el mismo porcentaje 96% de los beneficiarios que trabajan, de los cuales el 17.8% son dependientes y el 78.2% son independientes, lo cual es destacable por los emprendimientos promovidos y desarrollados por el proyecto, pues se verifica que un 3% de beneficiarios pasaron de dependientes a independientes.

Tabla 6.2. EEF, L3, Región Junín: Condición de actividad de los beneficiarios. (en porcentaje)

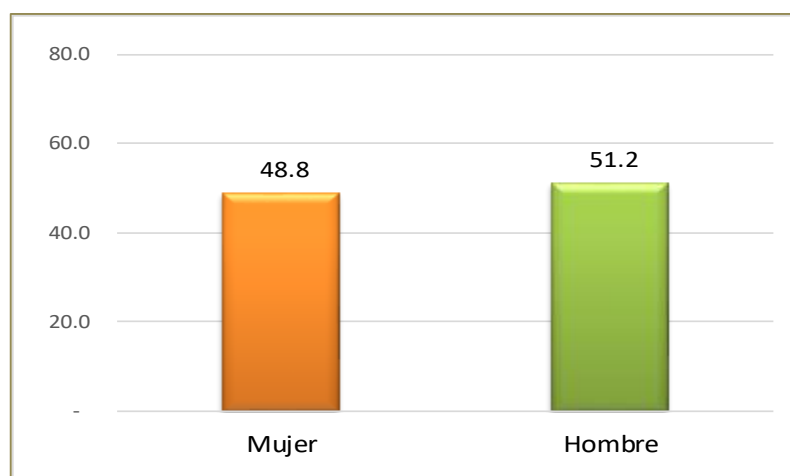
Condición de actividad	Línea base	Evaluación Final
a. Trabaja	96.0	96.0
a.1.- Dependientes	20.8	17.8
a.2.- Independientes	75.2	78.2
b.- No trabaja	4.0	4.0
Total (%)	100	100
Número de casos	101	101

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En el gráfico 6.1 se determinó que en la población encuestada hay una mayor presencia de hombres 51.2% frente a una presencia de 48.8% de mujeres que contaban con un negocio antes del proyecto.

Gráfico 6.1. EEF, L3, Región Junín: Beneficiarios según creación del negocio antes del proyecto, por sexo (Porcentaje)

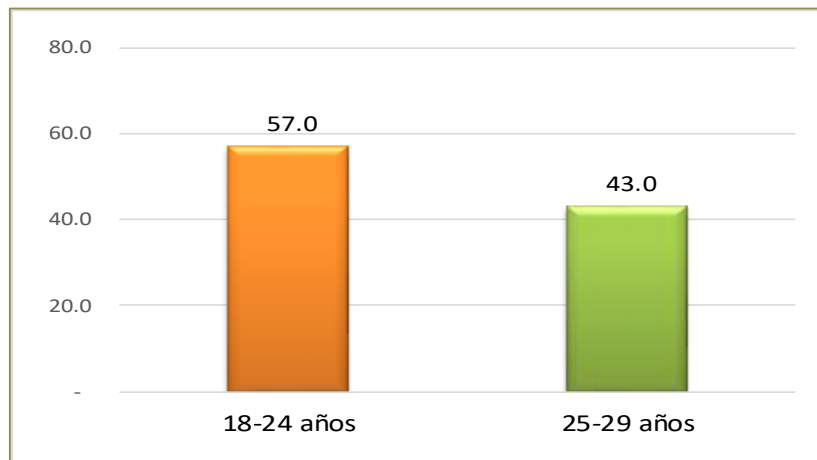


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En el gráfico 6.2 se realizó un análisis del porcentaje de beneficiarios que tenían un negocio creado antes del proyecto relacionándolo con las edades de los encuestados y se obtuvo que mayormente los beneficiarios (as) de 18 a 24 años 57% obtuvieron un negocio antes del proyecto frente al 43% del grupo de edad de 25 a 29 años.

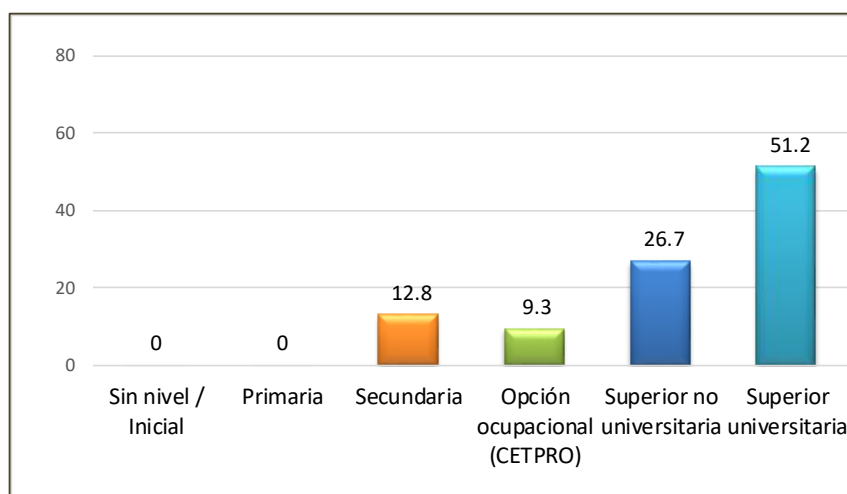
Gráfico 6.2. EEF, L3, Región Junín: Beneficiarios según creación del negocio antes del proyecto, por grupos de edad (Porcentaje)



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015
Elaboración: Diaconía

El gráfico 6.3 nos muestra la relación existente entre la creación del negocio y el nivel educativo de los beneficiarios. Vemos que el mayor porcentaje de beneficiarios que creó su negocio propio antes del proyecto fueron los que tienen un nivel educativo de superior universitaria y representa el 51.2%, en segundo lugar están los que estudiaron hasta superior no universitaria que representan el 26.7%. En tercer lugar están los que estudiaron hasta secundaria que representan el 12.8%. El menor nivel educativo alcanzado por los beneficiarios que crearon su propio negocio antes de ingresar al proyecto son los que estudiaron en CETPRO y representan el 9.3%.

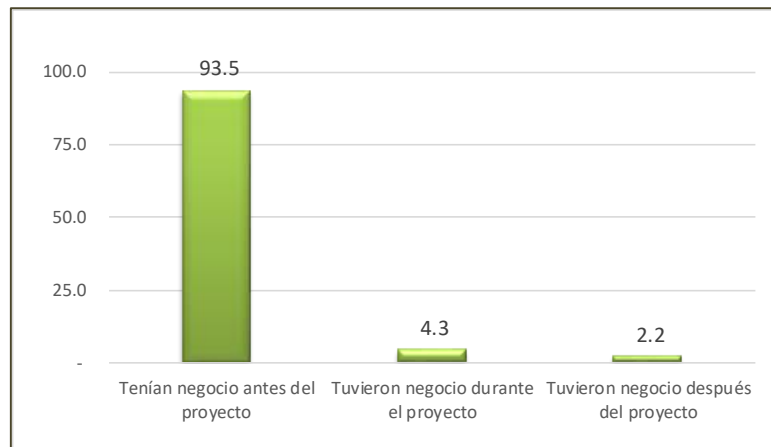
Gráfico 6.3. EEF, L3, Región Junín: Beneficiarios con negocio antes del proyecto por nivel de educativo (Porcentaje)



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015
Elaboración: Diaconía

En forma general en el gráfico 6.4 se obtuvo que el 93.5% de encuestados tenían negocio antes de ingresar como beneficiarios del proyecto, el 4.3% lo creó durante la ejecución del proyecto.

Gráfico 6.4. EEF, L3, Región Junín: Beneficiarios con negocio creado antes, durante y después del proyecto (Porcentaje)



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En la tabla 6.3 se muestran las características del negocio creado antes del proyecto, que se agrupan en diez sectores económicos: el más importante es comercio que agrupa al 26.1%, luego está el rubro de hoteles y restaurantes con 22.8%, en tercer lugar empatan la agricultura con las industrias manufactureras con 16.3% y en cuarto lugar están los servicios comunitarios con 12%. El rubro con menos participantes es la inmobiliaria y servicios de electricidad y agua con 1.1%.

Con respecto al rango de años de antigüedad del negocio destacan los que tienen más de 2 años de creados que representan el 57.6%, hay un 25% que están entre 1 y 2 años de creados y el otro 25% están entre 6 meses y un año. Finalmente la propiedad del negocio es sólo de los beneficiarios 46.7%, el beneficiario y socios familiares 51.1% y el beneficiario y socios no familiares 2.2%.

Se debe resaltar que el 93.5% de beneficiarios mantienen el mismo negocio que tenían antes de iniciarse el proyecto.

Tabla 6.3. EEF, L3, Región Junín: Características de los negocios, según estudio de evaluación (Porcentaje)

Indicador	Línea Base	Evaluación Final
Giro del negocio		
Agricultura	25.0	16.3
Industrias manufactureras	10.5	16.3
Electricidad, gas y agua	1.3	1.1
Construcción	2.6	2.2
Comercio	23.7	26.1
Hoteles y restaurant	21.1	22.8
Inmobiliaria	2.6	1.1
Enseñanza	2.6	0.0
Servicios sociales y de salud	2.6	2.2
Servicios comunitarios	7.9	12.0
Total (%)	100	100
Número de casos	76	92
Rangos de años de antigüedad del negocio		
Menos de 6 meses	31.6	5.4
De 7 meses a 1 año	14.5	12.0
De 1 a 2 años	9.2	25.0
Más de 2 años	44.7	57.6
Total (%)	100	100
Número de casos	76	92
Propiedad del negocio		
Sólo el beneficiario	55.3	46.7
Tengo socios familiares	39.5	51.1
Tengo socios que no son familiares	5.3	2.2
Total (%)	100	100
Número de casos	76	92
¿Este negocio es el mismo que tenías antes del proyecto?		
Si		93.5
No		6.5
Total (%)		100
Número de casos		92

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

La tabla 6.4 muestra los Indicadores de gestión del negocio. Según el EEF, se aprecia que un 44.6% de negocios no tiene ninguna inscripción en la SUNAT. El resto 56.4% está inscrito como persona natural con negocio propio con RUC, se

ve que el 22.4% de beneficiarios que tenían RUS al momento del ELB migraron a personas naturales con negocio y RUC.

En cuanto a la ubicación del negocio sigue predominando que la mayoría tiene su taller o local comercial dentro de su vivienda 51.1%, un 33.7% tiene su negocio ubicado en un establecimiento diferente a su vivienda, habiendo un sector muy pequeño de 4.3% que tiene su puesto fijo en la vía pública.

Tabla 6.4. EEF, L3, Región Junín: Indicadores de gestión del negocio según estudio de evaluación (Porcentaje)

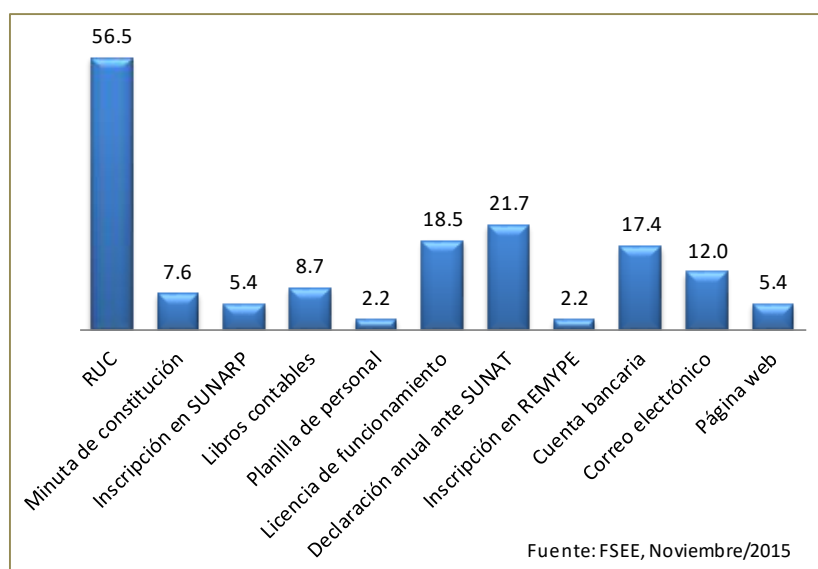
Indicador	Línea base	Evaluación final
Razón social del negocio		
Persona natural con negocio propio con R.U.C.	6.6	55.4
Persona Natural con negocio propio y R.U.S.	22.4	0.0
Persona Natural con negocio propio y R.E.I.R.	0.0	0.0
Persona Jurídica como E.I.R.L.	6.6	0.0
Ninguno	64.5	44.6
Total (%)	100	100
Número de casos	76	92
Ubicación del negocio		
Taller o local comercial dentro de la vivienda	55.3	51.1
Local en un establecimiento diferente a la vivienda	14.5	33.7
En la vía pública, sin puesto fijo	6.6	2.2
En la vía pública, puesto fijo	9.2	4.3
Puesto fijo/improvisado en mercado de abastos	2.6	1.1
En el domicilio de los clientes	5.3	0.0
Otro	6.6	7.6
Total (%)	100	100
Número de casos	76	92
% de beneficiarios con negocio que emite boletas	55.4	

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En el gráfico 6.5 se ve que el 56.5% de los beneficiarios tiene RUC, de ellos sólo el 21.7% declaran anualmente a la SUNAT, 18.5% tiene licencia de funcionamiento, 17.4% tienen cuenta bancaria y 12% correo electrónico. 8.7% llevan libros contables y 2.2% tienen planilla de personal.

Gráfico 6.5. EEF, L3, Región Junín: Indicadores de gestión del negocio según estudio de evaluación (Porcentaje)



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015
Elaboración: Diaconía

En la tabla 6.5, se muestra los indicadores de organización del negocio, vemos que el 56.5% de los beneficiarios con negocio lleva un registro de compras, de este grupo sólo el 11.5% registra en un libro formal y lo realiza siempre, el 84.6% registra en un cuaderno de apuntes o similares y lo realiza siempre. Cuando se les preguntó sobre la utilidad de este registro de compras, el 78.8% señaló que es para saber cuánto gasta en el negocio. Hubo un 15.4% que señaló que le es útil para saber cuánto es la ganancia de su negocio.

Sobre el registro de ventas, un 82.6% de beneficiarios con negocio llevan un registro de ventas, de ellos un 78.9% dice que realizan un registro informal y lo realiza siempre, un 65.8% lo usa para saber cuánto ingresa a su negocio y un 34.2%, para saber cuánto es la ganancia de su negocio.

Tabla 6.5. EEF, L3, Región Junín. EEF: Indicadores de organización del negocio (Porcentaje)

Indicadores de organización del negocio	Evaluación final
<u>REGISTRO DE COMPRAS</u>	
beneficiarios con negocio que llevan un registro de compras	56.5
b.- Formalidad y frecuencia del registro de compras	
1.- Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	11.5
2.- Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	0.0
3.- Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo siempre	84.6

4.- Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando	3.8
Total (%)	100
c.- Utilidad del registro de compras	
1.- Para saber cuánto gasto en el negocio	78.8
2.- Para saber la ganancia de mi negocio	15.4
3.- No lo uso para nada	1.9
4.- Otro	3.8
Total (%)	100
REGISTRO DE VENTAS	
a.- % de beneficiarios con negocio que llevan un registro de ventas	82.6
b.- Formalidad y frecuencia del registro de ventas	
1.- Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	10.5
2.- Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	0.0
3.- Es un registro informal y lo realizo siempre	78.9
4.- Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando	10.5
Total (%)	100
c.- Utilidad del registro de ventas	
1.- Para saber cuánto ingresa a mi negocio	65.8
2.- Para saber la ganancia de mi negocio	34.2
3.- No lo uso para nada	0.0
4.- Otro	0.0
Total (%)	100

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En la tabla 6.6, se muestra los Indicadores de toma de decisiones en el negocio, vemos que cerca del 60% de las decisiones en las diferentes áreas de sus negocios las toman ellos solos. Dentro de los beneficiarios que tienen socios más del 30% de las decisiones las toma en común con ellos, sólo un 4% de beneficiarios toma decisiones respecto a la producción venta/servicio junto con sus trabajadores.

Tabla 6.6. EEF, L3, Región Junín: Indicadores de toma de decisiones en el negocio (Porcentaje)

Indicadores de toma de decisiones en el negocio	Sólo yo	Yo con mis socios	Sólo mis socios	Trabajadores	Trabajadores y yo	Otras personas	No corresponde	TOTAL
¿Quién realiza la producción /venta/servicio?	50.0	34.8	8.7	1.1	4.3	1.1	0.0	100
¿Quién controla los gastos de la empresa?	59.8	26.1	13.0	0.0	0.0	0.0	1.1	100
¿Quién decide la compra de equipos?	45.7	27.2	8.7	0.0	0.0	0.0	18.5	100
¿Quién negocia con los proveedores?	57.6	26.1	14.1	0.0	0.0	0.0	2.2	100

¿Quién determina el precio de venta de su producto/servicios?	59.8	32.6	7.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100
¿Quién determina la ganancia de su producto/servicio?	59.8	31.5	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100
¿Quién consigue los clientes?	52.2	28.3	9.8	0.0	1.1	0.0	8.7	100

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En la tabla 6.7, vemos los indicadores económicos de los negocios. Según el EEF el promedio de las ventas anuales llegan a 41,832.28 soles, por ende las ventas mensuales tienen un promedio de 3.486 soles, si los comparamos con los datos del ELB, se puede ver un incremento en el promedio de ventas en 16.4% y cuando comparamos las ganancias del ELB con las del EEF también encontramos un ligero incremento en el promedio de ganancias que llevado a porcentaje representa el 1.3%. Esto nos lleva a suponer que los negocios mejoraron ligeramente su rentabilidad durante la ejecución del proyecto, las capacitaciones en temas de gestión del negocio habrían logrado ese efecto.

Tabla 6.7. EEF, L3, Región Junín: Indicadores económicos de los negocios según estudio de evaluación

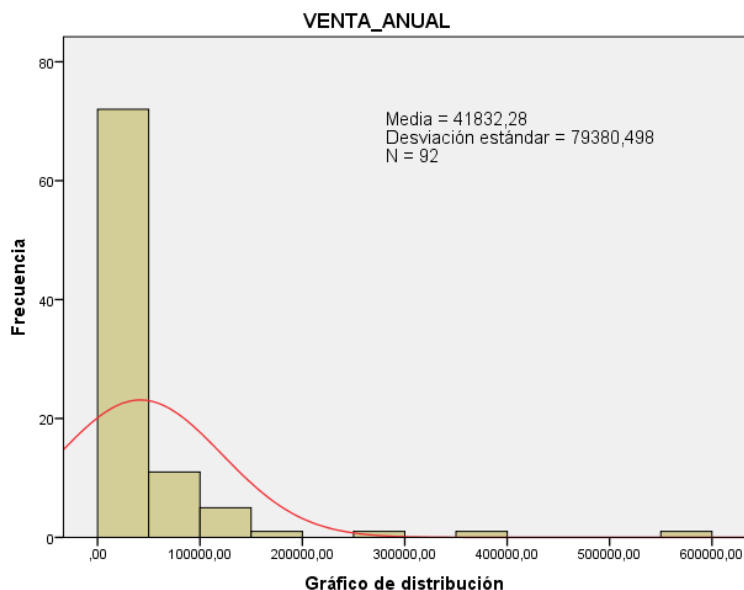
Indicador	Línea base	Evaluación final
Promedio de ventas anuales (S./año)	35,933.60	41,832.28
Promedio de ventas mensuales (S./mes)	2,994.47	3,486.02
Promedio de ganancias anuales (S./año)	15,996.30	16,199.84
Promedio de ganancias mensuales (S./mes)	1,333.02	1,349.99

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

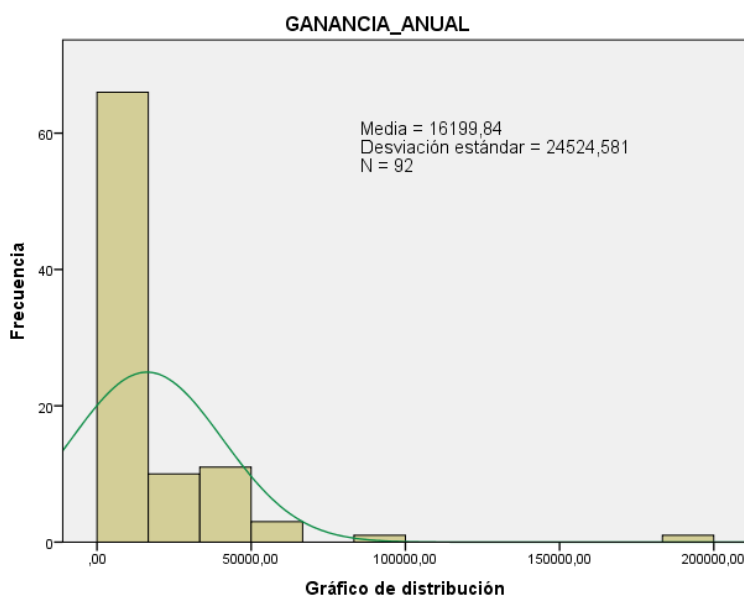
El gráfico 6.6 muestra que en las ventas la desviación estándar es de 7 380,498 esto indica que hay una gran variación en los datos de ventas, semejante comportamiento se encuentra en las ganancias cuya desviación estándar es de 24 524,581 (ver gráfico 6.7)

Gráfico 6.6. EEF, L3, Región Junín: Distribución de las ventas anuales



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015
Elaboración: Diaconía

Gráfico 6.7. EEF, L3, Región Junín: Distribución de las ganancias anuales



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015
Elaboración: Diaconía

La tabla 6.8 muestra la vinculación del negocio con el mercado de factores, se observa que el promedio de trabajadores es 0.84. al comparar los datos del ELB con el EEF se ve en general una baja en la participación de las diversas modalidades de trabajadores que los negocios emplean, solo se observa un ligero incremento en la participación de

trabajadores familiares no remunerados de 0 a 0.08, en el Estudio de Línea de Base, en contraste de la Evaluación Final.

Sobre las fuentes de financiamiento en la misma tabla 6.8 podemos ver que se mantiene la misma característica en los datos del ELB como en el EEF, pues la mayoría de los beneficiarios financian sus negocios con recursos propios, que están por el orden del 64.9% y 79.3% en el ELB y EEF respectivamente. En general, ha disminuido el uso de financiamiento de las diferentes fuentes de financiamiento, por ejemplo ha bajado el préstamo de los bancos de 24.3% a 15.2% y ha aparecido el dato de financiarse mediante ONGs al que acudió el 1.1% de beneficiarios.

Tabla 6.8. EEF, L3, Región Junín: Vinculación del negocio con el mercado de factores.

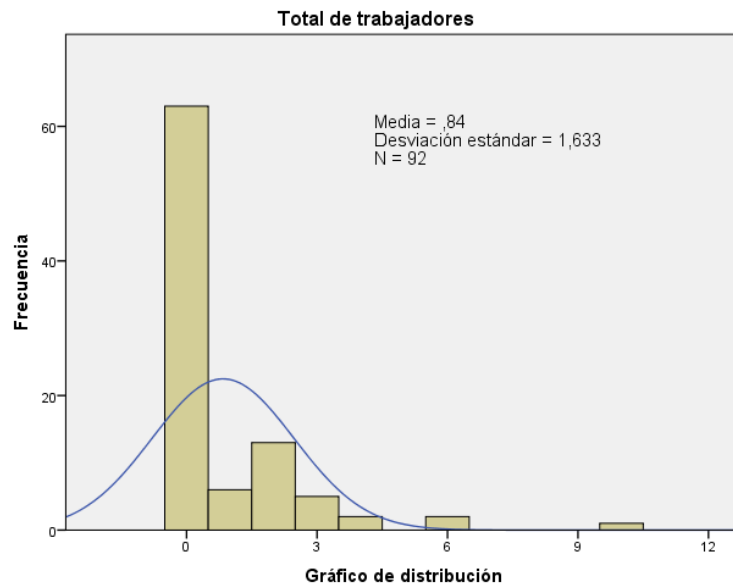
Indicador	Línea de Base	Evaluación Final
Promedio de trabajadores	0.59	0.84
Promedio de trabajadores eventuales	0.54	0.32
Promedio de trabajadores familiares	0.80	0.32
Promedio de TFNR	0.00	0.08
Promedio de trabajadores no familiares	0.34	0.43
Promedio de ventas anuales por trabajador (S./año/trabajador)	22746.96	30505.15
Fuentes de financiamiento (Porcentaje)		
Recursos propios	64.9	79.3
Recursos de familiares/amigos	32.4	31.5
Préstamo de proveedores	5.4	1.1
Préstamo de clientes	2.7	0.0
Préstamo de Bancos	24.3	15.2
Préstamo de Cajas Munic./Rurales	6.8	7.6
Préstamo de ONG	0.0	1.1
Otro	1.4	3.3
Total (%)	100	100
Número de casos	76	92

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

El gráfico 6.8 muestra la distribución del número de trabajadores que tienen los negocios de los participantes del proyecto. El gráfico evidencia que, de los 92 negocios, el promedio de trabajadores por empresa es de 0.84, con una desviación estándar de 1,63; esto demuestra que es casi parejo el número de trabajadores que tienen los negocios.

Gráfico 6.8. EEF, L3, Región Junín: Distribución del número de trabajadores



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En la tabla 6.9 vemos la vinculación de los negocios con el mercado de bienes que se mide mediante tres indicadores: principales clientes, procedencia de los clientes y los criterios tomados en la determinación de los precios. En relación a los clientes vemos que los clientes de los beneficiarios son principalmente consumidores individuales que representan el 72.8%, y familiares, vecinos y amigos, que representan el 28.3%, en tercer lugar están los mayoristas que representan el 12%.

La procedencia de los principales clientes de los beneficiarios es del distrito donde está ubicado el negocio, 75%. En segundo lugar, están los clientes de la provincia donde está ubicado el negocio el cual incluye al distrito y representa el 52.6%, la región donde está ubicado el negocio representa el 14.1%, y en otras regiones está el 10.9% de sus clientes. Cabe resaltar que existe un grupo menor del 3.3% que cuenta con clientes en el extranjero.

En relación al tercer indicador referido a los criterios tomados para determinar el precio del producto o servicio, según el ELB el mayor porcentaje de beneficiarios lo determinaban mediante el cálculo de sus costos de producción 66.3% y según el EEF el 62.1% continúan tomando como referencia sus costos de producción en la determinación de los precios de venta de sus productos y servicios, la segunda modalidad para determinar sus precios de venta, es tomar como referencia el precio de los productos o servicios de la competencia. Según el ELB, el 36.8% utilizaba esta modalidad, en el EEF se encuentra a un 31.5% que sigue utilizando la modalidad de tomar como referencia el precio de los competidores.

Tabla 6.9. EEF, L3, Región Junín: Vinculación del negocio con el mercado de bienes, según estudios de evaluación (Porcentaje)

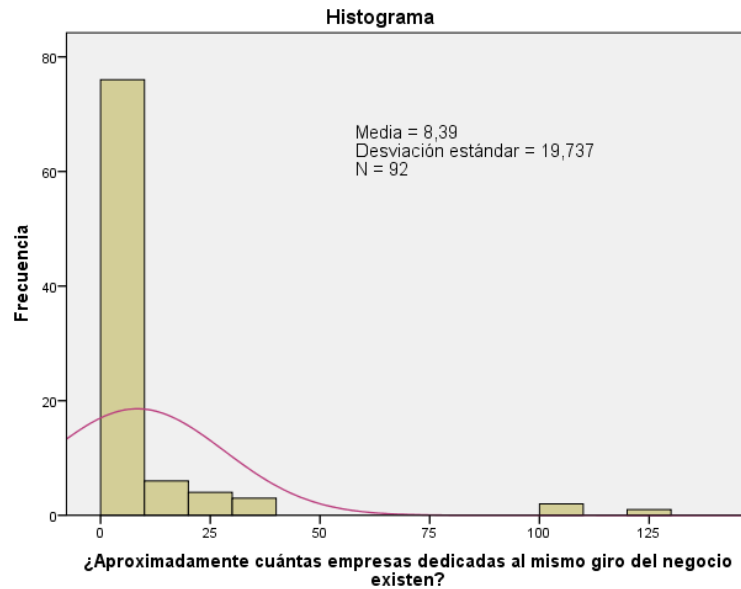
Indicador	Línea base	Evaluación Final
Principales clientes		
Ambulantes	26.3	8.7
Mayoristas	23.7	12.0
Consumidores individuales	68.4	72.8
Empresas de menos de 10 trabajadores	9.2	7.6
Empresas de más de 10 trabajadores	5.3	1.1
Estado	2.6	1.1
Agente/empresa exportadora	0.0	1.1
Familiares/amigos/vecinos	34.2	28.3
Otros	13.2	20.7
Total (%)	100	100
Número de casos	76	92
Procedencia de principales clientes		
Distrito donde está ubicado el negocio	52.6	75.0
Provincia donde está ubicado el negocio (inc. alternativa anterior)	56.6	52.2
Región donde está ubicado el negocio	18.4	14.1
En otras regiones	11.8	10.9
En el extranjero	1.3	3.3
Total (%)	100.0	100.0
Número de casos	76	92
Criterios tomados para determinar el precio del producto		
Costos de producción	57.9	66.3
Precios de los competidores	36.8	31.5
Lo que el cliente está dispuesto a pagar	11.8	2.2
Total (%)	100.0	100.0
Número de casos	76	92

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

Para analizar la dinámica del sector económico de la zona donde se ubican los negocios de los beneficiarios del proyecto, recurrimos al gráfico 6.7, en él se presenta el número de empresas que operan en la zona por giro del negocio. Vemos que existen en promedio 8.39 empresas del mismo giro de negocio en la zona donde se encuentra ubicado el negocio del beneficiario, la desviación estándar es 19,737 y nos advierte que hay una variación importante en los datos que los beneficiarios han manifestado tener como competencia en su zona de negocio, revisando la base de datos se encuentra que hay zonas donde hay un solo negocio que le hace la competencia y otras zonas donde hay hasta 125 negocios en el mismo giro.

Gráfico 6.9. EEF, L3, Región Junín: Distribución del número de empresas que operan en la zona por giro del negocio

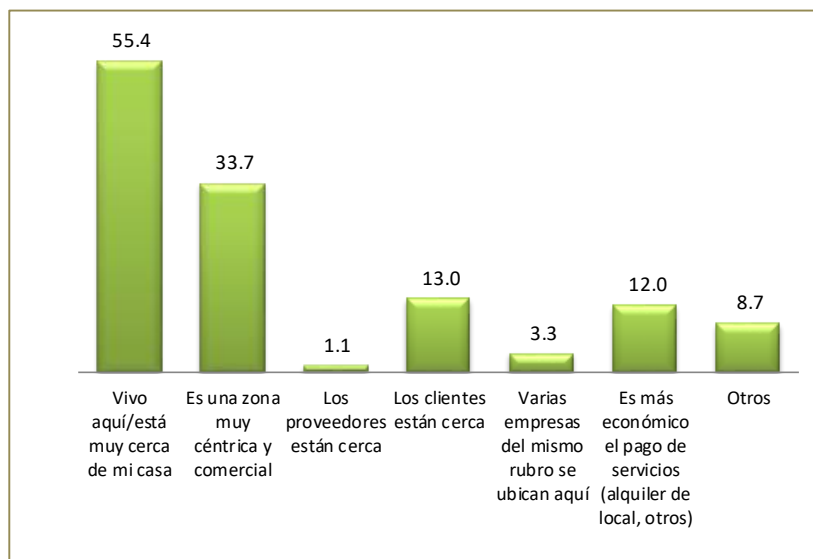


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En el gráfico 6.10 se muestra las razones por la que los beneficiarios han elegido una determinada zona para la ubicación de su negocio. Vemos que el 55.4% de los beneficiarios dijeron que su negocio está en esa zona porque que vive en esa zona o su casa está muy cerca, un segundo grupo de 33.7% beneficiarios indicaron que ubicaron sus negocios en la zona donde están, porque es una zona muy céntrica y comercial. El tercer criterio para ubicar sus negocios lo dicen el 13% de beneficiarios y es que los clientes están más cerca, el 12% eligieron la zona porque es más económico el pago de los servicios de alquileres de local y otros. Sólo el 3.3% de beneficiarios eligieron la ubicación de la zona para instalar su negocio porque varias empresas del rubro se ubican en la misma zona.

Gráfico 6.10. EEF, L3, Región Junín: Motivos por los que la empresa se encuentra ubicada en esa zona (Porcentaje)

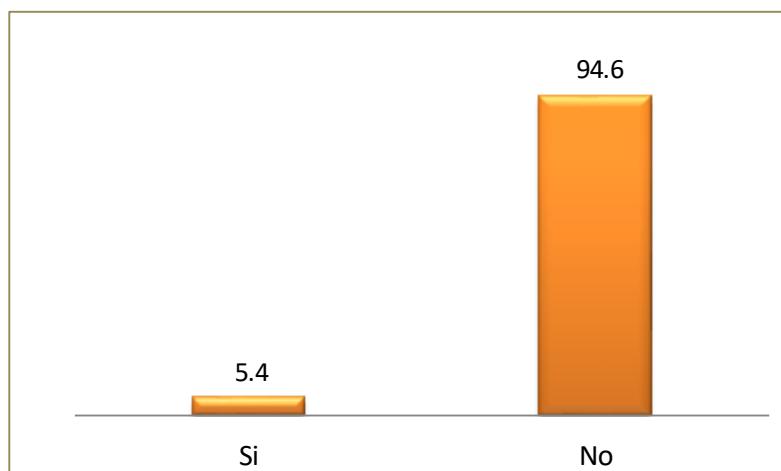


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

El gráfico 6.11 muestra la articulación de los negocios a alguna organización empresarial o de su rubro productivo. El EEF recogió los datos al terminar la ejecución del proyecto y a esa fecha los negocios de los beneficiarios del proyecto en su mayoría dijeron no haberse articulado a ninguna organización o gremio empresarial., encontramos que solo el 5.4% de beneficiarios pertenecen o están afiliados a alguna organización o gremio empresarial los 94.6% restantes no participan en ninguna organización,

Gráfico 6.11. EEF, L3, Región Junín: Empresas que pertenecen a una organización y/o asociación (Porcentaje)

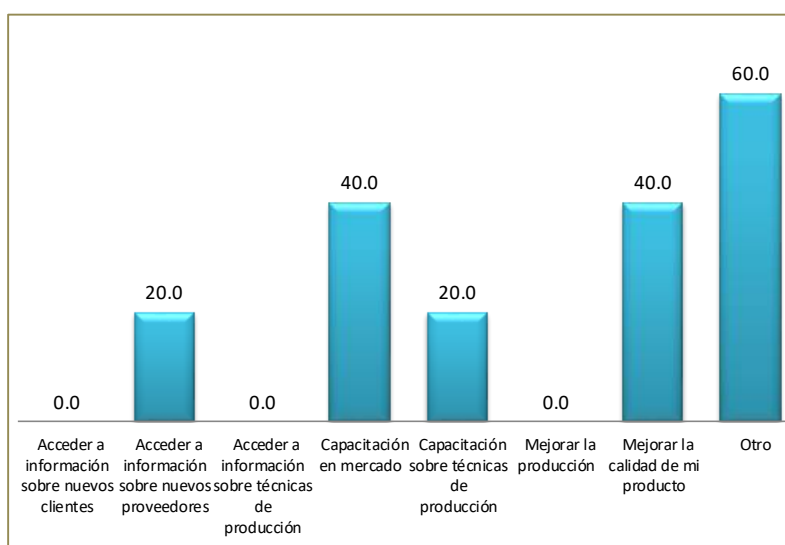


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En el gráfico 6.12 vemos información sobre las ventajas que han conseguido los negocios de participar en alguna organización, un 40% señalaron que la principal ventaja conseguida, es que les ha permitido mejorar la calidad de sus productos y capacitarse en temas de mercado. En segundo lugar un 20% dijeron que les permitió acceder a información de nuevos clientes y capacitarse en técnicas de producción

Gráfico 6.12. EEF, L3, Región Junín: Frecuencia de las ventajas que ha conseguido la empresa de participar en una organización (Porcentaje)



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

La tabla 6.10 trata acerca de la participación de los beneficiarios en el proyecto. Se puede señalar que el 80.2% culminó el proceso de capacitación, el 19.8% restante que no culminó la capacitación dijeron que los principales motivos de deserción fueron: en primer lugar con 55% que el trabajo se lo impidió, en segundo lugar el 30% dijo que sus estudios se lo impidieron y en tercer lugar el 10% dijo que problemas familiares y/o de salud le impidieron continuar.

De los beneficiarios que participaron en la capacitación el 80.2% elaboró un plan de negocio, el 64.2% participó de la obtención de capital de semilla, el 9.9% obtuvo el capital semilla y el 40% implementó su plan de negocios.

Tabla 6.10. EEF, L3, Región Junín: Acerca de la participación del beneficiario en el proyecto (Porcentaje)

Indicadores de participación del beneficiario en el proyecto	Resultado
% de beneficiarios que culminó la capacitación	80.2
Motivos de no culminación de la capacitación	
Mis estudios me lo impidieron	30.0
Mi trabajo me lo impidió	55.0
No me gustó la capacitación	5.0
Los horarios de la capacitación no me convenían	0.0
El lugar de capacitación quedaba lejos	0.0
Problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe	10.0
Total (%)	100
% de beneficiarios que elaboraron un plan de negocios	80.2
% de beneficiarios que participó para obtener capital semilla	64.2
% de beneficiarios que obtuvo el capital semilla	9.9
% de beneficiarios que implemento su plan de negocios	40.0

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

6.2. Comparación de los indicadores del ML con el ELB

FINALIDAD DEL PROYECTO			
Mejorar la calidad de vida de los jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja en la región Junín.			
PROPÓSITO			
Fortalecer y promover el desarrollo de nuevos emprendimientos de los jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja en la región Junín.			
OBJETIVOS	INDICADORES DEL MARCO LÓGICO	INDICADORES DEL ESTUDIO DE LINEA DE BASE	INDEICADORES DE ESTUDIO DE EVALUACION FINAL
COMPONENTES DEL PROYECTO			
Componentes	Indicadores	Indicadores Línea de base	Indicadores EEF
1. Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Huancayo y Jauja cuentan con habilidades y capacidades para el emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> 0 jóvenes con negocios en marcha hacen uso de 3 herramientas de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> 161 jóvenes con negocios en marcha hacen uso de tres herramientas de gestión
	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> 0 jóvenes con ideas de negocio hacen uso de 3 herramientas de gestión empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> 41 jóvenes con ideas de negocio hacen uso de 3 herramientas de gestión empresarial

	<ul style="list-style-type: none"> • 40 jóvenes con Ideas de negocio capacitados en 3 temas: (i) la elaboración de planes de negocios, (ii) gestión empresarial y (iii) articulación comercial al 7mo mes de iniciado el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con Ideas de negocio capacitados en 3 temas: (i) la elaboración de planes de negocios 	<ul style="list-style-type: none"> • 41 jóvenes con Ideas de negocio capacitados en 3 temas: (i) la elaboración de planes de negocios (ii) gestión empresarial y (iii) articulación
	<ul style="list-style-type: none"> • 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 7mo mes de iniciado el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con negocios en marcha capacitados en 3 temas: (i) la elaboración de planes de negocios 	<ul style="list-style-type: none"> • 160 jóvenes con negocios en marcha capacitados en 3 temas: (i) la elaboración de planes de negocios , (ii) gestión empresarial y (iii) articulación comercial
	<ul style="list-style-type: none"> • 40 jóvenes con negocios en marcha al 7mo mes del proyecto cuentan con un plan de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con negocios en marcha al momento de la línea de cuentan con un plan de negocios 	<ul style="list-style-type: none"> • 40 jóvenes con negocios en marcha cuentan con un plan de negocios
	<ul style="list-style-type: none"> • 160 jóvenes con negocios en marcha al 7mo mes del proyecto cuentan con un plan de negocio y plan de mejora. 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con negocios en marcha al 7mo mes del proyecto cuentan con un plan de negocio y plan de mejora. 	<ul style="list-style-type: none"> • 160 jóvenes con negocios en marcha cuentan con un plan de negocio y plan de mejora.
<p>2. Jóvenes entre 18-29 años de las provincias de Huancayo y Jauja se articulan comercialmente en función de la demanda del mercado</p>	<p>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 15avo mes de ejecutado el proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Antes de ingresar al proyecto el 67% de beneficiarios señalaron que sus principales clientes eran consumidores individuales, el 33% familiares, amigos y vecinos, el 26.8% ambulantes y el 23.7 % eran mayoristas. El 56.7% provenientes de la provincia donde está ubicado el negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • 40 jóvenes con negocios en marcha y participan en dos ferias regionales pero no se evidencia el logro de firma de contratos de bienes o servicios.
	<p>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 15avo mes de ejecutado el proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con ideas de negocio y con cartera de clientes logran al menos algún contrato de bienes o servicios respecto a su cartera al inicio del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 Jóvenes con ideas de negocio participan en ferias y encuentro juvenil que les permite relaciones con el mercado, sin embargo no hay evidencia de firma de contratos de servicios respecto a su cartera de negocios
	<p>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 15avo mes de ejecutado el proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con negocios en marcha se asocian para participar en diferentes modalidades de articulación con el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • 20 jóvenes con negocios en marcha se asocian en una Red de Jóvenes Emprendedores para el Éxito Junín para participar en diferentes actividades que fortalezca sus negocios
	<p>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 15avo mes de ejecutado el proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con ideas de negocio se organizan para participar en diferentes modalidades de articulación con el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 jóvenes con ideas de negocio se organizan para participar en 2 ferias regionales: Una feria por fiestas patrias en Yauris y otra feria navideña en Huancayo.
	<p>Al menos 3 alianzas estratégicas promovidas son suscritas por jóvenes emprendedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 alianzas estratégicas promovidas son suscritas por jóvenes emprendedores 	<ul style="list-style-type: none"> • No se explicita la firma de alianzas estratégicas, solo la formación de la Red de jóvenes Emprendedores.
	<p>20 jóvenes con ideas de negocio reciben asesoría para perfilar su plan de negocio y presentarse al concurso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con ideas de negocio reciben asesoría para perfilar su plan de negocio y presentarse al concurso 	<ul style="list-style-type: none"> • 20 jóvenes con ideas de negocio reciben asesoría para perfilar su plan de negocio y presentarse al concurso

	80 jóvenes con negocios en marcha son asesorados para perfilar su plan de mejora y presentarse al concurso	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con negocios en marcha son asesorados para perfilar su plan de mejora y presentarse al concurso 	<ul style="list-style-type: none"> • 102 jóvenes aprueban proceso de asesoría implementado
	10 jóvenes con idea de negocio implementan su negocio y se articulan al mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con idea de negocio implementan su negocio y se articulan al mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 jóvenes con idea de negocio implementan su negocio y se articulan al mercado a partir de su participación en ferias.
	50 jóvenes con negocio en marcha se articulan al mercado	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con negocio en marcha se articulan al mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • 50 jóvenes con negocio en marcha se articulan al mercado a partir de su participación en las ferias
<p>3. Jóvenes de las provincias de Huancayo y Jauja acceden y acompañamiento para la ejecución o mejora de su emprendimiento.</p>	10 jóvenes con ideas de negocio o negocios en marcha disponen de un capital semilla de 2,500 soles al 11avo mes de iniciado el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes con ideas de negocio o negocios en marcha disponen de un capital semilla de 2,500 soles al inicio del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 jóvenes con ideas de negocio o negocios en marcha disponen de un capital semilla de 2,500 soles al 11avo mes de iniciado el proyecto.
	Al menos 10 jóvenes asociados o con empresas societarias (SRL o SAC) con 10 plantas procesadoras de Soya instaladas y funcionando al treceavo mes de iniciado el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 jóvenes asociados o con empresas societarias (SRL o SAC) con 10 plantas procesadoras de Soya instaladas y funcionando al treceavo mes de iniciado el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 jóvenes asociados o con empresas societarias (SRL o SAC) con plantas procesadoras de Soya instaladas y funcionando al treceavo mes de iniciado el proyecto

6.3. Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del proyecto.

Pertinencia

El proyecto es pertinente porque responde a las necesidades de empleo que tienen los jóvenes que se van incorporando a la actividad laboral. Esto, debido a que requieren una orientación directa para poder desarrollar emprendimientos que puedan asegurar su empleabilidad y la capacidad de generar nuevos empleos a partir de su inserción al tejido empresarial a nivel regional. Además, responde a los planes y políticas establecidos en los lineamientos de Política Nacional de Juventudes (DS N° 061-2005-PCM).

El proyecto realizó un análisis adecuado de la demanda y oferta de mano de obra regional, para la selección de los jóvenes emprendiendo para el éxito. La población beneficiaria del proyecto son jóvenes (18-29 años), este grupo humano a nivel de la región Junín representa el 22.1% de la población total (270,829 jóvenes), aproximadamente un tercio de la población joven se encuentra desempleada. El proyecto dentro de todo este universo de población joven identificó a 752 personas inscritos al programa éxito, en la etapa de capacitación 232 decidieron capacitarse y 520 dijeron no, de los que decidieron capacitarse 202 aprobaron y 30 desaprobaron, de los aprobados pasaron a la etapa de asesoría 196 y 6 decidieron no seguir, los que pasaron a la etapa de asesoría 126 aprobaron y 70 desaprobaron, los 126 pasaron a la etapa de acompañamiento y de los que recibieron acompañamiento 97 culminaron el proceso y 29 desaprobaron. Por lo indicado, podemos decir que la población identificada y atendida es muy pequeña, no es una población representativa de la demanda de jóvenes por

empleo, sin embargo el proyecto aporta la validación de mecanismos para generar empleo desde el desarrollo de emprendimientos.

El perfil de competencias realizado es pertinente, dirigido a jóvenes de 18-29 años, el perfil ocupacional de la provincia de Huancayo es el comercio (ventas al por mayor y al por menor) representando el 22.1%, seguido de la agricultura (14.5%) y en la provincia de Jauja, la principal actividad es la agricultura (42.6%), seguida del comercio (13.5%). Se ha tenido buenos aliados estratégicos para la ejecución del proyecto como: PANSOY, Perú 2021, Mi banco y el arzobispado de Huancayo.

Las estrategias implementadas son pertinentes, hay consistencia con los objetivos, propósitos y los resultados, los indicadores establecidos permiten medir los procesos de cambio como consecuencia de la intervención del proyecto. Los profesores seleccionados tienen la experiencia y solvencia para motivar y orientar el desarrollo de los emprendimientos, el cual es muy reconocido por los beneficiarios que han sido entrevistados.

Se desarrolló un plan curricular diseñado por APRENDA, que comprende tres módulos: desarrollo personal, gestión empresarial y educación financiera que se aplicó en diferentes etapas de desarrollo del proyecto, su presentación didáctica es valiosa y su aplicación ha dado buenos resultados, según los entrevistados el mejor apoyo que recibieron del proyecto fue la capacitación, porque les ayudó a enrumbar sus ideas de negocio o mejorar los negocios en curso.

Eficacia

Las actividades cruciales para el éxito del proyecto y el logro de los resultados están relacionadas con la selección de los beneficiarios, el desarrollo de las acciones de capacitación, el asesoramiento de los jóvenes con ideas de negocio, el acompañamiento a los beneficiarios para la implementación de su negocio y la evaluación de los planes de negocio. Este conjunto de actividades si son bien realizadas aportan directamente al logro de los resultados. De acuerdo a la evaluación realizada, lo que más demandan los beneficiarios es un mayor acompañamiento y capacitación sobre la base de sus negocios, aquellos que recibieron este apoyo lo reconocen y valoran.

Se lograron desarrollar casi la totalidad de las actividades, solo no se logró ejecutar una actividad referido a la implementación de 5 plantas procesadoras de soya comprometidas a implementar por Pan-Soy solo se implementaron 5 de las 10 comprometidas. En la implementación de emprendimientos e inscripción de participantes al concurso de capital semilla y plantas procesadora de Soya, hubo un esfuerzo inicial pero no se logró concretar por la falta de interés de los beneficiarios, razón por la cual dicha actividad aparece sin la meta cumplida. En las otras actividades se lograron las metas y superaron los establecidos, por ejemplo se propuso inscribir 500 beneficiarios, pero el proyecto logro inscribir más de 700.

La inscripción de los beneficiarios fue numerosa (700), y permitió llegar a la meta de contar con 202 beneficiarios que concluyeron todo el proceso, se tuvo 202 capacitados, de ellos 97 recibieron la etapa final de acompañamiento, ellos cumplieron con todas las exigencias establecidas por el proyecto. El proceso de capacitación fue adecuado y los contenidos desarrollados fueron: desarrollo personal, gestión empresarial y módulo de educación financiera, así lo confirman los beneficiarios encuestados y entrevistados, porque les ha permitido realizar una serie de mejoras en sus negocios a nivel de gestión empresarial (plan de marketing, plan de negocios y manejo del flujo de caja). Por ejemplo, los conocimientos adquiridos para el sistema de registro de compras se encuentra que el 56.5% lo ha implementado y de ventas el 82.6% lo implementó. De igual manera la capacitación recibida para la formalización de su negocio permitió que el 56.5 % tenga su RUC.

El proyecto aporta de manera significativa en el desarrollo de capacidades por lo menos a los beneficiarios que han cumplido con todas las exigencias de capacitación para manejar su negocio, según los encuestados el 86.2% lograron elaborar su plan de negocio y 40% lo implementaron después de recibir la capacitación sobre el tema. Por lo tanto los resultados muestran que las acciones de capacitación y la metodología aplicada han contribuido en la mejora de sus emprendimientos.

La Institución ejecutora ha realizado un diagnóstico detallado sobre la situación de los jóvenes en la Región Junín, allí se ha abordado aspectos sociales y culturales, esto ha sido importante para determinar el nivel de interés de los jóvenes para emprender algún negocio en su región. Estas percepciones ayudaron a determinar las oportunidades y limitaciones para emprender un negocio propio, determinándose que la mayor limitación está relacionada con el limitado acceso a recursos para desarrollar emprendimientos. El proceso de sensibilización realizado ha sido importante para que las iniciativas de cambio se produzcan y se visibilicen las oportunidades de negocio para los beneficiarios. La institución ejecutora ha tenido un plan de monitoreo que ha formado parte del componente 4 del proyecto, las actividades programadas se han cumplido tanto para la realización del monitoreo interno y externo.

Eficiencia

La institución ejecutora tiene la capacidad para administrar y ejecutar el proyecto, de acuerdo a la entrevista realizada al coordinador del proyecto indica que han tenido algunas dificultades con el equipo consultor, pero que en el camino se fue resolviendo, no han tenido dificultades, económicas ni de infraestructura para realizar el conjunto de las actividades establecidas por el proyecto. Sin embargo, se ha podido verificar que la institución una vez finalizado el proyecto desactiva sus oficinas y termina el contrato con el equipo de trabajo, esto afecta directamente al acompañamiento de los beneficiarios por lo menos por un tiempo prudencial, lo cual sería de mucha utilidad para consolidar los resultados.

Los aportes económicos comprometidos por las diferentes instituciones colaboradoras se hicieron efectivo con cierta dificultad, por ejemplo Pansoy solo cumplió con el 50% de su aporte previsto por lo tanto el presupuesto del proyecto que fue de 1,054,800.47 Nuevos Soles, según el informe final se señala que solo se cumplió con el 89%, Es importante indicar que no se presentaron dificultades en la ejecución de los gastos, se respetaron los montos asignados a las actividades no se hicieron gastos fuera de lo previsto.

Considerando que es una institución especializada en ejecutar este tipo de proyectos los costos de los componentes guardan relación con los recursos utilizados, si hacemos una estimación en base a los beneficiarios que iniciaron con el proceso de capacitación que son 232, el costo unitario sería aproximadamente cerca de 4,000 Nuevos Soles. Es importante indicar que los aportes de las instituciones colaboradoras no han sido monetarios.

Sostenibilidad

Si bien el proyecto ha logrado resultados importantes y considerando que estos proyectos son fundamentales para apoyar a los jóvenes que se van incorporando a la actividad laboral, la institución ejecutora no tiene un plan para asegurar que los resultados obtenidos se consoliden en el tiempo, esta situación sería factible porque la IE tiene una buena capacidad de instalarse en una región y ejecutar el proyecto, pero una vez finalizado el periodo del proyecto las oficinas se cierran y se desactiva al equipo técnico del proyecto, lo cual es una gran limitante para darle continuidad a las acciones y acompañamiento a lo logrado . Por lo tanto, bajo estas condiciones la sostenibilidad de los resultados se puede ver afectados, si estas acciones no han sido transferidas oportunamente a las instituciones locales y regionales dedicadas a la promoción de emprendimientos.

Sin embargo, el proyecto ha realizado los esfuerzos necesarios para vincular los objetivos a las políticas locales con la promoción de emprendimientos. Las acciones conjuntas realizadas principalmente con la municipalidad de Huancayo para la realización de acciones conjuntas como las ferias regionales ha sido destacable y han reconocido el trabajo realizado por APRENDA a través del proyecto financiado por FONDO EMPLEO. Asimismo, la conformación de la Red de Jóvenes emprendedores de Huancayo promovido por los participantes del proyecto, genera condiciones para que otras organizaciones de la sociedad civil vinculados al apoyo de los jóvenes en la región los tomen en cuenta para futuros proyectos.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio de evaluación final se constituye para medir la situación personal, y de los negocios de jóvenes de 18 a 29 años participantes del proyecto C-13-27 que se encuentran en los distritos de: Huancayo, Chilca, El Tambo, Huacrapuquio, Huancan, Pilcomayo, Pucara, San Agustín, San Jerónimo de tunan Sapallanga, Jauja, Acolla, Huamali, Huertas, Julcan, Molinos, Muqui, Paca, Pancan, Sausa y Yauyos de la región Junín. En resumen podemos señalar las siguientes conclusiones

CONCLUSIONES

- Se verifica un menor porcentaje de beneficiarios que han estudiado algún curso de corta duración en comparación con la línea de base. En la línea de base se señala que 48.5% de los beneficiarios han estudiado algún curso de corta duración, en la evaluación final únicamente representan el 12.9%.
- El 96% de beneficiarios del proyecto actualmente trabaja, el 17.8% lo hace como dependientes, el 78.2% como independientes y los que no trabajan son el 4%. En comparación con la línea de base hubo muy pocos cambios en este aspecto, los que trabajan son la misma cantidad en el ELB como en el EEF, los trabajadores dependientes disminuyeron en 3%, esa misma proporción incrementaron en el rubro de trabajadores independientes. Esto significa que un 3% de beneficiarios crearon sus negocios durante los 18 meses de ejecución del proyecto.
- Según el giro de negocio la mayoría de éstos se ubican en la rama de comercio y servicio y representan el 26.1% en segundo lugar el 22.8% está en el rubro de hoteles y restaurantes particularmente dedicados a la gastronomía. Y en tercer lugar un 36.3% están en los rubros de agricultura e industria manufacturera.
- Se determinó que de la población encuestada el 48.8% de mujeres y el 51.2% de hombres contaban con un negocio antes del proyecto.
- Analizando las edades de los beneficiarios que tienen negocio constituido, El 57% de los beneficiarios se ubicaba en el rango de edad de 18 a 24 años y el 43% en el grupo de 25 a 29 años.
- El nivel educativo de los que crearon su negocio son mayoritariamente los que tienen superior universitaria y representan el 51.2%, en segundo lugar están los de superior no universitaria con 26.7% y en tercer lugar los que tienen secundaria con 12.8%.
- El 93.5% de los beneficiarios tenían negocio antes de ingresar como beneficiarios del proyecto y el 4.3% lo creó durante la ejecución del proyecto.
- Los negocios principalmente tienen más de 2 años de creación (57.6%), seguido de negocios que tienen entre 1 y 2 años (25%), un grupo igual de 25% tiene entre 7 meses y un año de creado.
- El 46.7% de los beneficiarios son únicos dueños de sus negocios, el 46.7% es propiedad del beneficiario y sus socios familiares, el 2.2% es propiedad del beneficiario y socios no familiares. Cabe resaltar que el 93.5% de beneficiarios mantiene el mismo negocio que tenía antes de iniciarse el proyecto.

- El 44.6% de los beneficiarios no tiene inscripción a la SUNAT, el resto 56.4% está inscrito como persona natural con negocio con RUC.
- La mayoría de los encuestados tienen su taller o local comercial dentro de su vivienda (51.1%), el 33.7% en un establecimiento diferente, asimismo, existe un sector pequeño de 4.3% que tiene un puesto fijo en la vía pública.
- Del 56.4% de los beneficiarios que cuentan con RUC, el 21.7% declaran anualmente a la SUNAT, el 18.5% tiene licencia de funcionamiento, el 17.4% tienen cuenta bancaria y 12% correo electrónico. El 8.7% cuentan con libros contables y el 2.2% tienen planilla de personal.
- El 56.5% de beneficiarios con negocio llevan un registro de compras y de este grupo solo el 11.5% cuentan con un registro en un libro formal y lo realizan siempre, aunque la mayoría (84.6%) cuenta únicamente con un registro en un cuaderno de apuntes o similares y también lo utilizan siempre. El 78.8% de personas que usan su registro de apuntes señalan que lo utilizan principalmente para saber cuánto gasta en el negocio y el 15.4% para saber cuánto gana con el negocio.
- Con respecto al registro de ventas, el 82.6% cuentan con un registro de ventas y un 78.9% lo utilizan como un registro informal y lo realizan siempre, El 65.8% dice que la utilidad que le dan es para saber cuánto es el ingreso a su negocio y 34.2% para saber la ganancia de su negocio.
- Cerca del 60% de las decisiones en las diferentes áreas de sus negocios las toman los beneficiarios solos, dentro de los beneficiarios que tienen socios más del 30% de las decisiones las toman en común con ellos, sólo un 4% de los participantes toma decisiones respecto a la producción/venta/servicios junto con sus trabajadores.
- Los ingresos por ventas ha mejorado en 16.4% si comparamos las ventas anuales registradas en el ELB 35,933.60 soles y el EEF 41,832.28 soles. Con respecto al promedio de ganancias anuales vemos que ha mejorado con la intervención del proyecto en 1.3%, dato obtenido de comparar la ganancias anuales de lo registrado en el ELB 15,996.30 soles y el EEF 16,199.84 soles.
- El promedio de trabajadores de los beneficiarios que cuentan con negocio es de 0.84, siendo eventuales 0.32, familiares 0.32, trabajadores familiares no remunerados 0.08 y trabajadores no familiares 0.43.
- Con respecto a las fuentes de financiamiento prevalecen los recursos propios con 79.3%, seguido de recursos de familiares y amigos 31.5%. y préstamos de bancos con 15.2%.
- La vinculación de los negocios con los mercados de bienes muestra que la mayoría de los beneficiarios vende directamente a consumidores individuales (72.8%) y a familiares vecinos y amigos, el 28.3%, en tercer lugar están la venta a los mayoristas que representan el 12%.
- La procedencia de los principales clientes de los beneficiarios son del distrito donde está ubicado el negocio (75%), seguido de la provincia donde está ubicado el negocio el cual incluye al distrito y representa el 52.6% y la región donde está ubicado el negocio representa el 14.1%,
- Los criterios principales que toma el beneficiario para determinar el precio de sus

productos o servicios son tomando como referencia los costos de producción el 62.1% y el precio de los competidores el 31.5%.

- Las empresas de los encuestados mayoritariamente se encuentran cercanos a su casa (51.1%), seguido de los que están en una zona céntrica y comercial (33.7%).
- Los beneficiarios del proyecto en su mayoría no pertenecen a ninguna organización o gremio empresarial (94.6%).
- En referencia a las ventajas que han conseguido el 5.4% de beneficiarios que si participan de alguna organización un 40% señalaron que la principal ventaja conseguida, es que les ha permitido mejorar la calidad de sus productos y capacitarse en temas de mercado, en segundo lugar un 20% dijeron que les permitió acceder a información de nuevos clientes y capacitarse en técnicas de producción.
- Con respecto a la participación de los beneficiarios en el proyecto, el 80.2% culminó el proceso de capacitación, y el motivo principal de los que desistieron fue porque el trabajo se los impidió 55%, sus estudios lo impidieron 30% y por problemas familiares y de salud 10%.
- De los beneficiarios que participaron en la capacitación el 80.2% elaboró un plan de negocio, el 64.2% participó de la obtención de capital de semilla, el 9.9% obtuvo el capital semilla y el 40% implementó su plan de negocios.

RECOMENDACIONES

- El proyecto en el proceso de su ejecución ha logrado articularse a las instituciones vinculadas con la promoción del empleo, el cual ha permitido que estas dependencias realicen acciones de apoyo a los jóvenes, en este marco es necesario que experiencias como las desarrolladas por APRENDA, logren transferir las lecciones aprendidas a las instituciones responsables de la promoción del empleo.
- Considerando que el periodo de ejecución del proyecto es relativamente corto, es necesario que las instituciones ejecutoras tengan la suficiente capacidad para asegurar un nivel de seguimiento a los beneficiarios en el desarrollo de sus emprendimientos.
- La entrega del capital semilla es una buena forma de estimular a los emprendimientos más destacables, pero estas deben ser adecuadamente seleccionadas con evaluadores externos, de esta manera garantizar la transparencia en el proceso de adjudicación de estos estímulos.
- Es recomendable establecer algunos criterios adicionales a lo establecido para el acompañamiento a los jóvenes con ideas de negocios, pues el período de ejecución es muy corto para garantizar la consolidación de esos emprendimientos que se inician como idea y requieren un mayor tiempo de maduración y se garantice sus sostenibilidad cuando el proyecto concluya.

8. REFERENCIAS

- ✓ Hurtado, J. (2015), Informe de supervisión del proyecto “Jóvenes emprendiendo para el éxito: “Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja”. Código C-13-27, 2do. Entregable
- ✓ Hurtado, J. (2015), Informe de supervisión del proyecto “Jóvenes emprendiendo para el éxito: “Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja”. Código C-13-27, 3er entregable
- ✓ APRENDA S.A. 2015, Cuadro mensual de productos del proyecto “Jóvenes emprendiendo para el éxito: “Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja”.
- ✓ APRENDA S.A. 2015, Cuadro de avance físico de resultados del proyecto “Jóvenes emprendiendo para el éxito: “Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja”.
- ✓ APRENDA S.A. 2015, Propuesta técnica y económica del proyecto “Jóvenes emprendiendo para el éxito: “Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja”.
- ✓ APRENDA S.A. 2015, Informe Final del proyecto “Jóvenes emprendiendo para el éxito: “Fortaleciendo el emprendimiento y desarrollando nuevos negocios en las provincias de Huancayo y Jauja”.

9. ANEXOS

9.1 Encuesta aplicada a beneficiarios

9.2 Base de datos

9.3 Cuadros de salida

9.4 Lista de personas encuestadas

9.5 Lista de personas entrevistadas

9.6 Entrevistas.

9.7 Panel Fotográfico

9.8 Relación de no encuestados