



ESTUDIO DE EVALUACION FINAL

“MEJORES COMPETENCIAS PERSONALES Y EMPRENDEDORAS DE JÓVENES DE TARMA PARA OBTENER TRABAJO DIGNO Y PRODUCTIVO”

C-13-28



Consultor: Liliana Buendía Velásquez

Lima, diciembre 2015

INDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	3
2. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO	5
3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	6
3.1. Objetivo General	6
3.2. Objetivos Específicos.....	6
4. METODOLOGIA DEL ESTUDIO	6
4.1. Diseño de estudio.....	7
4.1.1. Marco poblacional y selección de la muestra	7
4.1.2. Taller de capacitación de encuestadores	9
4.2. Instrumentos para el recojo de la información	9
4.2.1. Encuestas	9
4.2.2. Entrevistas	9
4.2.3. Otras fuentes de información	10
4.3. Sistematización y análisis de la información.....	10
5. INDICADORES DEL PROYECTO	11
5.1. Presentación del Marco Lógico.....	12
5.2. Indicadores claves del proyecto	20
6. RESULTADO DE LA ENCUESTA	22
6.1. Cuadros de salida	22
6.1.1. Datos generales	22
6.1.2. Indicadores educativos.....	23
6.1.3. Condición de la actividad de los beneficiarios	24
6.1.4. Características del negocio creado antes del proyecto.....	24
6.1.5. Gestión y organización del negocio	25
6.1.6. Indicadores económicos del negocio.....	27
6.1.7. Vinculación del negocio con el mercado de factores	28
6.1.8. Vinculación del negocio con el mercado de bienes.....	29
6.2. Comparación de los indicadores del ML con el de la ELB y EEF.....	31
6.3. Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del proyecto.....	31
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	33
8. REFERENCIAS	34
9. ANEXOS	34
Lista de encuestados	
Encuesta aplicada a beneficiarios	

1. RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de la evaluación final es conocer cuánto se ha logrado de los objetivos y metas propuestos por el proyecto, analizando resultados esperados versus los obtenidos de todos los indicadores económicos laborales, de capacidades y desarrollo de competencias, y de emprendimientos planteado en el proyecto *“Mejores competencias personales y emprendedoras de jóvenes de Tarma para obtener trabajo digno y productivo”*, ejecutado por Caritas del Perú, que participó del 13vo. Concurso de Fondo Empleo de la Línea 3, identificado por el código C-13-28 desarrollado en el ámbito rural y periurbano localizado para los distritos seleccionados de la provincia de Tarma de la Región Junín. Los Distritos de intervención fueron en la zona rural de: Acobamba, Huaricolca, Huasahuasi, Palcamayo y San Pedro de Cajas, y en la zona periurbana del distrito de Tarma.

Para realizar la evaluación, se hizo un muestreo aleatorio simple con un 95% de nivel de confianza y un margen de error del 5%, esta muestra poblacional es de 91 jóvenes que representan el 76% de los 120 beneficiarios que conforman la población beneficiaria. Se consideró incluir a todos los anexos y centros poblados definidos en la muestra, en esta etapa se encuestó a 89 jóvenes. La metodología aplicada para el análisis del estudio son las encuestas y entrevistas que fueron previamente validadas y luego aplicadas, por un equipo capacitado previamente.

De los resultados más importantes de la encuesta, el 61.5% son mujeres, el 38.5% son hombres, la edad promedio es de 21.2 años, los grupos de edad entre 18 a 24 años son el 85.5 %. Según nivel educativo el 46.2% tienen educación superior no universitario y el 28.6% tiene educación secundaria completa, ningún beneficiario reporta participar en estudios de corta duración.

En la condición de la actividad del beneficiario, el 58.4% corresponde al **grupo que trabaja** (44.9% independientes y 13.5% dependientes) y 41.6% corresponde al **grupo que no trabaja**. Comparando los resultados del ELB se aprecia que en EEF disminuyó el grupo de independientes en un 1.2%, pero también disminuyó el grupo de dependientes en 17%.

Sobre la creación del negocio antes del proyecto, El 65.2% son mujeres y el 34.8% son hombres, según grupos de edad el 69.6% tienen entre 18 a 24 años, según nivel educativo el 36.4% tienen educación superior no universitaria, el 31.8% tienen educación secundaria y el 18.2% eran de educación superior universitaria y el 18.2% eran de opción ocupacional CETPRO.

Respecto a los negocios creado antes, durante y después del proyecto, el 48.9% de los beneficiarios tenía negocio antes del proyecto, el 10.6% tuvo negocio durante el proyecto y 40.4% tuvo negocio después del proyecto.

Sobre las características del negocio creado antes del proyecto, el 34.0% se encuentra en el sector agricultura, que es el más relevante, el 23.4% está en el sector industria y el 23.4% está en el sector comercio. Según la antigüedad del negocio, el 46.8% es el más representativo con más de dos años de antigüedad, seguido del 29.8% de antigüedad entre 7 meses a 1 año, y el 21.3% con la antigüedad de menos de 6 meses. El 66.0% de los beneficiarios menciona ser el único dueño del negocio y el 29.8% de los beneficiarios tienen socios familiares.

En la gestión del negocio, 74.5% no cuenta con razón social alguna, solo el 17.0% están constituidos como persona natural con negocio propio y RUS, sobre la ubicación del negocio el 63.8% se ubica en un taller o local comercial dentro de la vivienda, el 21.3% de los negocios está

en un establecimiento diferente a la vivienda, el 31.9% de los negocios cuentan con RUC, 8.5% con licencia de funcionamiento, el 51.1% tiene correo electrónico y el 8.5% con página web.

De la organización del negocio, el 85.3% lleva un registro de compras en un cuaderno de apuntes y lo realizan siempre, el 14.2% registra en un cuaderno de apuntes y lo realiza de vez en cuando, el 73.8% lleva su registro de ventas en un registro informal y lo realiza siempre, y el 23.8% tiene un registro informal y lo realiza de vez en cuando.

La toma de decisión en la empresa usualmente lo realiza el propietario, según la evaluación en la producción el dueño decide en un 58.7%, en el control del gasto 60.9%, en la compra de equipos 63.5%, en la negociación con los proveedores 63.5% en la determinación de las ganancias de sus productos/servicios 64.4%, en conseguir los clientes 60.9%, en la determinación del precio 60.9%, es decir el propietario tiene la mayor decisión en el manejo de su empresa.

Sobre las ventas del negocio, los promedios de ventas anuales ascienden a S/. 18,820.04. Asimismo, los promedios de ventas mensuales ascienden a S/. 1,568.34. Estos resultados son superiores en un 7.8% de la ELB. Sobre las ganancias del negocio, el promedio de ganancia anual asciende a S/. 10,872.22. Asimismo, los promedios de ganancias mensuales ascienden a S/. 906.02, estos resultados son superiores al 48.2% comparados con la ELB.

En la vinculación del negocio con el mercado de factores, el propietario es quién asume casi todas las funciones debido a la escasa participación de los trabajadores de la empresa. En la vinculación del negocio con el mercado de bienes, el 83.0% de los negocios tiene como clientes a consumidores individuales y el 93.6% de los clientes proceden del distrito donde está ubicado el negocio, el 72.3% determina el precio del producto en función a los precios de los competidores, igualmente el 72.3% de los negocios se ubican en sus mismas viviendas.

El 78.7% de las empresas no pertenecen a una organización/gremio/asociación empresarial, lo que dificulta en muchos aspectos la toma de decisión y gestión de la empresa, y las pocas ventajas que puedan alcanzar ante las diversas oportunidades como acceso a programas, a nuevos proyectos, a ruedas de negocios, capacitaciones y asistencia técnica.

Sobre la participación del beneficiario en el proyecto, el 70.8% culminó la capacitación y de los motivos que tuvieron los beneficiarios para no culminar la capacitación fueron: 46.2% sus estudios se los impidieron, al 30.8% su trabajo no le permitió, al 11.5% los horarios de la capacitación no les era conveniente. De otro lado, el 69.7% de los beneficiarios elaboraron su plan de negocios, el 51.7% participó en obtener capital semilla, el 24.7% obtuvo capital semilla y el 54.7% implementó su plan de negocios.

De las entrevistas realizadas se determinó que las iniciativas de emprendimientos empresariales juveniles no reciben el apoyo suficiente por parte de las instituciones públicas, pese a que el Estado presenta en el marco de sus políticas de empleabilidad juvenil diversos programas para la inserción laboral (dependiente o independiente); de otro lado algunas iniciativas privadas, como del sistema financiero ofertan una gama de modalidades de créditos en el marco de sus programas financieros orientados a grupos de negocios que pueden responder con el retorno del crédito, caso contrario los emprendimientos juveniles tienen trabas para acceder al sistema para "evitar riesgos" moratorios.

Representantes de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en Tarma - Junín, no muestran interés en este tipo de proyectos, siendo el Ministerio de Trabajo el principal propulsor de estas iniciativas que les correspondería avalar, apoyar, solo se limitan a accionar directivas básicas para zonas provinciales y distritales como en este caso.

2. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO

El Proyecto “*Mejores competencias personales y emprendedoras de jóvenes de Tarma para obtener trabajo digno y productivo*” ejecutado por Cáritas del Perú que participó del 13vo. concurso de FONDOEMPLEO de la Línea 3, identificado por el código C-13-28, correspondiente a los emprendimientos empresariales tiene como objetivo lograr capacidades emprendedoras fortalecidas en jóvenes varones y mujeres de 18 a 29 años de edad (incluidos discapacitados y madres solteras) residentes en la provincia de Tarma.

Para el logro del propósito, el proyecto propone dos componentes:

- i) Promoción y fortalecimiento de emprendimientos juveniles en la provincia de Tarma.
- ii) Promover el acceso a servicios financieros para el emprendimiento.

El proyecto pretende desarrollar competencias emprendedoras fortalecidas para los jóvenes varones y mujeres (incluyendo discapacitados y madres solteras), que obtengan las mejores oportunidades en la inclusión de la dinámica económica en la provincia de Tarma.

El estudio cobertura su ámbito de acción en la zona urbana marginal de Tarma, así como la zona rural de los distritos de Acobamba, Huaricolca, Huasahuasi, Palcamayo y San Pedro de Cajas, lugares donde se identificaron a 120 jóvenes emprendedores entre 18 a 29 años participantes del proyecto.

La elaboración del “Estudio de Evaluación Final”, se realiza al término del proyecto para analizar la pertinencia e innovación del proyecto desde su planteamiento, ejecución y el cumplimiento a nivel de logro del proyecto, considerando además que en la provincia de Tarma las condiciones de su vocación productiva y su ubicación estratégica, le da las condiciones necesarias para crear un valor económico social para la sostenibilidad del emprendimiento y la cultura empresarial de la población joven en edad de trabajar, para ello, es importante tener el soporte de sus actores económicos sociales y ambientales como ejes de desarrollo en sus localidades.

Se incluye la ficha técnica del proyecto:

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO			
Código del proyecto	C-13-28		
Nombre del proyecto	Mejores competencias personales y emprendedoras de jóvenes de Tarma para obtener trabajo digno y productivo		
Institución Ejecutora	Cáritas del Perú		
Instituciones Asociadas	Centro de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo - CAPLAB Cáritas Tarma Edpyme Solidaridad SAC		
Duración del proyecto	18 meses		
Fecha de inicio	15 de enero 2014		
Fecha de término	14 de julio 2015		
Monto total del proyecto	S/. 696,866.50		
Monto solicitado a FONDOEMPLEO	S/. 499,840.50		
Ámbito geográfico de intervención	Región Junín	Provincias Tarma	Distritos: Tarma,

			Acobamba, Huaricolca, Huasahuasi, Palcamayo y San Pedro de Cajas
Breve Resumen del Proyecto			
Beneficiarios del Proyecto			
120 jóvenes emprendedores varones y mujeres (incluidos discapacitados) entre 18 y 29 años de edad de la provincia de Tarma			
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 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			
Jóvenes varones y mujeres (incluidos discapacitados y madres solteras) con mejores oportunidades para su inclusión en la dinámica económica de la provincia de Tarma			
PROPÓSITO			
Capacidades emprendedoras fortalecidas en jóvenes varones y mujeres de 18 a 29 años de edad (incluidos discapacitados y madres solteras) residentes en la provincia de Tarma			
COMPONENTES DEL PROYECTO			
Componente 1: Promoción y fortalecimiento de emprendimientos juveniles en la provincia de Tarma.	Indicadores		
	<ul style="list-style-type: none"> • Al término del octavo mes, 120 jóvenes varones y mujeres seleccionados, han mejorado sus competencias para la elaboración de sus planes de negocios, vinculados a las oportunidades económicas de la provincia de Tarma. • Al término del primer trimestre, 40 formadores locales seleccionados, han desarrollado sus competencias para facilitar y promover emprendimientos locales en la provincia de Tarma. • Al término del primer trimestre, 400 jóvenes varones y mujeres con emprendimientos juveniles potenciales o en marcha, han sido identificados en la Provincia de Tarma. • Al término del primer trimestre, 240 jóvenes varones y mujeres han sido evaluados, según sus características emprendedoras en la provincia de Tarma • Al término del primer trimestre, 120 jóvenes con características emprendedoras han sido seleccionados en la provincia de Tarma, mínimamente 60% con negocios en marcha y el resto con ideas de negocio. • Al término del primer semestre, 120 jóvenes se han acreditado y fortalecido sus características emprendedoras personales • Al término del primer trimestre, 20 formadores de la provincia de Tarma cuentan con competencias fortalecidas en habilidades personales y sociales • Al término del primer semestre, 120 jóvenes han acreditado el fortalecimiento de habilidades personales y sociales en la provincia de Tarma. 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Al término del primer trimestre, 20 formadores de la provincia de Tarma cuentan con competencias fortalecidas en planes de negocio con la metodología CEFE • Al término del octavo mes, 120 jóvenes capacitados y acreditados en la elaboración de sus planes de negocios en la provincia de Tarma, mínimamente 60% con negocios en marcha • Al término del primer semestre, 60 jóvenes han acreditado competencias en el uso de las TICs en la provincia de Tarma
<p>Resultado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes con iniciativas emprendedoras identificados y seleccionados • Jóvenes han desarrollado sus características emprendedoras personales • Jóvenes han desarrollado sus habilidades personales y sociales • Jóvenes han desarrollado sus capacidades y competencias para la elaboración de sus planes de negocios • Jóvenes han desarrollado sus capacidades y competencias en el manejo de información de mercado 	<p>Actividades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Lanzamiento del proyecto a autoridades de la provincia de Tarma 1.2. Sensibilización, difusión y convocatoria. 1.3. Evaluación integral de características emprendedoras personales. 1.4. Selección y focalización de emprendedores. 1.5. Registro de emprendedores. 1.6. Capacitación a jóvenes emprendedores en fortalecimiento de sus características emprendedoras personales. 1.7. Impresión y distribución de manuales del participante 1.8. Convocatoria y selección de formadores. 1.9. Capacitación en formación de formadores para el desarrollo de habilidades personales y sociales. 1.10. Impresión y distribución de manuales del formador 1.11. Capacitación a jóvenes emprendedores en fortalecimiento de habilidades personales y sociales 1.12. Impresión y distribución de manuales del participante 1.13. Capacitación en formación de formadores para el desarrollo de capacidades locales en emprendimiento y planes de negocio. 1.14. Impresión y distribución de manuales del facilitador 1.15. Capacitación a jóvenes en planes de negocio. 1.16. Impresión y distribución de guías del participante 1.17. Capacitación en manejo de Tecnología de Información y Comunicaciones (TICs) para acceder a la información de mercado. 1.18. Impresión y distribución de guías del participante
<p>Componente 2: Promover el acceso a servicios financieros y no financieros para el emprendimiento.</p>	<p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al término del décimo mes, 100 jóvenes varones y mujeres, con emprendimientos potenciales o en marcha, han logrado fortalecer sus planes de negocios sostenibles en la provincia de Tarma • Al término del primer trimestre del segundo año, 65 jóvenes ganadores del concurso de planes de negocios, han sido beneficiados con capital semilla o crédito (35 con capital semilla y 30 con créditos) para la implementan de sus planes de negocios sostenibles en la provincia de Tarma • Al final del proyecto, 20 jóvenes han iniciado la formalización de su actividad. • Al término del décimo mes, 100 jóvenes capacitados,

	<p>acreditados y con asistencia técnica, han culminado satisfactoriamente sus planes de negocios, mínimamente el 60% con negocios en marcha (plan de mejora).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al término del primer año, 100 planes de negocios han sido evaluados para recibir capital semilla • Al término del primer año, 35 jóvenes con planes de negocios cofinanciados con capital semilla de S/. 70,000. • Al término del primer año, 30 jóvenes cuentan con planes de negocio cofinanciados con el fondo de crédito, del Programa de Microfinanzas de Cáritas del Perú u otros fondos. • Al término del primer trimestre del segundo año, 65 jóvenes emprendedores han recibido asistencia técnica durante tres meses, antes de la implementación de sus planes de negocio (35 con capital semilla y 30 con el fondo de crédito del Programa de Microfinanzas de Cáritas del Perú u otros fondos). • Al término del proyecto 65 jóvenes emprendedores han recibido asistencia técnica durante tres meses, para la implementación de sus planes de mejora (35 con capital semilla y 30 con el fondo de crédito del Programa de Micro finanzas de Cáritas del Perú u otros fondos). • Al término del primer año se han suscrito un mínimo de 6 alianzas estratégicas que den continuidad a los procesos iniciados con los jóvenes • Al término del 1er.trimestre del 2do. año se realizaron 2 ferias con participación de jóvenes del proyecto para el intercambio de experiencias, con instituciones que promueven el emprendimiento • Un mínimo de 60 negocios se mantienen vigentes al término del proyecto.
<p>Resultado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes con planes de negocios fortalecidos. • Jóvenes con planes de negocios acceden a capital semilla • Jóvenes con asistencia técnica en gestión de los nuevos negocios emprendidos. • Jóvenes emprendedores articulados a instituciones que promueven el emprendimiento. 	<p>Actividades</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Visitas de seguimiento y evaluación 2.2. Intercambio de experiencias 2.3. Concurso de planes de negocios 2.4. Asistencia técnica para revisar sus planes de negocios antes de la implementación. 2.5. Asistencia técnica post implementación para fortalecer sus planes de negocios 2.6. Reuniones de trabajo para analizar el avance de logros y dificultades, cada vez que se va iniciar la implementación de actividades estratégicas. 2.7. Feria de exposición de planes de negocios y articulación con instituciones de micro finanzas. Feria de exposición de planes de negocios y articulación con instituciones de micro finanzas.

3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

3.1. Objetivo General

Elaborar los estudios de Línea de Evaluación Final (EEF) para conocer cuánto se ha logrado de los objetivos y metas propuestos en el proyecto, analizando resultados esperados versus los obtenidos de todos los indicadores planteados en el proyecto, de los jóvenes emprendedores de la zona urbano marginal de Tarma y distrito rurales de Acobamba, Huaricolca, Huasahuasi, Palcamayo y San Pedro de Cajas, en la Región Junín, mediante el análisis de los indicadores socioeconómicos, situación laboral, educativa y de emprendimientos que contribuyan a la evaluación del proyecto, correspondientes a la Línea 3, aprobado en el 13° Concurso de Proyectos de FONDOEMPLEO.

3.2. Objetivos Específicos

- Evaluar las características sociales y económicas de los beneficiarios del proyecto.
- Conocer y evaluar las capacidades y desarrollo de competencias de los beneficiarios del proyecto para el emprendimiento.
- Evaluar el perfil ocupacional de los beneficiarios del proyecto.
- Evaluar las iniciativas de emprendimientos de los beneficiarios del proyecto

4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO.

La metodología para el presente estudio, se realiza a través de la revisión de información secundaria: así como la revisión documentos e información relevante vinculados al proyecto, reuniones de trabajo con el equipo de la IE para la coordinación de actividades de campo, la aplicación del cuestionario, como la aplicación de las entrevistas a instituciones o representantes de ellas, de esta manera identificar los aportes relacionados al proyecto.

4.1 Diseño del estudio

El desarrollo del presente estudio, se basa en un estudio descriptivo, ordenando y complementando con la aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas, que contiene la realización de un análisis de la situación actual y final de los emprendimientos en la provincia de Tarma y su relación con los objetivos e indicadores del proyecto y lo obtenido en el estudio de línea de base.

De la información cualitativa:

- La aplicación de entrevistas a autoridades de la Dirección Regional de Trabajo de Junín
- Información recabada por entrevista a algunos actores, beneficiarios, coordinador y equipo técnico de la IE del proyecto.

De la información cuantitativa:

- Resultado de encuestas aplicadas a una muestra de 91 beneficiarios del proyecto.

De las variables

Nivel Socio económico. - Identifica 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 estimó 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 determina 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 total de beneficiarios del proyecto es de 120, están distribuidos en los distritos propuestos por la IE (ver cuadro 4.1. L3), de los cuales 91 corresponde a la selección de la muestra, para el proceso de evaluación, a quienes se volvió a encuestar para identificar los cambios generados producto de la intervención del proyecto; sin embargo, en el trabajo de campo no se logró ubicar a 2 y se aplicó las encuestas solo a 89 beneficiarios

Cuadro 4.1. L3: Región Junín, Grupos de beneficiarios identificados por zona geográfica

PROVINCIA DE TARMA	DISTRITO	N° DE BENEFICIARIOS
TARMA	Tarma	61
	Acobamba	17
	Huaricolca	4
	Huasahuasi	21
	Palcamayo	11
	San Pedro de Cajas	6
	Total	120

Fuente: Caritas del Perú-Documento del proyecto- Formato N° 2-C Propuesta técnica y económica de la L3: proyectos y promoción y fortalecimiento de emprendimientos

4.1.2. Taller de capacitación de encuestadores

Para la aplicación de las encuestas, se realizó reuniones con el equipo de encuestadores para el recojo de la información, se realizó un taller de capacitación sobre los contenidos y la aplicación de la encuesta.

En el taller de capacitación se puso énfasis en el contenido y las partes del cuestionario, así mismo se enfatizó en la forma de abordar al beneficiario de

manera “amigable”. Se realizó una primera salida a campo para validar la ficha y para identificar alguna dificultad en el proceso de aplicación de la encuesta. Posteriormente, se realizaron las aplicaciones del cuestionario a los beneficiarios del proyecto. Como estrategia se aplicó un plan de intervención identificando la distribución geográfica de esta manera facilitar la ubicación del beneficiario.

4.2. Instrumentos para el recojo de información

4.2.1 Encuestas

Aplicación de la ficha socioeconómica y de emprendimiento de la Línea 3 (FSE-L3) a la muestra seleccionada de los beneficiarios del proyecto, grupo de jóvenes relacionados a los sectores agrícola, agroindustria, artesanía y turismo. La aplicación de las encuestas se realizó en sus respectivos talleres, viviendas-tiendas.

El trabajo de campo se realizó con los encuestadores capacitados por el consultor y con apoyo del equipo técnico del proyecto. Se aplicaron 89 encuestas, del 21/08/2015 al 30/09/2015, el tema de la codificación de las encuestas se realizó en gabinete durante el mes de octubre.

4.2.2 Entrevistas

Se entrevistó a 3 actores relacionados a las actividades del proyecto, a fin de obtener información que determine las relaciones interinstitucionales:

- Dr. Rubén Cajahuaman Munguía- Jefe de la oficina zonal – Tarma - Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en la Región Junín –DRTPE Junín.
- Janett Leiva Rojas – Administradora zonal de la Agencia de Tarma de la Edpyme Solidaridad.
- Gladys Farje Echevarria- Coordinadora de Proyectos – Centros de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo- CAPLAB (entrevista telefónica).

Se realizaron 3 entrevistas, de las cuales se concluyen que la presencia de las instituciones del sector público en la zona es escasa e indiferente, muestran una débil articulación para involucrarse en este tipo de acciones, caso de la DRTPE-Junín, instancia directamente relacionada a la generación de empleo, así como los programas de desarrollo económico de las municipalidades locales. Desde las instituciones privadas, las que promocionan la oferta financiera se han extendido fuertemente en estos últimos años, hasta incursionan en las zonas rurales, pero que de ninguna manera “arriesgan” en programas de emprendimientos juveniles.

Desde el Estado se promueven iniciativas de programas y proyectos, para los emprendimientos, pero que al término del proyecto no encuentran el soporte para la sostenibilidad de las instancias pertinentes, sean por razones coyunturales de política, o de aspectos económicos, sociales o de intereses de los sectores o actores que no pueden

consensuar para dar continuidad y fortalecimiento de los espacios vinculados con los emprendimientos.

Por otro lado, hay un gran potencial natural de la zona de Tarma, lugar estratégico por ser el Eje de Integración Económica y Territorial con La Oroya - Tarma - La Merced – Satipo, que integra la Sierra y la Selva. Tarma es considerado un centro de acopio y comercialización de productos provenientes del valle de Chanchamayo y Oxapampa, complementada con su producción de hortalizas y lácteos, se considera como centro de servicios y de apoyo a los valles de Pichis y Palcazú. El potencial de esta zona puede desarrollarse, si las autoridades locales, las instancias de empleo (Ministerio de Trabajo, de Producción, Agricultura, Mincetur), educativas (ISTPs, CETPROS) fomentan el desarrollo productivo en agricultura y agroindustria dirigido a los jóvenes principalmente.

4.2.3 Otras fuentes de información.

Información de fuentes secundarias que se ha encontrado en el Plan de Desarrollo Concertado de La Provincia de Tarma 2007-2016, Plan de desarrollo institucional PDI y el Plan de Desarrollo Distrital de la Municipalidad Distrital de Palcamayo 2012-2015, estos documentos han priorizado en sus planes concertados de desarrollo, el impulso del sector productivo, considerando como prioridad las zonas productoras agrícolas, agroindustriales y de turismo (abarca también el tema de artesanía).

4.3 Sistematización y análisis de la información

La sistematización del presente estudio se desarrolló en varias etapas: iniciando la revisión en primer término de la documentación del proyecto, otros documentos de las instituciones sectoriales relacionados al tema, el análisis de fichas aplicadas, entrevistas, articulando y realizando cruces de los datos e información que corrobore de la mejor manera al estudio.

5. INDICADORES DEL PROYECTO

5.1. Presentación del Marco lógico

	INDICADOR Y META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO
Fin:			
Jóvenes varones y mujeres (incluidos discapacitados y madres solteras) con mejores oportunidades para su inclusión en la dinámica económica de la Provincia de Tarma.	No se establecen	No se establecen	
Propósito:			
Capacidades emprendedoras fortalecidas en jóvenes varones y mujeres de 18 a 29 años de edad (incluidos discapacitados y madres solteras) residentes en la Provincia de Tarma.	No se establecen	No se establecen	
Componentes			
C1. Promoción y Fortalecimiento de Emprendimientos juveniles en la Provincia de Tarma.	✓ Al término del octavo mes, 120 jóvenes varones y mujeres seleccionados, han mejorado sus competencias para la elaboración de sus planes de negocios, vinculados a las oportunidades económicas de la provincia de Tarma.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Documento de evaluación de características emprendedoras personales. ✓ Informe de resultados de evaluación de habilidades emprendedoras. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actitud favorable de los jóvenes varones y mujeres para promover y fortalecer sus emprendimientos ✓ Actitud favorable de los formadores para desarrollar sus competencias. ✓ Demanda de los sectores priorizados por el proyecto se mantiene o incrementa
	✓ Al término del primer trimestre, 40 formadores locales seleccionados, han desarrollado sus competencias para facilitar y promover emprendimientos locales en la Provincia de Tarma.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informe de selección. ✓ Registros de evaluaciones. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables. 	

	INDICADOR Y META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO
C2: Promover el acceso a servicios financieros y no financieros para el emprendimiento.	✓ Al término del décimo mes, 100 jóvenes varones y mujeres, con emprendimientos potenciales o en marcha, han logrado fortalecer sus planes de negocios sostenibles en la provincia de Tarma.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planes de negocios. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jóvenes emprendedores interesados en implementar sus planes de negocios y poner en marcha sus negocios o fortalecerlos. ✓ Entidades de microcrédito con apertura y servicios para la atención de jóvenes con planes de negocios.
	✓ Al término del primer trimestre del segundo año, 65 jóvenes ganadores del concurso de planes de negocios, han sido beneficiados con capital semilla o crédito, (35 con capital semilla y 30 con créditos) para la implementan de sus planes de negocios sostenibles en la provincia de Tarma.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Resultados del concurso contratos de entrega del capital semilla. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables. 	
	✓ Al final del proyecto, 20 jóvenes han iniciado la formalización de su actividad.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros de formalización de los negocios. ✓ Informes del proyecto. 	
Productos			
C1. Promoción y fortalecimiento de emprendimientos juveniles en la provincia de Tarma.			
1.1 Jóvenes con iniciativas emprendedoras identificados y seleccionados.	✓ Al término del primer trimestre, 400 jóvenes varones y mujeres con emprendimientos juveniles potenciales o en marcha, han sido identificados en la provincia de Tarma.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informe de resultados de evaluación de habilidades emprendedoras. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Percepción favorable de la comunidad sobre la participación de los jóvenes en el proyecto ✓ Se mantiene el interés de los jóvenes (incluidos PCD y madres solteras) por lograr emprender o fortalecer su negocio en marcha. ✓ Organizaciones, instituciones y medios de comunicación con interés en difundir el proyecto
	✓ Al término del primer trimestre, 240 jóvenes varones y mujeres han sido evaluados, según sus características emprendedoras en la provincia de Tarma.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Documento de evaluación de características emprendedoras personales ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	
	✓ Al término del primer trimestre, 120 jóvenes con características emprendedoras han sido seleccionados en la Provincia de Tarma, mínimamente 60% con negocios en marcha y el resto con ideas de negocio.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informe resultados de evaluación de habilidades emprendedoras ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	
1.2 Jóvenes han desarrollado sus características emprendedoras personales	✓ Al término del primer semestre, 120 jóvenes han acreditados, el fortalecimiento de sus características emprendedoras personales.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros de capacitación ✓ Informes de actividades de capacitación. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jóvenes emprendedores interesados en desarrollar o fortalecer sus competencias de gestión empresarial

	INDICADOR Y META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO
1.3 Jóvenes han desarrollado sus habilidades personales y sociales	✓ Al término del primer trimestre, 20 formadores de la Provincia de Tarma cuentan con competencias fortalecidas en habilidades personales y sociales.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros de capacitación ✓ Informes de actividades de capacitación. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formadores con interés de participación en la capacitación. ✓ Jóvenes emprendedores interesados en desarrollar o fortalecer sus competencias de gestión empresarial
	✓ Al término del primer semestre, 120 jóvenes han acreditado el fortalecimiento de habilidades personales y sociales en la Provincia de Tarma.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros de capacitación ✓ Informes de actividades de capacitación. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	
1.4 Jóvenes han desarrollado sus capacidades y competencias para la elaboración de sus planes de negocios	✓ Al término del primer trimestre, 20 formadores de la provincia de Tarma cuentan con competencias fortalecidas en planes de negocio con la metodología CEFE.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informes de capacitación ✓ Registros de asistencia ✓ Pruebas de evaluación entrada y salida ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formadores con interés de participación en la capacitación. ✓ Jóvenes emprendedores interesados en desarrollar o fortalecer sus competencias de gestión empresarial
	✓ Al término del octavo mes, 120 jóvenes capacitados y acreditados en la elaboración de sus planes de negocios en la provincia de Tarma, mínimamente 60% con negocios en marcha.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informes de capacitación ✓ Registros de asistencia ✓ Pruebas de evaluación entrada y salida ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	
1.5 Jóvenes han desarrollado sus capacidades y competencias en el manejo de información de mercado.	✓ Al término del primer semestre, 60 jóvenes han acreditado competencias en el uso de las TICs en la provincia de Tarma	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informes de capacitación de cada curso. ✓ Registros de asistencia ✓ Pruebas de evaluación entrada y salida ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jóvenes emprendedores interesados en acceder a información de mercados a través de uso de las Tics ✓ Capacidades locales para uso de TICs.
C2: Promover el acceso a servicios financieros y no financieros para el emprendimiento.			
2.1 Jóvenes con planes de negocios fortalecidos.	✓ Al término del décimo mes, 100 jóvenes capacitados, acreditados y con asistencia técnica, han culminado satisfactoriamente sus planes de negocios, mínimamente el 60% con negocios en marcha (plan de mejora).	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registro de visitas ✓ Informe asistencia técnica ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables ✓ Planes de negocios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jóvenes emprendedores interesados en implementar sus planes de negocios y poner en marcha o fortalecer sus negocios
2.2 Jóvenes con planes de negocios	✓ Al término del primer año, 100 planes de negocios han sido evaluados para recibir capital semilla.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planes de Negocios ✓ Informes del proyecto. ✓ Acta de Comité debidamente firmada. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jóvenes emprendedores

	INDICADOR Y META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO
acceden a capital semilla	✓ Al término del primer año, 35 jóvenes con planes de negocios cofinanciados con capital semilla de S/. 70,000.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros de evaluaciones. ✓ Contratos de entrega del capital semilla. ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables. 	<ul style="list-style-type: none"> interesados en implementar sus planes de negocios y poner en marcha o fortalecer sus negocios
	✓ Al término del primer año, 30 jóvenes cuentan con planes de negocio cofinanciados con el fondo de crédito, del programa de Micro finanzas de Cáritas del Perú u otros fondos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros de evaluaciones. ✓ Contrato de crédito ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entidades financieras interesada en apoyar las iniciativas de emprendimientos juveniles
2.3 Jóvenes con asistencia técnica en gestión de los nuevos negocios emprendidos.	✓ Al término del primer trimestre del segundo año, 65 jóvenes emprendedores han recibido asistencia técnica durante tres meses, antes de la implementación de sus planes de negocio (35 con capital semilla y 30 con el fondo de crédito del Programa de Micro finanzas de Cáritas del Perú u otros fondos).	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registro de visitas ✓ Informe de seguimiento y evaluación ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables ✓ Planes de negocios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jóvenes emprendedores interesados en implementar sus planes de negocios y poner en marcha o fortalecer sus negocios
	✓ Al término del proyecto 65 jóvenes emprendedores han recibido asistencia técnica durante tres meses, para la implementación de sus planes de mejora (35 con capital semilla y 30 con el fondo de crédito del Programa de Micro finanzas de Cáritas del Perú u otros fondos).	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registro de visitas ✓ Informe de seguimiento y evaluación ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables ✓ Planes de negocios 	
2.4 Jóvenes emprendedores articulados a instituciones que promueven el emprendimiento.	✓ Al término del primer año se han suscrito un mínimo de 6 alianzas estratégicas que den continuidad a los procesos iniciados con los jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Convenios de alianzas estratégicas suscritos ✓ Informe de seguimiento y evaluación ✓ Informes del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mercado regional con condiciones favorables para emprendimientos. ✓ Disposición de empresarios exitosos de participar en los eventos de intercambio de experiencias
	✓ Al término del 1er.trimestre del 2do. año se realizaron 2 ferias con participación de jóvenes del proyecto para el intercambio de experiencias, con instituciones que promueven el emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registro fotográfico ✓ Registro de ferias ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables. 	
	✓ Un mínimo de 60 negocios se mantienen vigentes al término del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informes del proyecto. ✓ Registros contables. 	

5.2. Indicadores claves del proyecto

Se ha realizado un análisis de los indicadores claves a nivel de componentes, cuyas observaciones se muestran en la siguiente tabla:

ANALISIS DE LOS PRINCIPALES INDICADORES DEL PROYECTO		
COMPONENTE	INDICADOR CLAVE	OBSERVACIONES
Componente 1: Promoción y Fortalecimiento de Emprendimientos juveniles en la Provincia de Tarma.	Jóvenes han acreditado, el fortalecimiento de sus características emprendedoras personales.	Jóvenes acreditados, en sus características emprendedoras personales, mediante aplicación de fichas de evaluación CEPs (Características Emprendedoras Personales) de los 4 sectores planteados por el proyecto (agricultura, agroindustrias, turismo y artesanía)
	Formadores locales seleccionados, han desarrollado sus competencias para facilitar y promover emprendimientos locales en la provincia de Tarma.	Formadores de la localidad, para fortalecer habilidades personales y sociales de jóvenes. También formadores con competencias en planes de negocios con metodología CEFE, para fortalecer las capacidades y competencias empresariales de jóvenes (planes de negocio), han acreditado también sus competencias en el uso de las TICs.
Componente 2: Promover el acceso a servicios financieros y no financieros para el emprendimiento	Jóvenes con planes de negocios fortalecidos	Según las encuestas 48.9% tenían negocios en marchas y 10.6% crearon sus negocios durante el proyecto y 40.4% implementaron sus negocios al final del proyecto, es decir solo contaban con ideas de negocios, 70.8% culminaron la capacitación en planes de negocios con metodología CEFE, el 69.7% elaboró su plan de negocios, 24.7% logro capital semilla y 54.7% implementó su plan de negocios mediante las asistencias técnicas
	Jóvenes con planes de negocios que accedieron a capital semilla	
	30 Jóvenes con planes de negocios que accedieron a cofinanciamiento con fondo de crédito	Jóvenes con planes de negocios acreditados que accedieron a cofinanciamiento con fondo de crédito, en una modalidad diferente (préstamos familiares avalados con firma notarial), es decir no se accedió a crédito del Fondo de Crédito del Programa Microfinanzas de Caritas del Perú (Edpyme Solidaridad) establecido en el proyecto.

ANALISIS DE LOS PRINCIPALES INDICADORES DEL PROYECTO		
COMPONENTE	INDICADOR CLAVE	OBSERVACIONES
	6 alianzas estratégicas suscritas para continuidad de procesos iniciados con los jóvenes	6 alianzas estratégicas suscritas y articuladas a instituciones que promueven emprendimientos.
	Ferias con participación de jóvenes del proyecto para el intercambio de experiencias, con instituciones que promueven el emprendimiento.	Intervención en ferias con participación de jóvenes del proyecto para el intercambio de experiencias, donde jóvenes que iniciaron sus negocios y los negocios ya existentes antes del proyecto, ambos fortalecieron sus ventas y ganancias
	Un mínimo de 60 negocios se mantienen vigentes al término del proyecto.	De la muestra (89 beneficiarios) se ha identificado 47 negocios entre funcionando y recién iniciados.

6. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

6.1. Cuadros de salida:

Esta sub sección debe presentar los resultados de la aplicación de la encuesta a los beneficiarios, siguiendo el orden de este instrumento y haciendo uso de cuadros, tablas, gráficos, etc.

6.1.1 Datos generales

De la participación de los beneficiarios en el proyecto, el 61.5% son mujeres y el 38.5% son hombres, con edades promedio de 21.2 años, el rango de edades que tiene mayor representatividad está en el grupo de 18-24 años y corresponde al 83.5%. Solo el 2.2% tiene una lengua materna diferente a castellano.

Tabla 6.1. EEF, L3, Región Junín: Indicadores personales de los beneficiarios (Porcentaje)

Indicador	Resultado
Sexo	
Hombre	38.5
Mujeres	61.5
Total (%)	100
Beneficiarios	89
Edad (Promedio)	21.2
Desviación estándar	3
Rangos de edades (años)	Resultado
18-24	83.5
25-29	16.5
Total (%)	100
Beneficiarios	89
Beneficiarios cuya lengua materna es diferente al castellano	2.2

Fuente: Ficha socioeconómica y de emprendimiento 09.2015

Elaboración: Diaconía

Según nivel educativo de los beneficiarios, el 46.2% cuentan con estudios superiores no universitarios, seguido de 28.6% que cuentan con estudios secundario completo, siendo estos grupos los más representativos como beneficiarios del proyecto.

Tabla 6.2. EEF, L3, Región Junín: Indicadores educativos de los beneficiarios (Porcentaje)

Nivel de educación	Resultado
Ninguno	0.0
Primaria incompleta	0.0
Primaria completa	0.0
Secundaria incompleta	3.3
Secundaria completa	28.6
Opción ocupacional CETPRO incompleto	3.3
Opción ocupacional CETPRO completo	3.3
Superior no universitaria incompleta	46.2
Superior no universitaria completa	1.1
Superior universitaria incompleta	7.7
Superior universitaria completa	6.6
Total (%)	100
Beneficiarios	89
Beneficiarios que estudia actualmente	74.7
Beneficiarios que ha estudiado algún curso de corta duración	28.6

Fuente: Ficha socioeconómica y de emprendimiento 09.2015

Elaboración: Diaconía

Ningún beneficiario que participó en el proyecto ha estudiado un curso corto, respecto al periodo anterior del ELB (Línea de base), se puede apreciar que hay una diferencia del 29.20%, tanto para los que estudiaban, como para los que habían estudiado algún curso corto, esto puede explicar que la mayoría de los jóvenes estaban culminando su carrera técnica en el ISTP (Instituto Superior Tecnológico Público), donde hubo un buen grupo que participó del proyecto.

Tabla 6.3. EEF, L3, Región Junín: Indicadores educativos de los beneficiarios (Porcentaje)

Beneficiarios con estudios de corta duración	Línea base	Evaluación Final
Beneficiarios que estudia actualmente	29.20	0.0
Beneficiarios que ha estudiado algún curso de corta duración	29.20	0.0

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En EEF el 58.4% de los beneficiarios estuvo en el grupo que trabaja, de este grupo el 13.5% estuvo en condición de dependiente, y 44.9% en condición de independiente. 41.6% está en el grupo que no trabaja.

De la comparación entre los ELB y EEF, en el grupo que trabaja: el 18.2% disminuyó en la EEF respecto de la ELB. El 17% disminuyó los dependientes en EEF respecto al ELB y 1.2%, disminuyó los independientes en EEF respecto al ELB. De la comparación de ELB y EEF, en el grupo que no trabaja, el 18.2% aumentó en la EEF respecto de la ELB.

Estos resultados de un estudio a otro, pueden explicarse que a pesar que disminuyó el grupo que trabaja y aumentó el grupo que no trabaja, el grupo de independientes disminuyó solo en 1.2%, considerando que en este proyecto, la mayoría fueron emprendedores y pocos tenían negocios en marcha.

Tabla 6.4. EEF, L3, Región Junín: Condición de actividad de los beneficiarios (Porcentaje)

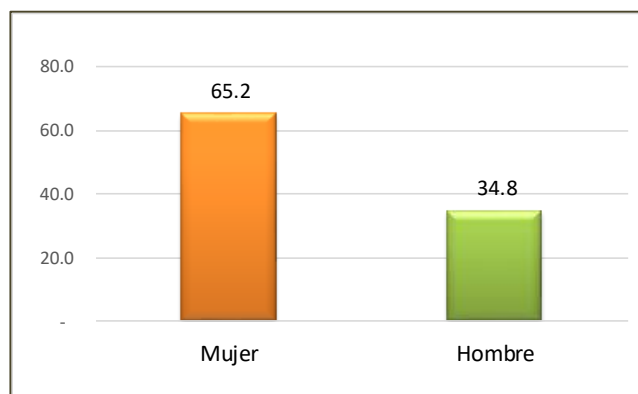
Condición de actividad	Línea Base	Evaluación Final
Trabaja	76.6	58.4
a.1.- Dependientes	30.5	13.5
a.2.- Independientes	46.1	44.9
No trabaja	23.4	41.6
Total (%)	100	100
Número de casos	89	89

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

El 65.2% eran mujeres y el 34.8% eran hombres y tenían un negocio creado antes del proyecto

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

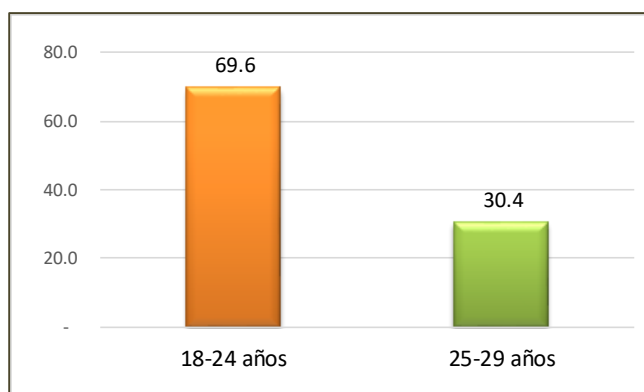


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

El 62.2% eran del grupo de edades de 18-24 años y el 34.8% eran del grupo de edades de 25-29 años y tenían un negocio creado antes del proyecto.

Gráfico 6.2. EEF, L3, Región Junín: Beneficiarios según creación del negocio antes del proyecto, por edades (en porcentaje)

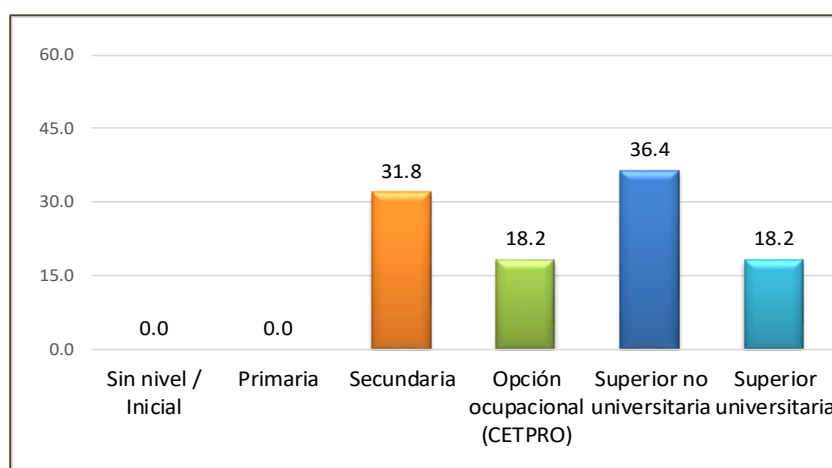


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

Según nivel educativo, el 36.4% eran de educación superior no universitaria, el 31.8% eran de educación secundaria y el 18.2% eran de educación superior universitaria y el 18.2% eran de opción ocupacional CETPRO, tenían un negocio creado antes del proyecto, esto indica que beneficiarios con nivel de educación superior no universitaria y los de nivel secundaria son los más predominantes con negocios creados antes del proyecto.

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

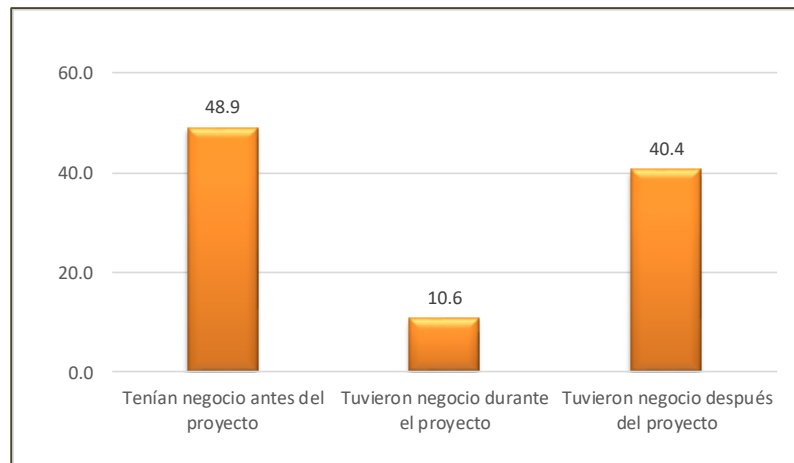


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

El 48.9% tenían negocio antes del proyecto, el 10.6% tuvieron negocio durante el proyecto y 40.4% tuvieron negocio después del proyecto.

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



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

Según giro del negocio, el 34.0% se encuentra en el sector agricultura, el 23.4% está en el sector industria y el 23.4% está en el sector comercio, el 8.5% restaurantes y hoteles, 6.5% está en el sector de servicios sociales, comunales y de recreación; y 2.1. % en el sector hogares. De la comparación con ELB, el sector agricultura es el que ha tomado más relevancia, seguido del sector comercio e industria. Los servicios sociales, comunales y de recreación han disminuido su presencia en el sector.

De la antigüedad del negocio, el 46.8% de los negocios tiene más de dos años de antigüedad, seguido del 29.8% que tiene un rango de antigüedad de 7 meses a 1 año, y el 21.3% que se ubica en el rango de antigüedad de menos de 6 meses y el 2.1% con el rango de antigüedad de 1 a 2 años.

De la comparación con ELB, tienen más presencia los negocios con más de 2 años a más, pero es un poco menor en 11.1% al registrado en ELB, esto explicaría que en el proceso inicial del proyecto se retiraron varios jóvenes con negocios con antigüedad mayor a 2 años. En EEF se han registrado 47 negocios, entre los que ya existían antes del proyecto, se crearon durante el proyecto y los que se crearon casi al término del proyecto.

Según la propiedad del negocio, el 66.0% es solo del beneficiario, el 29.8% es del beneficiario y socios familiares, el 4.3% es del beneficiario y socios no familiares. El

48.9% menciona que el negocio es el mismo que tenía antes del proyecto y el 51.1% no es el mismo que tenía antes del proyecto.

Tabla 6.5. EEF, L3, Región Junín: Características del negocio, según estudio de evaluación (Porcentaje)

Indicador	Línea Base	Evaluación Final
Giro del negocio		
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura	21.1	34.0
Industria	15.8	23.4
Comercio	42.1	23.4
Restaurantes y hoteles	0.0	8.5
Servicios prestados a empresas	0.0	2.1
Servicios sociales, comunales y de recreación	21.1	6.4
Hogares	0.0	2.1
Total (%)	100	100
Número de casos	19	47
Rangos de años de antigüedad del negocio		
Menos de 6 meses	10.5	21.3
De 7 meses a 1 año	10.5	29.8
De 1 a 2 años	21.1	2.1
Más de 2 años	57.9	46.8
Total (%)	100	100
Número de casos	19	47
Propiedad del negocio		
Sólo el beneficiario	73.7	66.0
El beneficiario y socios familiares	15.8	29.8
Beneficiarios y socios no familiares	10.5	4.3
Total (%)	100	100
Número de casos	19	47
¿Este negocio es el mismo que tenías antes del proyecto?		
Si		48.9
No		51.1
Total (%)		100
Número de casos		47

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En cuanto a la gestión del negocio, el 74.5%, no cuenta con una razón social alguna, el 17.0% está en la categoría de persona natural con negocio propio y RUS y el 8.5% está en la categoría de persona natural con negocio propio con RUC. De la comparación con el ELB, los resultados han disminuido en un porcentaje regular

de 9.7% los negocios informales esto a razón de la intervención del proyecto, de los 89 participantes del proyecto en EEF se registra 47 negocios y en ELB se registra 19 negocios.

De la ubicación del negocio, el 63.8% se encuentra en un taller o local comercial dentro de la vivienda, el 21.3% se ubica en un local o establecimiento diferente a la vivienda, el 12.8% está en otro tipo de ubicación y el 2.1% se ubica en la vía pública, sin puesto fijo. De la comparación con ELB ya no existen negocios en la vía pública. Para la ubicación de un negocio siempre buscan un lugar más seguro.

Tabla 6.6. EEF, L3, Región Junín: Indicadores de gestión del negocio según estudio de evaluación (Porcentaje)

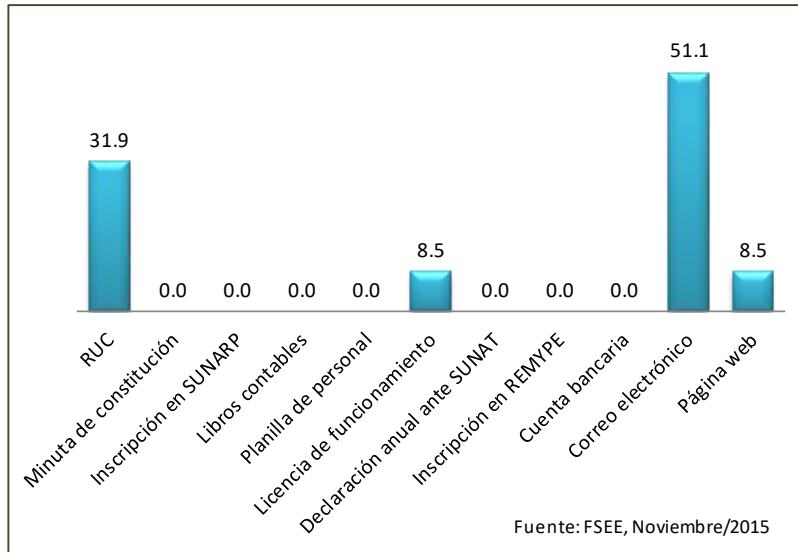
Indicador	Línea base	Evaluación final
Razón social del negocio		
Persona natural con negocio propio con R.U.C.	0.0	8.5
Persona natural con negocio propio y R.U.S.	10.5	17.0
Persona natural con negocio propio y R.E.I.R.	0.0	0.0
Persona jurídica como E.I.R.L.	5.3	0.0
Ninguno	84.2	74.5
Total (%)	100	100
Número de casos	19	47
Ubicación del negocio		
Taller o local comercial dentro de la vivienda	73.7	63.8
Local en un establecimiento diferente a la vivienda	15.8	21.3
En la vía pública, sin puesto fijo	5.3	2.1
En la vía pública, puesto fijo	5.3	0.0
Puesto fijo/improvisado en mercado de abastos	0.0	0.0
En el domicilio de los clientes	0.0	0.0
Otro	0.0	12.8
Total (%)	100	100
Número de casos	19	47
Beneficiarios con negocio que emite boletas		31.9

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En la gestión del negocio, solo 31.9% negocios cuentan con RUC, 8.5% con licencia de funcionamiento, 51.1% con correo electrónico y 8.5% con página web.

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



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

El 72.3% de los beneficiarios lleva un registro de compras en el negocio, de los cuales un 85.3% registra en un cuaderno de apuntes o similar y lo realiza siempre y un 14.7% lo registra en un cuaderno de apuntes o similar y lo realiza de vez en cuando. La utilidad del registro de compra, el 91.2% indica que es para saber cuánto gasta en el negocio.

El 89.4% de los beneficiarios lleva un registro de ventas, de las cuales el 73.8% es un registro informal y lo realiza siempre y el 23.8% es un registro informal y lo realiza de vez en cuando. Con relación a la utilidad del registro de ventas en el negocio, el 31.0% indica que es para saber cuánto ingresa a mi negocio, el 66.7% para saber la ganancia del negocio.

Tabla 6.7. EEF, L3, Región Junín: Indicadores de organización del negocio según estudio de evaluación final (Porcentaje)

Indicadores de organización del negocio	Evaluación Final
REGISTRO DE COMPRAS	
a.- Beneficiarios con negocio que llevan un registro de compras	72.3
b.- Formalidad y frecuencia del registro de compras	
1.- Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	0.0
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	85.3
4.- Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando	14.7
Total (%)	100

c.- Utilidad del registro de compras	
1.- Para saber cuánto gasto en el negocio	91.2
2.- Para saber la ganancia de mi negocio	2.9
3.- No lo uso para nada	0.0
4.- Otro	5.9
Total (%)	100
REGISTRO DE VENTAS	
a.- Beneficiarios con negocio que llevan un registro de ventas	89.4
b.- Formalidad y frecuencia del registro de ventas	
1.- Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	2.4
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	73.8
4.- Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando	23.8
Total (%)	100
c.- Utilidad del registro de ventas	
1.- Para saber cuánto ingresa a mi negocio	31.0
2.- Para saber la ganancia de mi negocio	66.7
3.- No lo uso para nada	0.0
4.- Otro	2.4
Total (%)	100

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

Los indicadores de toma de decisión en el negocio, en cuanto a quien realiza la producción el 59.6% indica que lo realiza solo el empresario, el 36.2% lo realiza con sus socios. En cuanto al control del gasto de la empresa, el 61.7% de beneficiarios toma las decisiones solo en su condición de empresario, el 34.0% toma las decisiones con sus socios y el 4.3% toman las decisiones los socios.

Sobre la compra de equipos, el 63.8% lo decide solo, 34.0% lo decide el/la propietario/a y sus socios y 2.1% de beneficiarios con negocio, toman las decisiones los socios. Referente a la negociación con los proveedores, el 63.8% toma las decisiones solo el empresario, el 34.0% decide el/la propietario/a y sus socios. Sobre los que determinan el precio de venta de sus productos/ servicios, el 61.7% toma las decisiones solo el empresario, el 34.0% lo determina el propietario y sus socios y en la diferencia deciden los socios. Sobre quién determina las ganancias de sus productos/servicios, 63.8% solo lo realiza el empresario, el 36.2% lo determina el propietario y sus socios, en lo que se refiere a quién consigue los clientes, el 61.7% de los beneficiarios solo lo realiza el empresario, el 36.2% lo consigue el propietario y sus socios.

Tabla 6.8. 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?	59.6	36.2	2.1	0.0	0.0	2.1	0.0	100
¿Quién controla los gastos de la empresa?	61.7	34.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100
¿Quién decide la compra de equipos?	63.8	34.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100
¿Quién negocia con los proveedores?	63.8	34.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100
¿Quién determina el precio de venta de su producto/servicios?	61.7	34.0	2.1	0.0	0.0	2.1	0.0	100
¿Quién determina la ganancia de su producto/servicio?	63.8	34.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100
¿Quién consigue los clientes?	61.7	36.2	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

Los promedios de ventas anuales ascienden a S/. 18,820.04, diferencia un poco mayor en 7.8% respecto a ELB. Los promedios de ventas mensuales fueron S/. 1,568.34, la diferencia es un poco mayor en 7.8% respecto a ELB, esta pequeña diferencia favorable puede explicar que los beneficiarios con negocios recién formados (20) durante y después del proyecto reportan ventas a partir de abril 2015, lo que afecta el promedio de ventas. Al término del EEF se tuvieron 47 beneficiarios con negocio y en ELB tuvieron 27 empresas en marcha.

Los promedios de ganancias anuales en S/. 10,958.21, representa una diferencia mayor en 48.2% respecto a ELB. Los promedios de ganancias mensuales en S/. 913.18, el cual representa una diferencia mayor en 52% respecto a ELB.

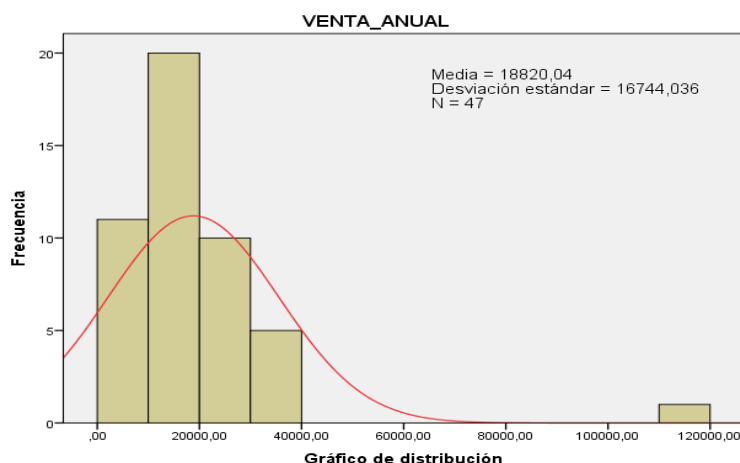
Tabla 6.9. EEF, L3, Región Junín: Indicadores económicos de los negocios según estudio de evaluación

Indicador	Línea base	Evaluación Final
Promedio de ventas anuales (S./año)	17,455.98	18,820.04
Promedio de ventas mensuales (S./mes)	1,454.67	1,568.34
Promedio de ganancias anuales (S./año)	5,243.59	10,872.22
Promedio de ganancias mensuales (S./mes)	436.97	906.02

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

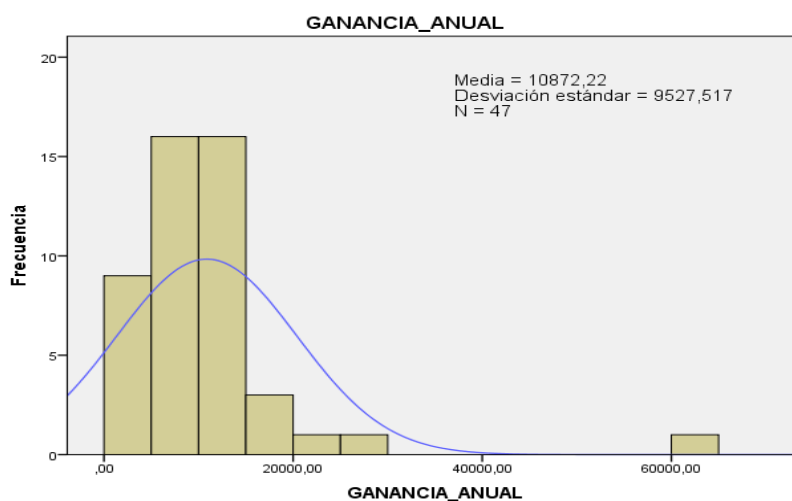
Elaboración: Diaconía y grupo de consultores

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 participación de trabajadores casi no existe, en los casos en que se presenta trabajadores eventuales, la participación es de un trabajador que asiste esporádicamente. Los familiares en condición de trabajadores son inexistentes, lo cual significa que el propietario asume casi todas las tareas en el negocio. Los negocios están generalmente financiados por sus recursos propios (97.9%), el 48.9% usa otros tipos de financiamiento, 29.8% utiliza recursos familiares, no acuden a préstamos de bancos y 6.4% acude a préstamos de cajas rurales y 2.1% a préstamos de clientes

Comparando los resultados de los EEF y ELB, se evidencia que respecto a la fuente de financiamiento para su negocio, se encuentra que el 13.7% de beneficiarios usa recursos propios, 24.5% utiliza más recursos de familiares y amigos, 2.1% acude a préstamos de clientes, 15.8% han dejado de utilizar préstamo de bancos, 6.4% acuden a préstamos de cajas Municipales/rurales y 48.9% a otras fuentes de financiamiento, estas diferencias se explican porque durante la ejecución del proyecto, los beneficiarios tuvieron charlas y sensibilización del funcionamiento del sistema financiero y lo conveniente que es para un negocio de emprendimiento el tema de financiamiento.

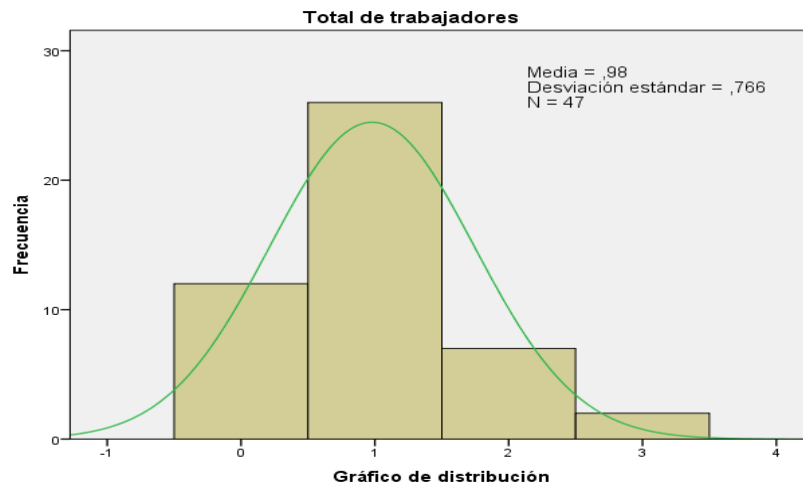
Tabla 6.10. EEF, L3, Región Junín: Vinculación del negocio con el mercado de factores

Indicador	Línea Base	Evaluación final
Promedio de trabajadores	0.16	0.98
Promedio de trabajadores eventuales	0.42	0.87
Promedio de trabajadores familiares	0.32	0.06
Promedio de TFNR	0.00	0.60
Promedio de trabajadores no familiares	0.00	0.36
Promedio de ventas anuales por trabajador (S./año/trabajador)	11 088.72	17 238.35
Fuentes de financiamiento		
Recursos propios	84.2	97.9
Recursos de familiares/amigos	5.3	29.8
Préstamo de proveedores	0.0	0.0
Préstamo de clientes	0.0	2.1
Préstamo de bancos	15.8	0.0
Préstamo de Cajas Municipal/Rurales	0.0	6.4
Préstamo de ONG	0.0	0.0
Otro	0.0	48.9
Total (%)	100	100
Número de casos	19	47

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

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



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

Relacionado a principales clientes, el 83.0% de los negocios tiene como clientes a consumidores individuales, el 31.9% tiene clientes familiares/amigos/ vecinos, el 19.1% tiene a mayoristas; y el 17.0% otros clientes. De la comparación de EEF respecto a ELB 25.1% más siguen siendo sus mayores clientes los consumidores individuales.

Procedencia de principales clientes, el 93.6% de los principales clientes proceden del distrito donde está ubicado el negocio, el 19.1% de clientes está ubicado en otras regiones y 14,9% de los clientes provienen de la provincia donde está ubicado el negocio. De la comparación de EEF respecto a ELB 9.4% más siguen considerando que los principales clientes proceden del distrito donde el negocio está ubicado y 8.6% más siguen considerando que sus clientes proceden de otras regiones.

De los criterios para determinar el precio de la producción, el 72.3% determina el precio de sus productos está en función de los precios de sus competidores, el 14.9% indica que depende del costo de producción y el 12.8% consideran lo que el cliente está dispuesto a pagar. Comparando con ELB los propietarios de los negocios, determinan el precio de sus productos en función al costo.

De la comparación de EEF respecto a ELB, el 37.7% menos no utiliza sus costos de producción, el 24.9% determina sus precios en función a los precios de los competidores. Esto se puede explicar que durante las capacitaciones del plan de negocios en la sección financiera consideraron que se requiere más tiempo de capacitación y la otra razón es que la capacitación lo consideran "muy teórico", por lo que la mayoría utiliza la "manera tradicional" de tomar referencias del competidor.

Tabla 6.11. EEF, L3, Región Junín: vinculación del negocio con el mercado de bienes (Porcentaje)

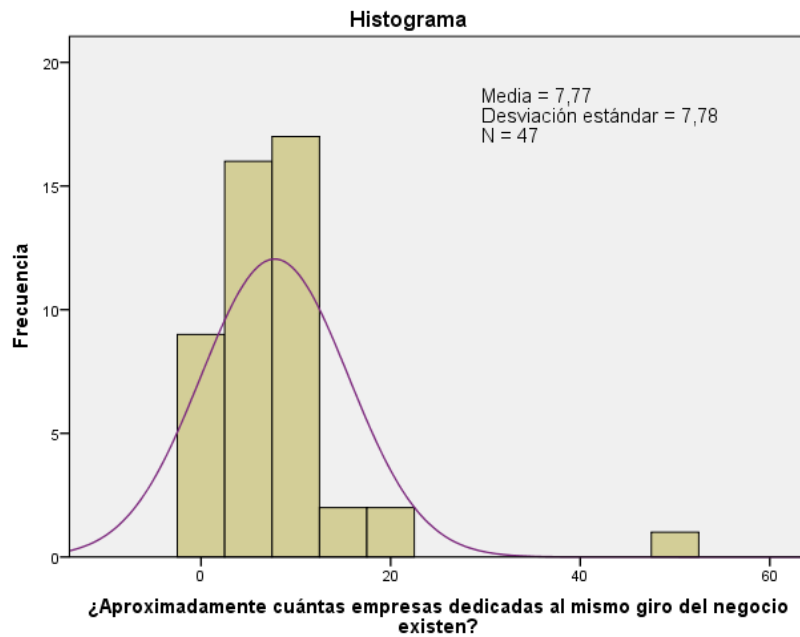
Indicador	Línea base	Evaluación final
Principales clientes		
Ambulantes	5.3	4.3
Mayoristas	5.3	19.1
Consumidores individuales	57.9	83.0
Empresas de menos de 10 trabajadores	5.3	4.3
Empresas de más de 10 trabajadores	0.0	2.1
Estado	0.0	
Agente/empresa exportadora	5.3	0.0
Familiares/amigos/vecinos	31.6	31.9
Otros	5.3	17.0
Total (%)	100	100
Número de casos	19	47
Procedencia de principales clientes		
Distrito donde está ubicado el negocio	84.2	93.6
Provincia donde está ubicado el negocio (inc. alternativa anterior)	10.5	14,9
Región donde está ubicado el negocio	5.3	4.3
En otras regiones	10.5	19.1
En el extranjero	0.0	2.1
Total (%)	100.0	100.0
Número de casos	19	47
Criterios tomados para determinar el precio del producto		
Costos de producción	52.6	14.9
Precios de los competidores	47.4	72.3
Lo que el cliente está dispuesto a pagar	5.3	12.8
Total (%)	100.0	100.0
Número de casos	19	47

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

En el gráfico de distribución del número de empresas que operan en la zona por giro del negocio, de las 47 empresas existentes, que trabajan en diferentes rubros están agrupadas principalmente en el rubro agrícola en un promedio de 7.78 %, el resto de los rubros son menores o dispersos.

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

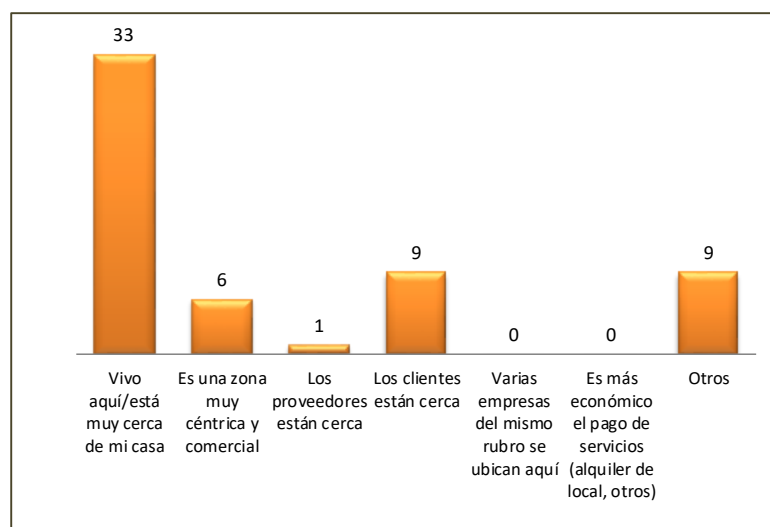


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

El 72.3% de empresas se encuentran en las mismas viviendas de los propietarios, el 19.1% empresas se encuentran donde los clientes están cerca, 19.1% empresas se encuentran en otras zonas, 14.9% se ubican en zonas más céntricas y comerciales, y el 2.1% se ubica donde los proveedores están cerca.

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

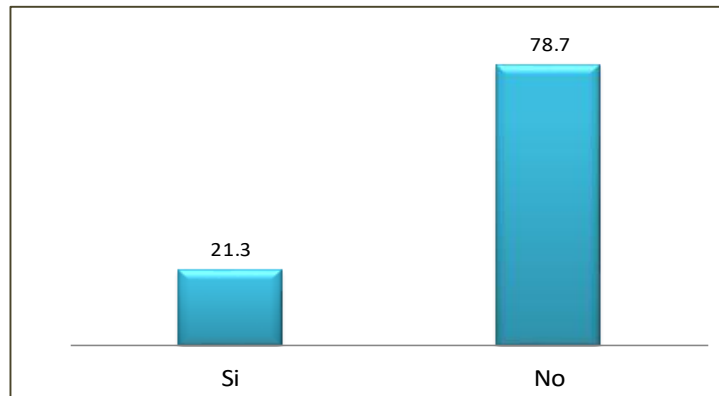


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

El 78.7% de las empresas no pertenecen a ningún tipo de organización/asociación/gremio empresarial, lo que dificulta tener ventajas para la empresa, así como para negociar de acuerdo a sus costos y perspectivas de ganancias. Solo 21.3% de empresas pertenecen a alguna organización/asociación/gremio empresarial.

Gráfico 6.11. EEF, L3, Región Junín: Empresas que pertenecen a una organización por giro de negocio (Porcentaje)

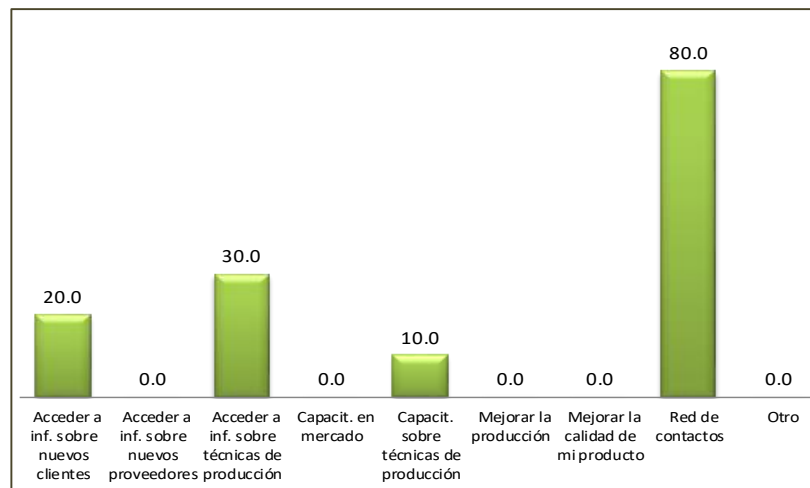


Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

Sobre las ventajas de participar en una organización, el 80% de las empresarias reconoce acceder a una red de contactos, 30% accede a información sobre técnicas de producción, 20% accede a información sobre nuevos clientes y 10% accede a la capacitación sobre técnicas de producción.

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



Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

De la participación del beneficiario en el proyecto, el 70.8% de los beneficiarios culminaron la capacitación, entre los principales motivos por los que no culminaron la

capacitación: el 46.2% porque sus estudios le impidieron, el 30.8% su trabajo le impidió, el 11.5% los horarios de la capacitación no le eran convenientes, el 7.7% indica que problemas familiares y/o de salud me lo impidieron que continúe, el 3.8% dijo que el lugar de la capacitación quedaba lejos de su ubicación normal y no le convenía.

De otro lado, el 69.7% de los beneficiarios elaboraron su plan de negocio, el 51.7% participó en obtener capital semilla, el 24.75% obtuvo capital semilla, el 54.7% implementó su plan de negocios.

Tabla 6.12. EEF, L3, Región Junín participación del beneficiario en el proyecto (Porcentaje)

Indicadores de participación del beneficiario en el proyecto	Resultado
% de beneficiarios que culminó la capacitación	70.8
Motivos de no culminación de la capacitación	
Mis estudios me lo impidieron	46.2
Mi trabajo me lo impidió	30.8
No me gustó la capacitación	0.0
Los horarios de la capacitación no me convenían	11.5
El lugar de capacitación quedaba lejos	3.8
Problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe	7.7
Total (%)	100
Beneficiarios que elaboraron un plan de negocios	69.7
Beneficiarios que participó para obtener capital semilla	51.7
Beneficiarios que obtuvo el capital semilla	24.7
Beneficiarios que implemento su plan de negocios	54.7

Fuente: Ficha Socioeconómica y de Emprendimiento, Noviembre 2015

Elaboración: Diaconía

6.2 Comparación de los indicadores del ML con el ELB y la EEF:

	INDICADORES DEL ML	INDICADORES DE LA ELB	INDICADORES DE LA EEF
FINALIDAD DEL PROYECTO Jóvenes varones y mujeres (incluidos discapacitados y madres solteras) con mejores oportunidades para su inclusión en la dinámica económica de la provincia de Tarma.			
PROPOSITO Capacidades emprendedoras fortalecidas en jóvenes varones y mujeres de 18 a 29 años de edad (incluidos discapacitados y madres solteras) residentes en la provincia de Tarma.			
COMPONENTES D EL PROYECTO			
Componente 1: Promoción y fortalecimiento de emprendimientos juveniles en la Provincia de Tarma	Indicadores <ul style="list-style-type: none"> ➤ 120 jóvenes varones y mujeres seleccionados, han mejorado sus competencias para la elaboración de sus planes de negocios, vinculados a las oportunidades económicas de la provincia de Tarma. ➤ Al término del primer trimestre, 40 formadores locales seleccionados, han desarrollado sus competencias para facilitar y promover emprendimientos locales en la Provincia de Tarma (20 con competencias fortalecidas en habilidades personales y sociales, y 20 en planes de negocio con la metodología CEFE). 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se han identificado a 120 Varones y mujeres, lo que no se identifica claramente es la vinculación de los beneficiarios a las oportunidades económicas y productivas de la provincia de Tarma. ➤ Se ha evidenciado a 40 formadores locales en la metodología CEFE. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 120 jóvenes varones y mujeres, han mejorado sus competencias en la elaboración de planes de negocios, vinculados a las oportunidades económicas de la provincia de Tarma. ➤ 40 formadores locales han desarrollado sus competencias para facilitar y promover emprendimientos locales en la Provincia de Tarma (20 con competencias fortalecidas en habilidades personales y sociales, y 20 en planes de negocio con la metodología CEFE).

	INDICADORES DEL ML	INDICADORES DE LA ELB	INDICADORES DE LA EEF
Componente 2: Promover el acceso a servicios financieros y no financiero para el emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 100 jóvenes con emprendimientos potenciales o en marcha, han logrado fortalecer sus planes de negocios sostenibles en la provincia de Tarma. ➤ 65 jóvenes ganadores del concurso de planes de negocios, han sido beneficiados con capital semilla o crédito, (35 con capital semilla y 30 con créditos) para la implementan de sus planes de negocios sostenibles en la Provincia de Tarma. ➤ 20 jóvenes han iniciado la formalización de su actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El resultado de la línea de base no evidencia este indicador. ➤ El resultado de la línea de base no evidencia este indicador. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 100 jóvenes varones y mujeres, con emprendimientos potenciales o en marcha, han logrado fortalecer sus planes de negocios sostenibles en la Provincia de Tarma. ➤ 35 jóvenes ganadores del concurso de planes de negocios, han sido beneficiados con capital semilla o crédito. 30 créditos, se cumplieron, pero en diferente modalidad a lo planteado en el proyecto, solo 3 jóvenes accedieron al sistema financiero con aval de sus padres. Los otros 27 beneficiarios obtuvieron crédito familiar (padres) con documento notarial, para seguir así la implementación de sus planes de negocios

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

Pertinencia

El proyecto es acertado debido a que responde a la demanda de empleo juvenil y a las potencialidades productivas que ofrece la zona de intervención del proyecto, pero es necesario fortalecer las capacidades empresariales para desarrollar los emprendimientos de manera sostenida y permanentemente, apoyada por sus autoridades locales, que aseguren la empleabilidad y capacidad de generación de empleo en su quehacer productivo más representativo de la zona e insertarse a las tendencias existentes del sector empresarial a nivel local, regional y nacional.

Existen planes y políticas en los lineamientos de Política Nacional de Juventudes (DS N° 061-2005-PCM), el Plan Bicentenario Perú al 2021 en el acápite de la política Incremento de los empleos adecuados para la modernización inclusiva que vincula al proyecto en el empleo juvenil vinculada al emprendimiento, los Planes integrales de desarrollo estratégico y participativo del distrito de Tarma.

Los análisis realizados en el proyecto, respecto a la demanda de empleo juvenil, responde a una oferta de población con bajas capacidades empresariales, por lo que no pueden sostener sus emprendimientos, de igual forma los que demandan empleo dependiente ofertan una mano de obra no calificada por lo que accede a empleos de mala calidad.

Según resultados de la encuesta del proyecto en la evaluación final, el 58.4% están en condición de actividad de estar trabajando sea de manera independiente o dependiente, pero el 41.6% están en condición de actividad de no estar trabajando, sin embargo, con la intervención del proyecto se pretende contribuir a establecer mecanismos para acceder a empleos más formales como son los espacios de negocios más competitivos mediante el desarrollo de las capacidades empresariales y laborales para jóvenes.

En términos generales, la pertinencia lograda en el proyecto ha obedecido a trabajar con una población juvenil entre 18 -29 años, los sectores económicos propuestos en el proyecto fueron 4, agricultura, agroindustrias, turismo y artesanía. Agricultura fue la actividad más representativa con 34.0%, sus aliados estratégicos han dotado de elementos importantes como es en el caso de CAPLAB, que hizo la transferencia de la Metodología CEFE, para las capacitaciones, el soporte para la oferta de crédito del sistema financiero no funcionó para el proyecto, consideraron muy riesgoso para su cartera de crédito atender a jóvenes emprendedores, se optó por otra modalidad de crédito para implementar los planes de negocios con crédito.

La pertinencia en las estrategias implementadas en los objetivos, propósitos y los resultados, fueron consistentes, secuenciales y articuladas los indicadores establecidos, el cual permitió medir los cambios durante el proceso del proyecto, además complementó al desempeño de las actividades el equipo del proyecto, a los facilitadores les faltó un poco de experiencia de campo en el manejo de la facilitación y la aplicación de la metodología para la capacitación, sin embargo, fue favorable la aplicación de esta metodología para los jóvenes.

Eficacia

Hay un conjunto de elementos para lograr los resultados del proyecto de manera satisfactoria y estas están relacionadas a la selección y focalización de los beneficiarios, a la identificación adecuada de jóvenes emprendedores y jóvenes con negocios en marcha, y de la cuota respectiva como manda las bases del proyecto. Una de las dificultades en lograr un resultado más satisfactorio en este tipo de proyectos de emprendimiento, se ha podido notar que mientras el emprendedor requiere de capacitación más amplia desde trabajar sus ideas de negocios para arribar a consolidar en un negocio pertinente a sus aptitudes, el emprendedor que tiene ya un negocio en marcha requiere de capacitaciones más específicas, asesorías más especializadas, que le ayuden a mejorar sus procesos, ventas, articulaciones comerciales, negociaciones, manejos logísticos, etc. En este caso se puede consolidar mejor estos aspectos con apoyo de aliados estratégicos para desarrollar las actividades del proyecto.

Eficiencia

La institución ejecutora ha planteado una intervención en un ámbito geográfico disperso en zona urbana y rural, y una intervención en 4 sectores económicos como agricultura, agroindustria, turismo y artesanía, si bien es cierto se torna interesante, pero no corresponde al tamaño, a los recursos y al tiempo para ejecutar el proyecto, se ha observado el desgaste y esfuerzo de recursos humanos y económicos para cumplir con las actividades, lo que ha desencadenado en dificultades económicas, logísticas, vencimiento de tiempos, además el retiro inmediato de la oficina y equipo del proyecto, no ha permitido lograr la información más adecuada al iniciar la

evaluación final. Hubo deficiencia en los aportes comprometidos por las instituciones aliadas en este caso la financiera que no cumplió con otorgar los créditos a los jóvenes emprendedores, se tuvo que acudir a otra modalidad de crédito, esto acompañado a la coyuntura política de las contiendas electorales municipales, los cambios de gobiernos locales, las nuevas autoridades locales, coordinar nuevamente y ponerlas al tanto del proyecto siempre son una limitante para lograr ser más eficientes.

Sostenibilidad

Las condiciones de sostenibilidad ha quedado solo en documentos, realmente no se ha visto acoger a este grupo de jóvenes emprendedores a instancias locales del Estado que correspondería específicamente a las áreas de desarrollo económico de las municipalidades, como iniciativa de gestión propia del ex coordinador del proyecto logró que el grupo más dinámico de los emprendedores se articulen a los programas de ALIADOS II, PROCOMPITE y algunos emprendimientos individuales los ha articulado con FONCODES, para dar continuidad a sus proyectos

Sin embargo, en el proceso del proyecto se han realizado los esfuerzos de articulación y en cierta forma ha quedado como precedente la presencia de FONDO EMPLEO como una instancia de oportunidad para articular nuevos proyectos de apoyen a la población vulnerable de jóvenes sin empleo.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Los sectores económicos de intervención propuestos en el proyecto fueron: agricultura, agroindustria, turismo y artesanía en las zonas urbano marginal y rural de 6 distritos: Tarma, Acobamba, Huaricolca, Huasahuasi, Palcamayo y san Pedro de Cajas.
- Se ha evaluado y comparado el logro de las capacidades y el desarrollo de competencias personales, sociales y empresariales de los beneficiarios a grupos de negocios existentes antes del proyecto, los que iniciaron durante el proyecto y después del proyecto.
- Se ha identificado a los grupos que trabajan entre los independientes y dependientes, hay un ligero decrecimiento en 1.5% respecto a la Línea de Base.
- Se logró acceso a crédito en una modalidad diferente al sistema financiero para implementar planes de negocios de los beneficiarios.
- Se han fortalecido los emprendimientos juveniles en la provincia de Tarma, mediante capital semilla y crédito para la implementación de los planes de negocios de los beneficiarios.
- Al inicio del proyecto, se tenían 27 empresas en marcha, en la etapa de evaluación final se tiene 47 empresas funcionando.
- Aplicación de metodología de capacitación participativa (CEFE) para fortalecer competencias empresariales para los planes de negocios.
- Fortalecimiento y consolidación de negocios con planes de negocios ganadores de concurso, aportes de capital semilla, y acceso a crédito

RECOMENDACIONES

- En la gestión del proyecto, priorizar y alinear los sectores propuestos en el proyecto (agricultura, agroindustria, turismo y artesanía), se ha encontrado negocios que no corresponden a estos sectores y los negocios deben ser de acuerdo a la duración del proyecto, no embarcarse en negocios cuyos resultados de evaluación necesitan mayores plazos (crianza de animales mayores).
- La gestión de la IE, debería establecerse en un tiempo más, luego de terminado el proyecto, para recabar información de fuente directa para la evaluación final, de tal manera que se pueda corroborar con la información obtenida de la aplicación de la encuesta a los beneficiarios.
- Considerar otras formas de financiamiento para implementar los planes de negocios, puesto que el sistema financiero no accede a iniciativas de negocios recién emprendidos.
- Es importante que los negocios iniciados participen en lugares donde puedan hacer sus “ensayos” de ventas para generar espíritu competitivo y puedan establecer algunas estrategias frente a los competidores y estrategias para ganar clientes.
- Implementar un sistema de seguimiento de las ventas de los beneficiarios con negocio en marcha o negocio iniciado durante el proyecto.

8. REFERENCIAS

- Caritas del Perú, Propuesta técnica y económica de la Línea 3.
- Caritas del Perú, ficha técnica del proyecto *“Mejores competencias personales y emprendedoras de jóvenes de Tarma para obtener trabajo digno y productivo”*

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 Entrevista al MTPE - Anexo 3B
- 9.7 Entrevista Instituciones aliadas - CAPLAB
- 9.8 Panel fotográfico