

# **ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL**

**JÓVENES EMPRENDEN NEGOCIOS EXITOSOS EN LA REGIÓN  
TACNA - JENE TACNA**

**PROYECTO C-13-37**

**INSTITUCIÓN EVALUADORA**

**EL TALLER ASOCIACIÓN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO**

*Consultor: Jorge Alejandro Mango Choque*

**AREQUIPA, MARZO 2016**

## **CRÉDITOS**

### **JEFE DEL EQUIPO TÉCNICO**

Jhon Ricardo, Loayza Borja

### **PROFESIONAL TEMÁTICO**

Jorge Alejandro, Mango Choque

### **EQUIPO DE CAMPO**

Gricelda Beatriz, Cutipa Paucarima (Supervisor de Campo)

María Luisa, Nuñonca Rodríguez (Critico - digitador)

Catherine Diana, Lupaca Aquisé (Encuestador)

Jessica Milagros, Maquera Mamani (Encuestador)

Judith Marjorie, Fernández Yataco (Encuestador)

Lucy Fabiana, Flores Jiménez (Encuestador)

Pascuala Sofía, Calisaya Chipana (Encuestador)

**CONTENIDO**

<b>LISTA DE ACRÓNIMOS</b> .....	4
<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	5
<b>2. EL PROYECTO</b> .....	9
2.1..... Información general del proyecto	9
2.2..... Periodo de vida del proyecto	10
2.3..... La focalización	10
2.4..... Fase de selección de beneficiarios	12
2.5..... Fase de capacitación en planes de negocio y planes de mejora	12
2.6..... Fase de acompañamiento para la implementación de los planes de negocio	17
2.7..... Fase de articulación al mercado de los negocios de los jóvenes emprendedores	18
2.8..... Costo del proyecto	19
2.9 Vinculación del proyecto con otras instituciones, organizaciones y otras intervenciones en la zona.	20
<b>3. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO</b> .....	20
3.1..... Objetivos	20
3.2..... Metodología del estudio	21
3.3..... Periodo de referencia del estudio	23
<b>4. RESULTADOS</b> .....	23
4.1..... Caracterización de la población beneficiaria	23
4.2..... Evolución de los indicadores del marco lógico, antes y después del proyecto	50
4.3..... Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del proyecto	51
4.3.1 Sobre la pertinencia .....	51
4.3.2 Sobre la eficiencia .....	55
4.3.3 Sobre la efectividad .....	55
4.3.4 Sobre la sostenibilidad .....	57
<b>5. LECCIONES APRENDIDAS</b> .....	59
<b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	61
6.1..... Conclusiones	61
6.2..... Recomendaciones	63
<b>7. REFERENCIAS</b> .....	65
<b>8. ANEXOS</b> .....	66

**LISTA DE ACRÓNIMOS**

DRP	:	Dirección Regional de la Producción
DRTPE	:	Dirección Regional de Trabajo y Promoción de Empleo
ECAP	:	Entidad de Capacitación
E.I.R.L.	:	Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
ELB	:	Estudio de Línea de Base
EEF	:	Estudio de Evaluación Final
ET	:	Equipo Técnico
ESEE	:	Encuesta Socio Económica y de Emprendimiento
FE	:	FONDO EMPLEO
GIN	:	Genera su idea de negocio
IE	:	Institución Ejecutora
IEv	:	Institución Evaluadora
INEI	:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
ISUN	:	Inicia su negocio
JENE	:	Jóvenes emprenden negocios exitosos
MTPE	:	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
R.E.I.R.	:	Régimen Especial de Impuestos a la Renta
REMYPE	:	Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa
RMV	:	Remuneración Mínima Vital
RUC	:	Registro Único del Contribuyente
RUS.	:	Registro Único Simplificado
SISFOH	:	Sistema de Focalización de Hogares
SUNARP	:	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos
SUNAT	:	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
TDR	:	Términos de Referencia
TFNR	:	Trabajador Familiar No Remunerado
UNA	:	Universidad Nacional del Altiplano

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El documento presenta el EEF del proyecto C-13-37 “**Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE TACNA**”, encargado por FE, en el marco de su 13° Concurso de Proyectos y que corresponde a la Línea 3 Promoción y Fortalecimiento de Emprendimientos.

El EEF, responde a los procesos regulares de evaluación de FE, que ha permitido conocer la situación socioeconómica laboral de los beneficiarios después de la intervención del proyecto, comparada con la que se tuvo antes de su inicio, y el contexto socioeconómico y laboral en el ámbito de intervención del mismo.

El proyecto fue ejecutado y desarrollado por la IE, Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra”, en los distritos de Tacna, Alto de la Alianza, Ciudad Nueva, Pocollay, Gregorio Albarracín y Palca de la provincia de Tacna, región Tacna, a partir del 7 de julio del 2014 siendo la fecha de culminación prevista para el 31 de diciembre del 2015, y tuvo como propósito “Desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de jóvenes de 18 a 29 años de edad en situación de pobreza de los distritos de Tacna y Alto Alianza de la provincia de Tacna, departamento de Tacna, para generar emprendimientos sostenibles”.

La ejecución y desarrollo del proyecto estuvo a cargo de un ET, profesional de la IE conformado por un jefe de proyecto, un asistente administrativo, un supervisor de proyecto y un focalizador.

Para el levantamiento de la información del EEF se ha aplicado la ESEE, suministrada por FE, a una muestra de 79 beneficiarios, que representan el 79,0% de la población total atendida por el proyecto, que fue de 100 jóvenes.

Los componentes que desarrolló el proyecto, fueron 3: **Componente 1.** Los jóvenes de la provincia Tacna cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial, **Componente 2.** Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios y **Componente 3.** Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado.

De acuerdo al documento del proyecto y al Informe de Cierre del Supervisor Externo del proyecto<sup>1</sup>, para el Componente 1 se planteó un indicador/meta de: 90 beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al primer año de ejecución del proyecto, lo que, expresado en porcentaje era el 90%. Podemos decir que este indicador/meta ha sido alcanzado en la medida que 86 beneficiarios culminaron todo el proceso de capacitación. Para el Componente 2, se definió un solo indicador/meta: 25 planes de negocios de jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto, indicador/meta que ha sido alcanzado en la medida que 11 están en proceso de implementación y otros 19 ya están operando, haciendo un total de 30 planes de negocios de

---

<sup>1</sup> PRACTICAL ACTION. Supervisor Externo. Jorge Cuéllar, Gestor, Informe de Cierre del Proyecto C-13-37, Resultados alcanzados al finalizar el proyecto.

MTPE - Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra - Proyecto C-13-37 Jóvenes emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna JENE-Tacna, 2013.

jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto. Para el Componente 3, el indicador/meta establecido fue: 16 jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial local al culminar el proyecto, lo que igualmente se logró en un 137,5%.

#### *Sobre la caracterización de los beneficiarios*

Los resultados del EEF muestran que, al inicio de la implementación del proyecto, el 27,8% de los beneficiarios era dueño o socio de un negocio, empresa o taller, la diferencia, el 72,2% no lo tenía. Que, según la condición de actividad, a febrero de 2016, el 55,7% trabajaba. Así mismo, que el 44,3% realizaba algún trabajo.

De los beneficiarios con ocupación dependiente, el 69% contaba con seguro de salud y sólo el 17,2% con pensión vía la ONP o AFP (6,9% y 10,3% respectivamente). Solo el 3,4% contaba con contrato indefinido o permanente, el 17,2% con contrato a plazo fijo, el 34,5% trabajaba en la modalidad de locación de servicios y el 41,4% lo hacía sin contrato.

Así mismo, el 20,7% trabajaba solo, mientras que el 44,8% lo hacía en empresas de menos de 10 personas, otro 20,7% lo hizo en empresas de entre 11 y 20 personas. Los porcentajes van disminuyendo según aumenta el número de trabajadores por empresa. Así, solo el 6,9% trabajó en empresas de entre 21 y 50 trabajadores, mientras que el 3,4% lo hizo en empresas de 51 a 100 trabajadores. Otro 3,4% trabajó en empresas de entre 101 y 500 trabajadores. Ningún beneficiario ha trabajado en alguna empresa de más de 500 trabajadores.

Según el ELB, de la población beneficiaria con negocio, el 39,0% del total, el 100%, todos, se dedicaban a diferentes actividades relacionadas al comercio. Con la intervención y por los resultados del EEF, se evidencia que se produjeron varios cambios, así, el 20% desarrollaba actividades relacionadas a la industria, el 13,3% al comercio, el 20% a actividades relacionadas con restaurantes y hoteles, el 13,3% al transporte y comunicaciones, el 26,7% a la prestación de servicios a empresas y el 6,7% a la prestación de servicios sociales, comunales y de recreación.

Como se ha indicado, solo el 27,8% de los beneficiarios era dueño o socio de un negocio, empresa o taller. De este universo, el 57,1% declara que es dueño único, mientras que el 42,9% dice tener socios que son familiares. Ninguno afirma que tiene socios que no sean familiares. Así mismo, el 100,0%, todos, están formalizados, pues, el 14,3% tiene su negocio con su propio RUC, el 78,6% tiene RUS y el 7,1% trabaja bajo el REIR.

Entre las diversas razones para formar sus negocios, predomina el argumento de que quieren ser independientes, con un 71,4% de referencias; le sigue el argumento porque controlan su tiempo, con un 42,9%; luego, porque no encontró trabajo asalariado, con un 28,6%; le sigue la razón de que obtiene mayores ingresos, con un 21,4% de referencias. El 14,3% dice que lo hace por tradición familiar.

En relación a la ubicación de sus negocios, la mayoría, el 60,0% tenía su taller o local comercial dentro de la vivienda; el 26,7% lo tenía en un establecimiento diferente a la vivienda, otro 6,7% afirma que lo tenía en la vía pública y, con el mismo porcentaje, 6,7%, que lo tenía en el domicilio de los clientes.

Del mismo modo, solo el 6,7% de los beneficiarios con negocio antes del inicio del proyecto, declara que es el mismo. El 60,0% de los negocios de los beneficiarios que los poseen tiene una antigüedad mayor a 6 meses, otro 26,8% dice que los tienen de entre 7 y 13 meses, un 6,7% afirma que lo tienen entre 13 y 24 meses, finalmente, un 6,7% informa que lo tienen desde más de los 24 meses.

Según los resultados del EEF, el 100,0% de los beneficiarios con negocio contaba con RUC, lo que significó un incremento de 50,0% con relación a los resultados del ELB. A su vez, un 13,3% cuenta con minuta de constitución, que es el mismo 13,3% de incremento con relación al ELB. Un 86,7% afirma que tiene licencia de funcionamiento, un 86,7% con relación al ELB.

En lo referido al registro de las actividades, se tiene que el 40,0% lleva un registro de compras y proveedores y el 66,7% reconoce que es de utilidad, pues les permite saber el monto de los gastos que le genera el negocio. A la par, con relación al registro de ventas, el 93,3% afirma que lleva los respectivos registros, indicando que lo hace para saber cuánto dinero ingresa al negocio.

Sobre la gestión general del negocio, tenemos que, el 53,3% lo hace solo. Otro 40,0% lo hace con sus socios y, un 6,7% lo hace él y sus trabajadores. El 60,0% controla los gastos de la empresa de manera personal, mientras que el 40,0% lo hace con sus socios. Sobre quién negocia con los proveedores, el 60,0% lo hace solo y el 40,0% lo hace el beneficiario y sus socios. Con relación a la determinación de los precios de venta de sus productos/servicios, el 60,0% lo hace él solo y el 40,0% lo hace él y sus socios. Sobre quién determina la ganancia de su producto/servicio, el 60,0% lo hace él solo y el 40,0% lo hace él y sus socios.

El 100,0% de los beneficiarios con negocio determinan el precio de sus productos de diferentes maneras: 46,7% aplicando lo aprendido en las capacitaciones brindadas por el proyecto, el 33,3% agregando un porcentaje de ganancia al costo del producto, mientras que el 20,0% averiguando el precio en otros negocios cercanos.

El promedio de las ventas anuales de los negocios de los beneficiarios llegó a la cifra de S/ 29888,60, mientras que el promedio de ventas mensuales fue de S/ 2490,70. Así mismo, las ganancias, que suman en total S/ 1 3491,90 muestran un incremento con relación a las cifras del ELB.

La principal fuente de financiamiento de los negocios son los recursos propios, 86,7%, la diferencia gestiona préstamos de familiares y amigos, así como de sus proveedores. Un reducido porcentaje recurre a préstamos de bancos y/o cajas municipales y rurales.

Los principales clientes son los consumidores individuales, 93,3%, siendo los ambulantes, con un 20,0% el segundo grupo en importancia de clientes. Así mismo, el 13,3% de clientes fueron familiares/amigos/vecinos. La misma cifra, 6,7%, constituyen clientes diferentes, como empresas de menos de 10 trabajadores, empresas de más de 10 trabajadores y el Estado. El EEF indica que los negocios de los beneficiarios no tienen clientes mayoristas.

El 53,3% tenían sus negocios en la ubicación actual porque vivían allí o muy cerca; el 40,0% porque era una zona céntrica y comercial, para el 13,3% porque los proveedores están cerca y el 40,0% porque los clientes están cerca. Sólo el 6,7% de negocios tenían competencia directa

de otros dedicados al mismo giro. Solo 2,9 operan en lugares en donde hay competencia directa.

Así mismo, un 20,0% pertenecía a alguna organización, asociación o gremio. A esos, los beneficios de la pertenencia les permiten acceder a información sobre nuevos proveedores, 33,3%, a mejorar la calidad del producto que ponen al mercado, otro 33,3% y a pertenecer a una red de contactos, otro 33,3%.

El 86,1% del total de beneficiarios culminó la capacitación. Sobre los niveles de satisfacción de la capacitación e información recibida tenemos que, el 72,1% está completamente de acuerdo; el 23,5% parcialmente de acuerdo; el 4,4% en desacuerdo; nadie, 0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

En cuanto a la elaboración e implementación de los planes de negocio, el 62,0% de participantes elaboraron y culminaron sus planes de negocios durante la ejecución del proyecto; de los que, el 100,0% fue para crear un negocio. El 57% de los que acabaron el curso de capacitación se presentaron al concurso de planes de negocio, de los que, el 48,9% obtuvo su capital semilla que lo invirtieron totalmente, 100,0%, en la implementación de sus planes de negocio.

Del total de beneficiarios, el 11,4% ya estaba implementando su plan de negocio, mientras que el 19,0% ya se encontraba en operación, haciendo un total de 30,4% de beneficiarios que se han visto favorecidos con una situación nueva. Mientras tanto, el 69,6% no llegó a implementar sus negocios. De estos, el 83,6% señaló que no pudo hacerlo debido a la falta de recursos económicos para hacerlo, el 7,3 afirmó que requiere más capacitación y otro 7,3% que no le interesa implementarlo.

#### *Sobre la pertinencia*

La IE encargada de la ejecución del proyecto, al momento de la formulación de la intervención, ha tenido una adecuada lectura del contexto socio económico, laboral y de emprendimiento en el que se ejecutó. Así, la determinación de problemas y necesidades de los beneficiarios fue adecuada, de manera que el diseño de la estrategia de intervención ha incorporado, coherentemente, objetivos, componentes, actividades y productos acompañados de supuestos y riesgos que, en la práctica, se demostraron como válidos. Finalmente, ha propuesto el desarrollo de emprendimientos relacionados con las actividades económicas que juegan un rol dinamizador de la economía regional y zonal.

#### *Sobre la eficiencia*

La estrategia de selección de los beneficiarios fue adecuada, habiéndose cumplido con los pasos estipulados en la planificación, como son: coordinación y compromisos con las instituciones aliadas locales, difusión de las bondades de la iniciativa, registro de los interesados y, finalmente, identificación y selección de 100 jóvenes que participaron en el proceso de capacitación.

Los beneficiarios que culminaron el proceso de capacitación están satisfechos con el proceso seguido, pues consideran que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron



suficientes para implementar y/o fortalecer su negocio. De la misma forma, los beneficiarios de los 25 negocios que fueron favorecidos con el capital semilla, muestran mayores niveles de satisfacción.

#### *Sobre la efectividad*

A la terminación del proyecto, el logro del indicador del primer componente ha sido del 86,0%, ligeramente por debajo del logro estipulado en los indicadores del proyecto, que fue del 90,0%. El logro del indicador del segundo componente es del 100,0%, pues 25 negocios de jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto. El logro del indicador del tercer componente es de 110,0%, ya que 22 jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial local al culminar el proyecto. Así mismo, todos los servicios planificados han sido implementados, de manera que la opinión de los beneficiarios es muy positiva.

#### *Sobre la sostenibilidad*

La firma de actas de compromiso entre la IE y las municipalidades aliadas son garantía de continuidad en la medida que, éstas, se comprometen a realizar una serie de actividades que están en continuidad a los resultados logrados por el proyecto y a promover iniciativas propias de emprendimiento juvenil.

La IE, a través de la ejecución del proyecto, ha dejado sentadas las bases de la sostenibilidad de los negocios de los jóvenes participantes y que lograron el incentivo del capital semilla. Todos ellos cuentan con sus respectivos RUC, licencia municipal de funcionamiento y el uso cotidiano de comprobantes de pago. El conjunto de negocios están en funcionamiento y articulados al mercado. En síntesis, tienen sostenibilidad.

## **2. EL PROYECTO**

### 2.1 Información general del proyecto

**CUADRO 2.1 REGIÓN TACNA: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**

Nombre del proyecto	Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna "JENE - Tacna"
Código del proyecto	C-13-37
Institución ejecutora	Programa Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes a la Obra"
Fecha de fundación	20 de Agosto de 2011
Monto Solicitado a Fondo Empleo	S/ 474 322,34
Contrapartida	S/. 128 608, 67
Total proyecto	S/ 602 931,01
Cuenta con la Capacidad Administrativa	SI
Monto de la Carta Fianza /Modalidad Donación	S/. 41.663,45

**CUADRO 2.1 REGIÓN TACNA: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**

Instituciones colaboradoras o asociadas	Universidad Nacional del Altiplano, UNA Puno. Gobiernos Locales: Tacna y Alto de la Alianza Provincia de Tacna Departamento de Tacna.
Objetivos del Proyecto	Desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de jóvenes de 18 a 29 años de edad en situación de pobreza de los distritos de Tacna, Alto de la Alianza, Ciudad Nueva, Pocollay, Gregorio Albarracín y Palca de la provincia de Tacna, región Tacna, para generar emprendimientos sostenibles.
Población Beneficiaria	100 jóvenes
Ámbito de ejecución del Proyecto	Región: Tacna
	Provincia: Tacna
	Distritos: Tacna, Alto de la Alianza, Ciudad Nueva, Pocollay, Gregorio Albarracín y Palca.
Duración del proyecto	18 meses
Presupuesto del Proyecto:	S/. 628.570,06
FONDOEMPLEO	S/. 499.961,39
Programa Jóvenes a la Obra	S/. 128.608,67

Fuente: MTPE - Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra - Proyecto C-13-37 Jóvenes emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna JENE-Tacna, 2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

## 2.2 Periodo de vida del proyecto

Según la ficha técnica del proyecto proporcionado por FE, la fecha de inicio del mismo se estableció para el 20 de enero del 2014 y la fecha de culminación para el 20 de julio del 2015; sin embargo, el jefe del proyecto, informó que el inicio del mismo fue el 7 de julio del 2014, siendo la fecha de culminación el 31 de diciembre del 2015. Estas fechas fueron aprobadas por FE, lo que no tuvo mayor significación con relación al cumplimiento de metas previstas.

## 2.3 La focalización

El Jefe del proyecto explicó que la estrategia desarrollada al respecto fue la siguiente:

### 2.3.1 Promoción y difusión del proyecto; medios de difusión utilizados; convocatoria y preinscripción de candidatos.

En primer lugar, la IE tuvo un trabajo de acercamiento con la Municipalidad Provincial de Tacna y Municipalidades Distritales de Alto de la Alianza, Gregorio Albarracín, Ciudad Nueva, Pocollay, Palca y Calana, todas ellas de la provincia de Tacna. Contactó los alcaldes y/o gerentes y sub gerentes de Desarrollo Económico y Social a quienes se les presentó los objetivos, metas, alcances y beneficios del proyecto.

Como resultados de estos acercamientos y presentaciones, en general, las municipalidades decidieron apoyar en la promoción y difusión del proyecto en sus respectivos ámbitos, convocando a jóvenes para que participen en el mismo, ayudaron proporcionando los locales para la realización de eventos promocionales y preinscripción de jóvenes, en la

focalización de jóvenes y en los contactos y coordinaciones con organizaciones de base de la provincia. Todos estos compromisos asumidos fueron formalizados mediante Actas de Reunión.

En segundo lugar, la IE continuó con su labor de promover y difundir el proyecto y convocar a los jóvenes, desarrollando charlas informativas en las Juntas Vecinales de los Pueblos Jóvenes y barrios de los distritos seleccionados. Igualmente, las charlas se brindaron en los Comedores Populares y en los Comités del Vaso de Leche.

En tercer lugar, y conjuntamente con la Ventanilla Única de Promoción del Empleo de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo de Tacna, la IE implementó Carpas Móviles Itinerantes que se ubicaron en mercados, mercadillos, centros de abasto y ferias populares, es decir, en lugares con significativa concentración de personas del cercado de la ciudad y de los distritos y en las que ambas instituciones difundían sus programas promocionales de capacitación, empleabilidad y emprendedurismo.

Como parte de estas actividades promocionales y de difusión del proyecto y convocatoria, la IE también utilizó volantes, afiches y banners que contenían información con datos básicos sobre el proyecto. La IE también utilizó medios de comunicación radiales, tales Radio Uno, que es la de mayor sintonía de la provincia, y Radio La Exitosa, para promocionar el proyecto y motivar la participación de los jóvenes, brindando entrevistas y difundiendo un spot radial.

En forma paralela a estas actividades, los municipios distritales apoyaron la difusión del proyecto mediante el perifoneo y, tanto la IE como los municipios, preinscribieron a jóvenes candidatos interesados en participar.

### 2.3.2 Proceso de inscripción/focalización de candidatos

Este proceso constó de dos momentos: la preinscripción y la inscripción/focalización propiamente dicha:

#### a) La preinscripción

Con la ayuda de una Ficha de Preinscripción y en forma paralela a las actividades de promoción y difusión del proyecto, se procedió a la preinscripción de los jóvenes candidatos, así como a aquellos que iban directamente a las oficinas de la IE, para que los listados correspondiente fuesen filtrados mediante el Sistema de Focalización de Hogares, SISFHO, con la finalidad de determinar la situación de pobreza y vulnerabilidad de los candidatos, requisito básico para que sean admitidos en el proyecto. Se preinscribieron alrededor de 300 jóvenes.

#### b) La Inscripción/Focalización

Se procedió a inscribir a aquellos jóvenes que calificaron como pobres y en situación de vulnerabilidad, aplicándoles la Ficha de Focalización, es decir, que un joven quedaba calificado como focalizado una vez que llenaba su correspondiente Ficha de Focalización. Se inscribieron/focalizaron a 175 jóvenes.

## 2.4 Fase de selección de beneficiarios

### 2.4.1 Selección de beneficiarios

La selección de los jóvenes fue hecha teniendo en cuenta los criterios básicos establecidos por FE:

- Personas entre los 18 y 29 años de edad, con ideas de negocio.
- Preferentemente en situación de pobreza y de vulnerabilidad.

También se tomó en cuenta algunos criterios complementarios determinados por la IE, como:

- Interés de los jóvenes a participar activamente en el proyecto.
- Procedencia de distritos considerados en el proyecto.
- Disponibilidad de tiempo.
- Contar con alguna idea de negocio e iniciativa en marcha.

El proceso de selección de los jóvenes comprendió una entrevista final a cada joven de los que fueron calificados como candidatos a participar en el proyecto y en la que la IE procedió a aplicar:

- a) La FOC – 01. Ficha de Focalización.
- b) La FOC – 02. Ficha Informativa, para la identificación de los jóvenes y la ubicación de sus domicilios.
- c) La aplicación del Test de Habilidades y Actitudes Emprendedoras, THAE, con la finalidad de determinar:
  - Su interés en el proyecto, para evitar posteriores deserciones.
  - Si tenía o no alguna idea de negocio que le interesase implementar y desarrollar o si tenían algún negocio en marcha.

El THAE fue el filtro para la selección final de candidatos.

Finalmente, la IE procedió a determinar con los jóvenes la disponibilidad real de sus tiempos para su participación en el proyecto.

El resultado concreto de este proceso fue la selección de 100 jóvenes beneficiarios.

### 2.4.2 Dificultades en el proceso de focalización y selección de los beneficiarios

La principal dificultad que los integrantes de la IE tuvieron en el proceso de focalización/selección de los beneficiarios fue la desactualización del SISFHO, lo que retrasó la calificación de pobreza y vulnerabilidad de jóvenes para ser admitidos en el proyecto e, incluso, en algunos casos, impidió su incorporación, al no haber podido calificarlos.

## 2.5 Fase de capacitación en planes de negocio y planes de mejora

Una vez identificados y seleccionados a los jóvenes beneficiarios del proyecto, se procedió a la capacitación en planes de negocio, con una metodología apropiada y adaptada a la realidad de la zona.

### 2.5.1 Taller de coordinación de inicio del proceso de capacitación

Realizado con el objetivo de presentar -al equipo del proyecto y al equipo de la Entidad de Capacitación- las estrategias del proceso de capacitación, los resultados que se pretenden lograr con los jóvenes y los procedimientos de monitoreo y supervisión del Programa Jóvenes a la Obra. Este taller tuvo una duración de dos días y se realizó en la ciudad de Lima, donde participaron otros equipos de proyectos y ECAP con quienes el programa Jóvenes a la Obra implementa otros proyectos similares.

### 2.5.2 Desarrollo de habilidades cognitivas y socioemocionales para el emprendimiento

La capacitación se inició con 100 beneficiarios, habiendo concluido todo el proceso un total de 86 participantes, que equivale al 95.6% del indicador/meta planificado (90 beneficiarios culminan el proceso de capacitación). La tasa de deserción es del 14,0%.

En este módulo se desarrollaron las habilidades cognitivas, socioemocionales y las competencias emprendedoras personales. En esta etapa se contempló desarrollar 8 sesiones de 4 horas pedagógicas cada una.

En cuatro sesiones del módulo se desarrollaron tres talleres CEP (Competencias Emprendedoras Personales) que reforzaron los conocimientos con aspectos motivacionales y vocacionales orientadas al emprendimiento.

En el siguiente cuadro se presenta los temas que se trataron en este módulo<sup>2</sup>:

**TABLA 2.1 REGIÓN TACNA: SESIONES, HORAS Y TEMAS PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES COGNITIVAS Y SOCIOEMOCIONALES PARA EL EMPRENDIMIENTO**

SESIONES	HORAS	TEMA
Sesión 1: El "Yo Emprendedor, el Yo Empresario".	4	Autoevaluación de las habilidades personales. Las características del emprendedor.
Sesión 2: El test del emprendedor.	4	Identificar y reconocer las competencias emprendedoras.
Sesión 3, 4, 5 y 6: Talleres CEP.	16	Desarrollo y fortalecimiento de las habilidades emprendedoras.
Sesión 7 y 8: Reforzamiento de habilidades cognitivas.	8	Razonamiento lógico/matemático. Comunicación/comprensión lectora.
<b>Total de horas</b>	<b>32</b>	

Fuente: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – Propuesta Técnica – Programa de Gestión para el Emprendimiento - Región Tacna. Tacna, Perú, 2013.  
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

### 2.5.3 Identificación de ideas de negocio

Se desarrollaron 6 sesiones, utilizando la metodología GIN de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, entre otras, en las que se desarrolla un proceso lúdico y dinámico para que los

<sup>2</sup> Sujeto a precisiones, en base a una evaluación de los participantes.

jóvenes identifiquen y evalúen las potencialidades de sus ideas de negocios y seleccionen la más factible.

En el siguiente cuadro se presenta los temas que se trataron en este módulo:

**TABLA 2.2 REGIÓN TACNA: SESIONES, HORAS Y TEMAS PARA IDENTIFICACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO**

SESIONES	HORAS	TEMA
Sesión 1: Los jóvenes emprendedores exitosos.	4	¿Quién es un emprendedor? Test. Habilidades Emprendedoras: Logro y planificación.
Sesión 2: Habilidades emprendedoras.	4	Habilidades Emprendedoras: Planificación, poder y plan de mejora.
Sesión 3: Los emprendedores emprenden negocios.	4	Los emprendedores emprenden negocios. Identificando ideas de negocios.
Sesión 4: Generando mis propias ideas de negocio.	4	Generando mis propias ideas de negocios.
Sesión 5: Analizando y seleccionando la mejor idea de negocio.	4	Análisis y seleccionando la mejor idea de negocio.
Sesión 6: Presentando mi idea de negocio.	4	Análisis FODA, aplicado a las ideas de negocios. Preparando el formato de idea de negocio.
<b>Total de horas</b>	<b>24</b>	

Fuente: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – Propuesta Técnica – Programa de Gestión para el Emprendimiento - Región Tacna. Tacna, Perú, 2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 2.5.4 Elaboración de Plan de Negocios.

Los talleres de capacitación tuvieron una duración de 28 sesiones que comprendieron 112 horas, las que tienen un 30,0% de teoría y un 70,0% de práctica. En esta etapa, se invitó a los participantes a que elaboren sus respectivos planes de negocios. El proceso fue asesorado por los consultores y con apoyo de un manual/cuaderno de trabajo.

El desarrollo del módulo contó con especialistas en los rubros en las que se ubican las ideas de negocio, para el apoyo en diseño de los productos y los procesos productivos. Asimismo, se invitó a entidades financieras locales para que presenten opciones de financiamiento así como para que conozcan las iniciativas de negocios de los jóvenes.

En el siguiente cuadro se presenta los temas que se trataron en este módulo:

**TABLA 2.3 REGIÓN TACNA: SESIONES, HORAS Y CONTENIDOS PARA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS**

SESIONES	HORAS	CONTENIDOS MÍNIMOS
Sesión 1: Emprendiendo negocios.	4	Emprendiendo negocios. Idea de Negocio.
Sesión 2 y 3: Identifica tu mercado.	8	Identifica tu Mercado. Conociendo a tus clientes Elaboración de instrumento de recojo de información de clientes.
Sesión 4 y 5: Conociendo a los competidores.	8	Conociendo a los competidores. Elaboración práctica de recojo de información de competidores
Sesión 6 y 7: Plan de mercado y mercadeo.	8	Plan de Mercado y definición del tamaño del mercado. Introducción a las 4 P: Producto, Precio y Plaza.
Sesión 8: Promoción.	4	Promoción. Estimado de ventas.
Sesión 9: Organizando el negocio.	4	Organizando mí negocio personal. Estructura organizativa.

**TABLA 2.3 REGIÓN TACNA: SESIONES, HORAS Y CONTENIDOS PARA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS**

SESIONES	HORAS	CONTENIDOS MÍNIMOS
Sesión 10 y 11: Diseño del proceso de producción.	8	Organización del proceso de producción.
Sesión 12 y 13: Calculando los costos.	8	Diseño del proceso de producción, equipos y herramientas. Materias primas.
Sesión 14: Estimando el capital inicial.	4	Calculo financiero del Plan de Negocio.
Sesión 15 y16: Ejercicios de costos.	8	Calculando los costos fijos, variables y unitario.
Sesión 17 y 18: El plan financiero.	8	Plan financiero. Aplicación en el negocio.
Sesión 19: Punto de equilibrio.	4	Punto de equilibrio. Aplicación en el negocio.
Sesión 20: Formalizando el negocio.	4	Constitución del Negocio. Elaboración del resumen ejecutivo.
Sesión 21: El Plan de implementación del negocio.	4	Plan de Implementación del negocio Organización del Plan de Negocio.
Sesión 22,23, 24 y 25 Revisión de los Planes de Negocio.	16	Revisión de los Planes de Negocio.
Sesión 26, 27 y 28: Presentaciones de los planes de negocio.	12	Presentación de los Planes de negocios ante asesores
<b>Total de Horas de capacitación</b>	<b>112</b>	

Fuente: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – Propuesta Técnica – Programa de Gestión para el Emprendimiento - Región Tacna. Tacna, Perú, 2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

A este módulo se incluyeron 4 sesiones adicionales para que los jóvenes beneficiarios reciban un asesoramiento especial para terminar de completar sus planes de negocio, añadido hecho con la finalidad de presentarlos al Concurso de Planes de Negocio.

### 2.5.5 Concurso de plan de negocio

Una vez que los jóvenes concretaron y validaron sus planes de negocio, tuvieron la posibilidad de participar en el concurso de planes de negocio, a través del cual sus planes fueron evaluados a fin de poder seleccionar a los cinco mejores por cada sección de 20 participantes. Los seleccionados pudieron acceder a capital semilla que contribuyó a dar el impulso inicial a sus negocios.

Mediante estos mecanismos de evaluación también se buscó:

- Incentivar que los participantes consoliden sus planes de negocios para lo que contarán con asesoramiento técnico.
- Promover que instituciones del entorno, como los Gobiernos Locales, centros de formación e instituciones financieras, entre otros, se involucren con las iniciativas emprendedoras de la zona posibilitando ampliar las metas del proyecto.

#### 2.5.5.1 Jurado del Concurso de planes de negocio

La evaluación de los planes de negocios fue realizada por un comité evaluador que estaba conformado por tres personas, teniendo como alternativas de elección:

- Un empresario reconocido en la región o provincia donde se desarrolla el proyecto y/o la capacitación.
- Un representante de una entidad micro financiera.
- Un especialista propuesto por el proyecto o la entidad capacitadora.
- Un representante del gobierno regional o local.
- Otra autoridad local.

### 2.5.5.2 Implementación y criterios del concurso

Los jóvenes interesados en participar del concurso, debieron cumplir con:

- Haber participado y culminado la etapa de capacitación “Jóvenes Emprendedores” brindada por el proyecto.
- Haber participado de la asistencia técnica de consolidación de planes de negocios brindada por el proyecto.
- Llenar la ficha de inscripción entregada por el programa.
- Presentar su Plan de Negocios, según el formato solicitado por el proyecto.

### 2.5.5.3 Ganadores

Se premió a los cinco mejores planes de negocio de cada sección, para ello, todos los jóvenes, de manera individual, presentaron sus planes de negocios y lo sustentaron ante el jurado calificador. La presentación incorporó, necesariamente, no solo su plan, sino, también, un prototipo o muestra de su negocio.

Cantidad de jóvenes beneficiarios participantes y ganadores del concurso Planes de Negocio:

**TABLA 2.4 REGIÓN TACNA: BENEFICIARIOS CONCURSANTES Y GANADORES DEL CONCURSO PLANES DE NEGOCIO**

Nº	FECHA	LUGAR	SECCIÓN	DIRITO	Nº CONCURSANTES	Nº GANADORES
1	Domingo 1 de Febrero de 2015	Instituto Superior Tecnológico Francisco de Padua González Vigil	A	Tacna	10	5
2			B	Tacna	13	5
3			C	Tacna	10	5
4			D	Alto de la Alianza	10	5
5			E	Alto de la Alianza	12	5
<b>TOTAL</b>					<b>55</b>	<b>25</b>

Fuente: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – Propuesta Técnica – Programa de Gestión para el Emprendimiento - Región Tacna. Tacna, Perú, 2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

Para cerrar el concurso y otorgar capital semilla, cada ganador recibió el kit emprendedor, consistente en insumos por un valor de hasta S/ 2 500.00) que fue adquirido por la Universidad Nacional del Altiplano. Cada uno de los 25 ganadores recibió su respectivo kit emprendedor, habiéndose cumplido en un 100% la meta programada.



En el siguiente cuadro se consigna el nombre de los ganadores y el negocio que se fortaleció con el capital semilla:

**TABLA 2.5 REGIÓN TACNA: BENEFICIARIOS GANADORES Y NOMBRE DEL NEGOCIO QUE GESTIONA**

Nº	Nº DNI	PARTICIPANTE	NOMBRE DEL NEGOCIO
1	43395266	Alarcón Chambilla, Lucila	Panadería y Pastelería "Dulcete"
2	76306615	Arapa Pari, Sara Kelly	Centro de Relajación "Relajate Spa"
3	73817750	Catacora Mayta, Luis Alberto	Casa del Almibar
4	47533351	Chambi Mamani, Yesu André	Sanck "Rikisimo"
5	43252971	Condori Mamani, Marleny	Crianza y Producción de Porcinos "El Cerdito Valiente"
6	46924477	Cotrado Quispe, Carlos Edson	Consultoría de Marketing y Publicidad "Terminador"
7	61442441	Espinoza Ticona, Aldredo	Camisas "Elegant"
8	72426647	Espinoza Quispe, Mary Luz	Salón de Belleza Spa Maylin
9	44047326	Ferro Bustamante, Alexander	Chifa Kabul
10	71583846	Lima Condori, Gustavo Adolfo	Restaurante Criollo Comida Arequipeña "El Regocijo"
11	71528012	Lupaca Garcia, José Alfredo	Servetsa Servicios Veterinarios
12	46425606	Mamani Jimenez, Erika Luz	Agroindustrias "El Aceitunón"
13	47315139	Mamani Feliciano, Karin Lizbeth	Tienda de Regalos "Detallez"
14	43099092	Melchor Mamani, Magdalena Isabel	"Fabiana`S" Fast Food
15	70023089	Montes Chuctaya, Angelo Elard	"The World Is Me"
16	60167762	Perez Jarro, Petronila Martina	Locutorio "Sol y Luna"
17	47592524	Phala Cusi, Ruth Noemi	Servicio de Reparaciones de Equipos Informáticos "Ruth Soluciones"
18	74498986	Quiroz Molina, Manuel Guillermo	Servicio de Reparación de Equipos de Línea Blanca E Industriales "Servitek"
19	47236519	Quispe Jarro, Yonatan Enrique	Restobar "Always Happy"
20	45114787	Rosas Quispe, Lisbet Roxana	Confección y Venta de Ropa de Dama "Lira"
21	71908598	Rosas Hernandez, Tomás Miguel	"Advansing Business"
22	72766401	Samillán Fernández, Jackelin Paola	Juguería "A Tu Salud"
23	44268339	Tancara Montoya, Gabriela	Confecciones y Creaciones "Montoya"
24	76380382	Tenemas Cabezas, Rocío Victoria	Boutique "Ketrina`S"
25	70336698	Yapu Soto, Reynaldo	Venta y Confecciones de Muebles Melamine "Reynaldos"

Fuente: Informe Final MTPE - Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra - Proyecto C-13-37 Jóvenes emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna JENE-Tacna, 2013.  
Elaboración: Institución Ejecutora.

## 2.6 Fase de acompañamiento para la implementación de los planes de negocio

### 2.6.1 Jóvenes acompañados y asistidos para la implementación de sus planes de negocio

El programa de acompañamiento o asistencia técnica es dirigido a los jóvenes ganadores del concurso de planes de negocio. Se realizó de manera personalizada, a excepción de los momentos en que se desarrollaron temas comunes a todos los negocios, en cuyo caso, el acompañamiento se realizó en grupos pequeños de, máximo, 5 jóvenes. La duración de la

asistencia técnica fue de 4 meses y, como mínimo, cada joven recibió 32 horas de acompañamiento, con una frecuencia mínima de 2 horas semanales.

Las acciones de asesoramiento tuvieron como objetivos los siguientes:

- Apoyar al joven beneficiario a la implementación de su plan de negocio.
- Asesorarlo para el buen uso del capital semilla.
- Apoyarlo para que se articule al mercado de manera sostenible.

En el siguiente cuadro se presenta los temas que se trataron en este módulo:

**TABLA 2.6 REGIÓN TACNA: SESIONES, HORAS Y TEMAS DEL ACOMPAÑAMIENTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS PLANES DE NEGOCIO**

SESIONES	HORAS	TEMA
Sesión 1:	4	Asistencia técnica en la formalización del negocio.
Sesión 2 y 3:	8	Asistencia técnica en el proceso inversión de capital semilla para implementar el negocio.
Sesión 4:	8	Otros temas que requiera el beneficiario en base al diagnóstico rápido del plan de negocio.
Sesión 5:	4	Alfabetización financiera: El sistema financiero, actores del sistema financiero. Los servicios financieros, el ahorro, el crédito.
Sesión 6:	8	Asesoría en alfabetización digital. Asesoría para insertarse al mercado y participar en ferias locales.

Fuente: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – Propuesta Técnica – Programa de Gestión para el Emprendimiento - Región Tacna. Tacna, Perú, 2013.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

El procedimiento fue el siguiente: el asesor productivo visitó cada uno de los negocios de los beneficiarios a su cargo, levantando la información individual de las condiciones del local del negocio, el aporte propio -en equipos y materiales- y el acondicionamiento del local. En los casos requeridos, el asesor acompañó a los beneficiarios en la realización de los trámites ante la municipalidad y/o SUNAT. El asesor, mediante el acompañamiento sostenido, garantizó que cada beneficiario asistiera al desarrollo del módulo temático de asistencia técnica destinado a la mejora del negocio y a su gestión de calidad.

## 2.7 Fase de articulación al mercado de los negocios de los jóvenes emprendedores

### 2.7.1 Organización y realización de la feria expo

En alianza con las instituciones que comprometieron su participación en la ejecución del proyecto, esto es, la Municipalidad Distrital de Ciudad Nueva Esperanza, la Municipalidad Distrital de Alto de la Alianza y la Municipalidad Distrital de Gregorio Albarracín, se organizó la I FERIA EXPO VENTA, para lo que se firmó un acta de compromiso con cada una de ellas. Todas las instituciones activaron buscando y comprometiendo la participación de los jóvenes beneficiarios. La feria se concretizó el día sábado 14 de noviembre de 2015, bajo el

nombre de "Promoviendo Negocios Exitosos". El objetivo de la feria fue articular a los jóvenes beneficiarios al mercado laboral.

Al finalizar el evento, se constató que los jóvenes hicieron ventas y contaron con un directorio de clientes potenciales proporcionados por el asesor en feria. Hay que indicar que se esperaba que el evento contara con la participación de, al menos, 20 jóvenes beneficiarios, meta superada al añadirse otros 2, totalizando 22 beneficiarios que participaron activamente. Esto significa un logro del 110% con respecto a la meta establecida en la programación del proyecto.

### 2.7.2 Asesoría especializada a los jóvenes que participan en la feria

Para una efectiva participación en estos espacios comerciales se brindó a los jóvenes participantes un acompañamiento y asesoría especializados para orientarlos en su participación en estos espacios. Así mismo, se les proporcionó estrategias para tomar contacto con potenciales clientes, entre otros aspectos de la articulación comercial. El objetivo de estas asesorías, fue entregar a los jóvenes herramientas útiles y prácticas que les permita enfrentarse al mercado.

Se realizaron 5 asesorías especializadas, presenciales y grupales, en las que se trabajaron temas como: diagnóstico situacional, temática para una exitosa participación en la feria, compromisos de los beneficiarios participantes y el asesor. A la par, se realizaron asesoramientos mediante tecnologías de información y comunicaciones, utilizando el correo electrónico para intercambios y visitas a sitios web. Se debe de indicar que nueve de los beneficiarios participantes recibieron un asesoramiento personalizado, en sus respectivos domicilios y/o negocios, para coordinar acciones previas a la realización de la feria. En la misma línea de acción, se realizó un taller de aprendizaje con el objetivo de intercambiar experiencias sobre las propuestas existentes para mejorar la inserción en el mercado.

### 2.7.3 Desarrollo de un sitio web para emprendedores

El sitio web se desarrolló con el fin de promocionar el proyecto y los negocios implementados por los jóvenes beneficiarios, así como las actividades relacionadas al tema por parte de las instituciones involucradas. La meta ha sido lograda al 100%.

## 2.8 Costo del proyecto

De un lado, los recursos programados y destinados al proyecto hicieron posible que el 92,0% de las actividades se llevaran a efecto y que estos recursos se convirtieran económica, social y empresarialmente en resultados positivos si los referimos al logro de los indicadores/meta previstos en el proyecto.

De otro lado, la IE ejecutó el 98,72% del presupuesto programado. La diferencia con lo programado se debe a que la IE generó ahorros en la ejecución de las diversas actividades.

**TABLA 2.7 REGIÓN TACNA: NIVEL DE EJECUCIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO Y PARTICIPACIÓN SEGÚN FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

<b>Aportantes</b>	<b>Presupuesto Aprobado S/.</b>	<b>Presupuesto Programado S/.</b>	<b>Presupuesto Ejecutado S/.</b>	<b>% de Presupuesto Ejecutado / Presupuesto Programado</b>
FONDOEMPLEO	499 961,39	420 220,43	405 475,87	96,49
Institución Ejecutora Programa Jóvenes Productivos	128 608,67	128 608,67	136 343,01	106,01
<b>Total</b>	<b>628 570,06</b>	<b>548 829,10</b>	<b>541 818,88</b>	<b>98,72</b>

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

## 2.9 Vinculación del proyecto con otras instituciones, organizaciones y otras intervenciones en la zona.

Para el cumplimiento de esta vinculación, se realizaron diversas reuniones de trabajo con tres instituciones públicas: Municipalidad Distrital de Alto de la Alianza, Municipalidad Distrital de Gregorio Albarracín y Municipalidad Distrital de Ciudad Nueva. Con las tres, ya se indicó antes, se firmaron actas de compromiso en donde se especificaban las responsabilidades de las partes. Todas ellas participaron activamente tanto en la difusión, focalización, convocatoria, inscripción y selección de potenciales beneficiarios del proyecto.

Estas vinculaciones, que en esta fase fueron de hecho, también posibilitaron los contactos y coordinaciones con organizaciones de base de la provincia tales como las Juntas Vecinales, Comedores Populares, entre otras organizaciones de base.

En la capacitación en gestión de emprendimientos, con la UNA Puno, a cargo del desarrollo de la capacitación en habilidades cognitivas y socioemocionales para el emprendimiento, en la identificación de ideas de negocio, en la elaboración de planes de negocio y en el concurso de planes de negocio.

Personal de la UNA Puno, participó en el acompañamiento y asistencia técnica para la implementación de los planes de negocio de los beneficiarios ganadores.

## 3. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO

### 3.1 Objetivos

#### 3.1.1 Objetivo General

Identificar el nivel de logro de los objetivos del proyecto, mediante el análisis de los indicadores de propósito y componentes.

#### 3.1.2 Objetivos Específicos

##### 3.1.2.1 Identificar el nivel de logro de los objetivos del proyecto, mediante el análisis de los resultados esperados versus los obtenidos.

- 3.1.2.2 Señalar la pertinencia e innovación de la estrategia del proyecto para el logro de sus metas y objetivos.
- 3.1.2.3 Analizar y establecer la eficiencia y efectividad del proyecto.
- 3.1.2.4 Determinar el efecto del proyecto en los diferentes actores (beneficiarios, ejecutores del proyecto, entre otros).
- 3.1.2.5 Analizar la sostenibilidad de la intervención realizada.
- 3.1.2.6 Explicar las lecciones aprendidas, así como los factores facilitadores y limitantes que enfrentó el proyecto en su ejecución.

## 3.2 Metodología del estudio

### 3.2.1 Encuesta a beneficiarios

#### 3.2.1.1 Diseño muestral aplicado

Para la fase de capacitación, la IE seleccionó a 100 beneficiarios según lo previsto y planificado, por lo que la muestra resultante fue de 79 beneficiarios los mismos que fueron encuestados y debieran ser encuestados nuevamente en función del EEF.

**TABLA 3.1 REGIÓN TACNA: MUESTRA Y ENCUESTAS REALIZADAS EN EEF**

Proyecto	Muestra determinada	Encuestas realizadas en ELB	Encuestas realizadas en EEF	Tasa de respuesta
C-13-37	79	79	79	100%

Fuente: EL TALLER - ELB Proyecto C-13-37, 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 3.2.1.2 Sobre el trabajo de campo

##### *Actividades preparatorias: capacitación a encuestadores*

Se ha trabajado con 5 encuestadores que destacaron por su eficiencia, eficacia y calidad en el trabajo desarrollado para el ELB.

La metodología de capacitación a los encuestadores para el uso y aplicación de la ESEL a utilizarse en el EEF, comprendió un taller activo y participativo. En el taller se trabajó, como complemento, el Manual del Encuestador y el Diccionario de Variables, previamente distribuidos entre los participantes como materiales de capacitación. Así mismo, se aplicó la ESEE entre los mismos participantes a fin de que se familiaricen y la dominen, midiendo los tiempos de aplicación, observando la coherencia existente dentro del instrumento y atendiendo los saltos en la misma.

El evento terminó con un mapeo y distribución de carga para cada encuestador a cargo del supervisor de campo, quien, fue el responsable de revisar la consistencia interna de cada encuesta y verificar, aleatoriamente, la consistencia de la información obtenida en el trabajo de campo.

### *Trabajo de campo.*

El personal responsable del trabajo de campo estuvo formado por un profesional temático, un supervisor de campo y los encuestadores. No está demás señalar las dificultades e inconvenientes para ubicar a los beneficiarios, como cambio de domicilio, cambio del número de celular, entre otras.

### 3.2.2 Focus group y entrevistas a profundidad

Para la realización del EEF se han aplicado los siguientes instrumentos:

**TABLA 3.2 REGIÓN TACNA: INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS APLICADOS EN EL EEF**

<b>Instrumentos</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Temas abordados</b>
Encuesta Socio Económica y de Emprendimiento – Línea 3 – Evaluación Final – 13° Concurso.	Determinar la situación social, laboral y económica del beneficiario antes y después de la intervención del proyecto.	Datos generales del beneficiario, capacitación para el trabajo, condición de actividad, ocupación dependiente, sobre el negocio, acerca de la participación del beneficiario en el proyecto financiado por FONDOEMPLEO y sobre la aplicación de la ficha.
Anexo 4-A / Metodología para evaluar a la IE.	Determinar la pertinencia la eficiencia, la efectividad y la sostenibilidad del proyecto.	Relevancia, eficiencia, efectividad y sostenibilidad del proyecto.
Anexo 4-B Entrevista al MTPE de la región donde interviene el proyecto.	Conocer la problemática del empleo en la región, la promoción del emprendimiento juvenil en la zona de intervención, el tipo de articulación realizada por el proyecto con el MTPE y la opinión del sector sobre la intervención realizada.	Problemática laboral de los jóvenes en la región; componentes indispensables de un proyecto que promueve el emprendimiento juvenil; riesgos que afronta este tipo de proyectos; promoción del emprendimiento juvenil en la región; conocimiento del proyecto; instituciones y actores y cómo deberían involucrarse en proyectos similares.
Guion de Desarrollo del Grupo Focal.	Conocer la opinión, percepción y experiencia de los jóvenes beneficiarios acerca del proyecto y sobre cómo éste ha contribuido en su capacitación, formación y asistencia técnica para el desarrollo e implementación de sus planes de negocio.	Datos generales sobre los participantes y organización de la reunión; acerca de la capacitación en ideas de negocios y planes de negocio; acerca de la asistencia técnica; cuestiones generales referidas a beneficios otorgados por el proyecto, su opinión sobre las instituciones que apoyaron el proceso, qué es lo que más y lo que menos les ha gustado; enseñanzas que les ha dejado el proyecto y sus recomendaciones.

Fuente: FONDOEMPLEO - Términos de Referencia Elaboración de Estudios de Línea de Base y Evaluación Final de Proyectos de Promoción y Fortalecimiento de Emprendimientos Juveniles del 13° Concurso de FONDOEMPLEO, Lima 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

### 3.2.3 Revisión documentaria

Se ha procedido con la revisión, análisis y contrastación de la siguiente información documentaria proporcionada tanto por FE como por la IE:

- ELB del proyecto C-13-37 elaborado por El Taller, Asociación de Promoción y Desarrollo.
- Documento del proyecto C-13-37 “Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la

Región Tacna – JENE TACNA”, Tacna, 2013.

- Plan Operativo Primer Año del proyecto y aprobado por FE.
- Propuesta Técnica Aprobada por la sede central de la IE, que forma parte del Convenio Específico de Cooperación entre la Unidad Ejecutora, Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra”.
- Informes técnicos y financieros de avance mensual.
- Informes de Supervisión Externa del Segundo y Tercer Entregables, elaborados por Informe de cierre del proyecto.
- Manual de Habilidades Cognitivas y Socioemocionales, editado por el MTPE - Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra” (hoy, Impulsa Perú) (2014).
- Manual Jóvenes Emprendedores Generan Ideas de Negocio, del FIODM (Fondo para el logro de los ODM).
- Manual Jóvenes Emprendedores Inician su Negocio, del FIODM (Fondo para el logro de los ODM).
- Actas de Compromiso firmados entre la IE y las municipalidades distritales de Ciudad Nueva, Alto de la Alianza y Gregorio Albarracín.
- Revisión detallada de los instrumentos, cuadros comparativos y base de datos antes de su aplicación en el trabajo de campo.

### 3.3 Periodo de referencia del estudio

El período de referencia de la información cuantitativa y cualitativa recogida a través de la ESEE y otros instrumentos para el presente EEF es del 05 de enero al 17 de febrero de 2016.

## 4. RESULTADOS

### 4.1 Caracterización de la población beneficiaria

#### 4.1.1 Población beneficiaria según estudios de corta duración sobre capacitación para el trabajo

Desde que empezó el proyecto y del total de participantes, el 21,5% siguió un curso de corta duración sobre capacitación para el trabajo.

**CUADRO 4.1 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA SEGÚN INDICADORES DE ESTUDIOS DE CORTA DURACIÓN SOBRE CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO, A FEBRERO DE 2016.**  
(Porcentaje)

Indicador	Resultado
<b>Beneficiarios con estudios de corta duración</b>	
Sí	21,5
No	78,5
Total	100,0

Beneficiarios	100
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.	
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.	

#### 4.1.2 Población beneficiaria según indicadores de condición de actividad

Con relación a la condición de actividad de los beneficiarios después de culminado el proyecto, los resultados de la encuesta muestran que el 27,8% era dueño de un negocio, taller o empresa y que del 72,2% no era dueño. Así mismo, que, del universo que no era dueño de un negocio, taller o empresa, ninguno tenía trabajo en un negocio, taller o empresa familiar, mientras que un 38,6% realizaba algún trabajo o cachuelo.

De entre los que no realizaban algún trabajo o cachuelo, ninguno tenía algún trabajo al que seguramente iba a volver, es decir, todos se encontraban en condición de económicamente inactivos.

De los beneficiarios que se encontraban en condición de económicamente inactivos, el 54,3% indicó que el impedimento para trabajar eran los estudios que se encontraban realizando, otro 14,7% dice que las labores que realiza en el hogar le impiden trabajar, mientras que el 8,6% atribuye esa condición a la falta de experiencia. El mismo porcentaje, 8,6% se debe a la falta de documentos. Finalmente, el 2,9%, señaló como motivo principal a la falta de trabajo.

De los que se encontraban ocupados trabajando como dependientes, todos, el 100,0% manifiestan que esa es su ocupación principal.

**CUADRO 4.2 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES DE CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, A FEBRERO DE 2016. (Porcentaje)**

Indicador	Resultado
<b>Dueño o socio de un negocio/taller/empresa</b>	
Si	27,8
No	72,2
Total	100,0
Beneficiarios	100
<b>Trabaja en un negocio/taller/empresa familiar</b>	
Si	-
No	100,0
Total	100,0
Beneficiarios	72
<b>Realiza algún trabajo o cachuelo</b>	
Si	38,6
No	61,4
Total	100,0
Beneficiarios	72
<b>Tenía algún trabajo al que seguramente iba a volver</b>	
Si	-
No	100,0
Total	100,0



**CUADRO 4.2 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES DE CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, A FEBRERO DE 2016. (Porcentaje)**

Indicador	Resultado
Beneficiarios	44
<b>Motivos de inactividad</b>	
No hay trabajo	2,9
Se cansó de buscar	-
Por su edad	-
Falta de experiencia	8,6
Sus estudios no lo permiten	54,3
Falta de documentos	8,6
Las tareas del hogar se lo impidieron	14,3
Problema de salud	-
Otro	11,4
Total	100,0
Beneficiarios	44
<b>Trabajo como dependiente</b>	
Si	31,8
No	68,2
Total	100,0
Beneficiarios	28
<b>Ocupación principal</b>	
El trabajo en el negocio	-
El trabajo dependiente	100,0
Total	100,0
Beneficiarios	9

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.  
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.3 Población beneficiaria según condición de actividad actual

Una vez culminado el proyecto, el 55,7% de los beneficiarios realizaba algún trabajo lo que significó una disminución de 1,3% respecto de los resultados del ELB; y, en contraste, el 44,3% no trabajaba, lo que equivalió a un incremento de 1,3% respecto de los resultados obtenidos en el ELB.

**CUADRO 4.3 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN CONDICIÓN DE ACTIVIDAD ACTUAL, A FEBRERO DE 2016. (Porcentaje)**

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
<b>Realiza algún trabajo</b>			
Trabaja	57,0	55,7	-1,3
No trabaja	43,0	44,3	1,3
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	100	100	

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.  
EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.  
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.4 Población beneficiaria con ocupación dependiente, según promedio de horas trabajadas por semana en su ocupación principal

Los beneficiarios con ocupación dependiente trabajaban un promedio de 44,5 horas a la semana, es decir, por debajo de las 48 establecidas como mínimo correspondiente a un empleo formal en la actividad privada.

**CUADRO 4.4 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON OCUPACIÓN DEPENDIENTE, SEGÚN PROMEDIO DE HORAS TRABAJADAS POR SEMANA EN SU OCUPACION PRINCIPAL, A FEBRERO DE 2016.**

Indicadores	Resultado		
	Media	Mediana	Varianza
Horas trabajadas por semana	44,5	48,0	101,4
Beneficiarios	37		

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.  
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.5 Población beneficiaria con ocupación dependiente según indicadores de régimen laboral, pensiones y salud

De la población beneficiaria con ocupación dependiente, 37 en total, el 69,0% contaba con algún seguro de salud: el 20,7% mediante ESSALUD y el 48,3% mediante el SIS. De este total, sólo el 25,0% fue proporcionado por sus empleadores. Así mismo, de esta población beneficiaria, sólo el 17,2% accedió a un seguro de pensiones y lo hizo a través de una AFP, en un 6,9%, mientras que otro 10,3% a través de la ONP. El 82,8% no tiene ningún sistema de pensiones.

En cuanto al tipo de contrato, el 41,4% indicó realizar su trabajo bajo ningún tipo de contrato; el 34,5% mediante locación de servicios no personales; el 17,2% a plazo fijo. Solo el 3,4% manifestó trabajar con contrato indefinido y un 3,4% dijo que estaba realizando sus prácticas pre-profesionales.

El 20,7% manifestó que trabajaba en una empresa en la que el único trabajador era el beneficiario, otro 44,8% dijo que trabajaba en empresas que contaban con menos de 10 trabajadores, el 20,7% lo hacía en empresas que tenían entre 11 y 20 personas, el 6,9% en empresas de entre 21 y 50 trabajadores, otro 3,4% en empresas en las que trabajaban de entre 51 a 100 personas, el mismo porcentaje, 3,4% lo hacían en empresas de 101 a 500 trabajadores. Ninguno testimonió haber trabajado en empresas de más de 500 trabajadores.

**CUADRO 4.5 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON OCUPACIÓN DEPENDIENTE, SEGÚN INDICADORES DE RÉGIMEN LABORAL, PENSIONES Y SALUD, A FEBRERO DE 2016.  
(Porcentaje)**

Indicador	Resultado
¿Tiene seguro de salud?	
Si, ESSALUD	20,7

**CUADRO 4.5 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON OCUPACIÓN DEPENDIENTE, SEGÚN INDICADORES DE RÉGIMEN LABORAL, PENSIONES Y SALUD, A FEBRERO DE 2016.  
(Porcentaje)**

<b>Indicador</b>	<b>Resultado</b>
Sí, SIS	48,3
Sí, Seguro privado	-
No	31,0
Total	100,0
Beneficiarios	37
<b>¿Este seguro de salud ha sido entregado por tu empleador?</b>	
Sí	25,0
No	75,0
Total	100,0
Beneficiarios	25
<b>Acceso a sistema de pensiones</b>	
AFP	6,9
ONP	10,3
Otro	-
Ninguno	82,8
Total	100,0
Beneficiarios	37
<b>Tipo de contrato</b>	
Contrato indefinido, permanente	3,4
Contrato a plazo fijo	17,2
Estuvo en período de prueba	-
Convenio de Formación Laboral Juvenil	-
Prácticas pre profesionales	3,4
Contrato de aprendizaje	-
Locación de servicios, SNP	34,5
Otro 1/	-
No sabe	-
Sin contrato	41,4
Total	100,0
Beneficiarios	37
<b>Cuántas personas trabajan</b>	
Solo yo	20,7
Menos de 10 personas	44,8
De 11 a 20 personas	20,7
De 21 a 50 personas	6,9
De 51 a 100 personas	3,4
De 101 a 500 personas	3,4
Más de 500 personas	-
Total	100,0
Beneficiarios	37

1/ Se refiere a contrato CAS

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.6 Población beneficiaria con negocio, según giro e indicadores de gestión del negocio

Según el cuadro 4.6, los beneficiarios que contaban con algún negocio, que, en total, suman 19, todos, el 100,0%, declara que el giro era el comercio. En cuanto a la propiedad de los mismos, el 57,1% señala que eran los únicos propietarios, mientras que el 42,9% que tenía socios familiares como copropietarios. Entre las diversas razones para formar sus negocios, predomina el argumento de que quieren ser independientes, con un 71,4% de referencias; le sigue el argumento porque controlan su tiempo, con un 42,9%; luego, porque no encontró trabajo asalariado, con un 28,6%; le sigue la razón de que obtiene mayores ingresos, con un 21,4% de referencias. El 14,3% dice que lo hace por tradición familiar.

Sobre el registro de los negocios en Registros Públicos y/o la SUNAT, el 14,3% se declara persona natural con negocio propio y con RUC; un 78,6% como persona natural con negocio propio y con RUS; el 7,1% dice estar registrado en el REIR.

Entre las razones que tuvieron los beneficiarios con negocio para formar sus empresas en los giros elegidos, 19 en total, destaca el argumento de que es un giro rentable, 46,7% de referencias; le sigue el criterio de que es un giro fácil de manejar, con un 40,0% de referencias. Luego, con el 33,3% de referencias, están quienes consideran que es un giro que requiere poca inversión; después, con un 26,7%, quienes afirman que es un giro con demanda actual y/o potencial. Con 20,0% cada una, está el hecho de que el beneficiario y uno de sus socios habían tenido un negocio y el beneficiario y un socio habían trabajado como dependientes en ese giro. Más atrás, con un 13,3%, están las referencias a que en la zona no había muchos competidores y, con un mismo 13,3% a que lo hacen por tradición familiar. Finalmente, con 6,7% de referencias, aparece que lo ha hecho por recomendación del proyecto.

En relación a la ubicación de sus negocios, la mayoría, el 60,0%, tenía su taller o local comercial dentro de la vivienda, el 26,7% lo tenía en un establecimiento diferente a la vivienda, otro 6,7% afirma que lo tenía en la vía pública y, con el mismo porcentaje, 6,7%, que lo tenía en el domicilio de los clientes.

**CUADRO 4.6 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016. (Porcentaje)**

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
<b>Giro del negocio</b>			
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	-	-	-
Pesca	-	-	-
Minería	-	-	-
Industria	-	20,0	20,0
Electricidad, gas y agua	-	-	-
Construcción	-	-	-
Comercio	100,0	13,3	-86,7
Restaurantes y hoteles	-	20,0	20,0
Transportes y comunicaciones	-	13,3	13,3
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles	-	-	-
Servicio prestados a empresas	-	26,7	26,7
Enseñanza	-	-	-

**CUADRO 4.6 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016. (Porcentaje)**

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Servicios sociales, comunales y de recreación	-	6,7	6,7
Hogares	-	-	-
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	
<b>Propiedad del negocio</b>			
Sí, Soy el único dueño		57,1	
Tengo socios familiares		42,9	
Tengo socios que no son familiares		-	
Total		100,0	
Beneficiarios		18	
<b>Razones para formar el negocio</b>			
No encontró trabajo asalariado		28,6	
Obtiene mayores ingresos como trabajador independiente		21,4	
Por tradición familiar		14,3	
Quiere ser independiente		71,4	
Controlo mi tiempo		42,9	
Otro		-	
Total		100,0	
Beneficiarios		18	
<b>El negocio/taller/empresa está registrado</b>			
Persona natural con negocio propio con RUC		14,3	
R.U.S		78,6	
R.E.I.R.		7,1	
E.I.R.L.		-	
Ninguno		-	
Total		100,0	
Beneficiarios		18	
<b>Razones para formar la empresa en ese giro del negocio 1/</b>			
Yo o uno de mis socios habíamos tenido un negocio en ese giro	-	20,0	20,0
Yo o uno de mis socios habíamos trabajado como dependiente en ese giro	-	20,0	20,0
Es un giro que requiere poca inversión	50,0	33,3	-16,7
En la zona no había muchos competidores	-	13,3	13,3
Es un giro con demanda (actual y/o potencial)	50,0	26,7	-23,3
Es un giro fácil de manejar	50,0	40,0	-10,0
Es un giro rentable	50,0	46,7	-3,3
Por tradición familiar	-	13,3	13,3
Por recomendación del proyecto	-	6,7	6,7
Otro	-	-	-
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	
<b>Ubicación del negocio</b>			
Taller o local comercial dentro de la vivienda	50,0	60,0	10,0
Local en un establecimiento diferente a la vivienda	-	26,7	26,7
En la vía pública, sin puesto fijo	50,0	-	-50,0
En la vía pública, puesto fijo	-	6,7	6,7

**CUADRO 4.6 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016. (Porcentaje)**

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
Puesto fijo/improvisado en mercado de abastos	-	-	-
En el domicilio de los clientes	-	6,7	6,7
Otro	-	-	-
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	

Nota: La información sobre "propiedad del negocio", "razones para formar el negocio" y "el negocio / taller / empresa está registrado", corresponde a los beneficiarios que indicaron tener un nuevo negocio después de la capacitación recibida del proyecto.

1/ La información para razones para formar la empresa en ese giro del negocio, es de opción múltiple.

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.7 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto, según negocio actual

Siendo para este caso el universo 19 beneficiarios, El 6,7% de los beneficiarios con negocio creado antes del proyecto, afirma que es el mismo que tiene, una vez finalizado el proyecto. Con el mismo porcentaje, 6,7%, están quienes dicen que el negocio que tienen no es el mismo que tenía antes de la implementación del proyecto. Un 86,7% dice que antes del proyecto no tenía negocio, es decir, lo ha creado en el desarrollo del proyecto.

**CUADRO 4.7 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO CREADO ANTES DEL PROYECTO, SEGÚN NEGOCIO ACTUAL, A FEBRERO DE 2016. (Porcentaje)**

Indicador	Resultado
<b>¿Este negocio es el mismo que tenías antes del proyecto</b>	
Si	6,7
Antes del proyecto no tenía negocio /taller/ empresa	86,7
No	6,7
Total	100,0
Beneficiarios	19

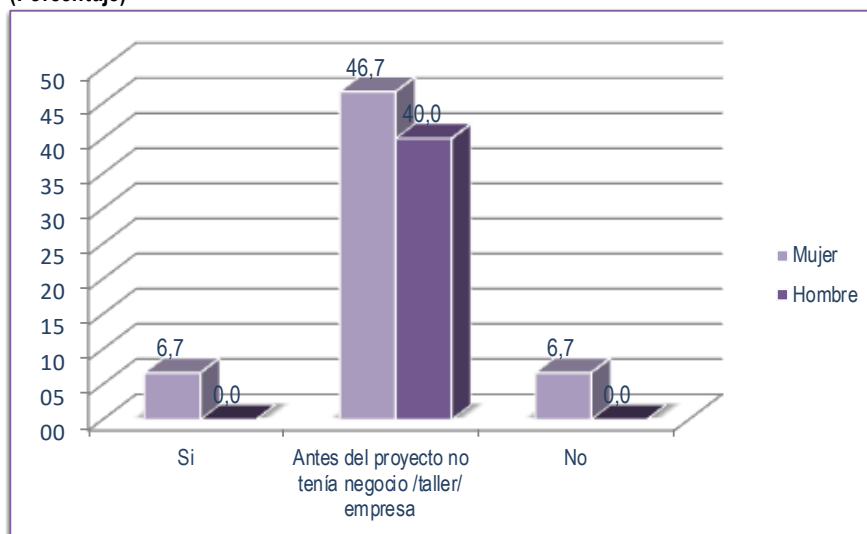
Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.8 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto, según sexo

Antes del inicio del proyecto, el 6,7% de mujeres tenía un negocio creado. Por el contrario, ningún varón, 0,0%, declara haberlo tenido. Así mismo, el 46,7% de mujeres afirma que antes del proyecto no tenía negocio, taller o empresa, mientras que el porcentaje para los varones de 40,0%. Un 6,7% de mujeres declara que lo ha creado en el desarrollo del proyecto, mientras que ningún varón, el 0,0%, no lo hecho en el tiempo de su implementación.

**GRÁFICO 4.1 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO CREADO ANTES DEL PROYECTO, SEGÚN SEXO, A FEBRERO DE 2016.**  
(Porcentaje)

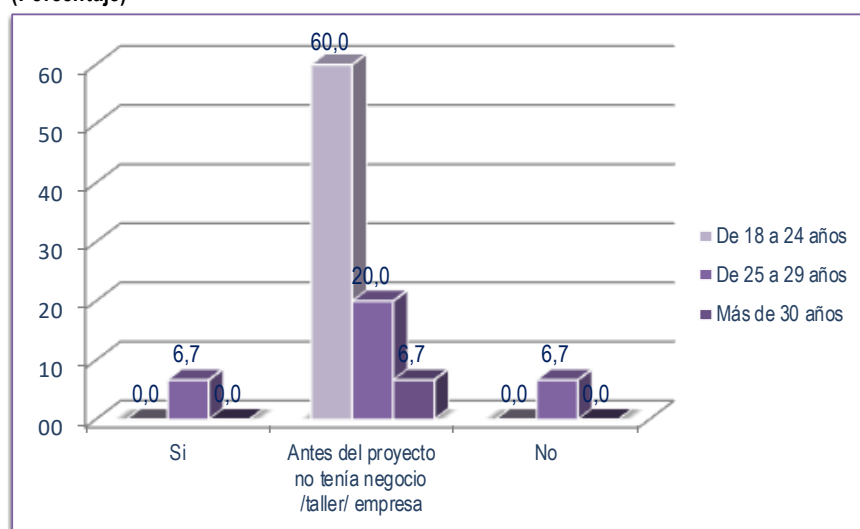


Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.  
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.9 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto, según rangos de edades

La sistematización de las encuestas nos indican que beneficiarios entre 25 a 29 años, sólo el 6,7% tenía un negocio creado antes de la implementación del proyecto. De la misma manera, que el 60,0% de beneficiarios de entre 18 y 24 años, no tenía negocio creado; el 20,0% de beneficiarios de entre 25 a 29 años, tampoco y el 6,7%, de más de 30, no había creado su negocio. Con relación a los beneficiarios que habían cambiado el giro de sus negocios, sólo el 6,7% de entre 25 a 29 años, lo había hecho.

**GRÁFICO 4.2 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO CREADO ANTES DEL PROYECTO, SEGÚN RANGO DE EDADES, A FEBRERO DE 2016.**  
(Porcentaje)



Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.  
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.10 Población beneficiaria con negocio creado antes del proyecto según nivel superior universitario

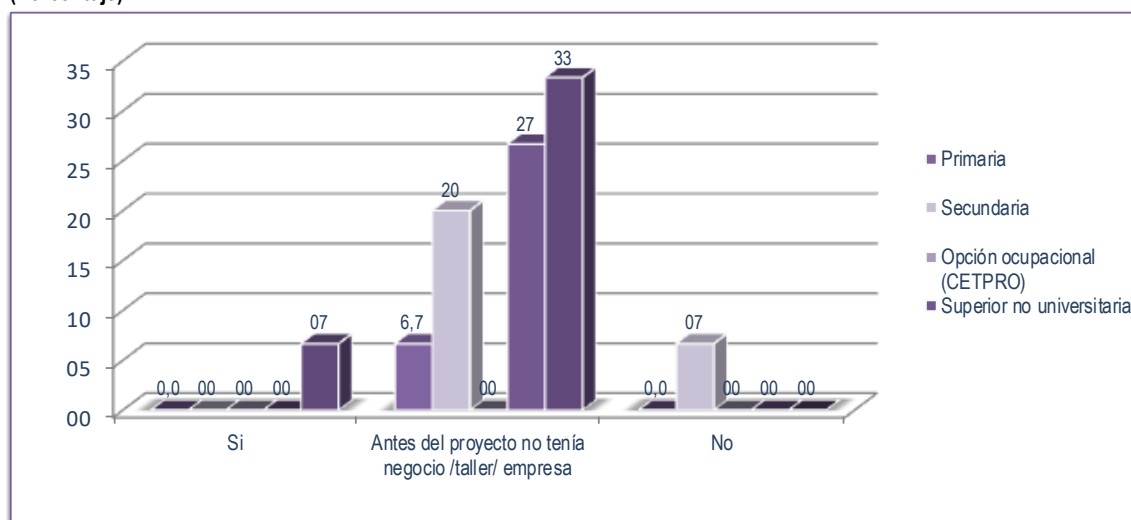
Entre los beneficiarios que habían creado su negocio antes de la implementación del proyecto, un 6,7% afirma que tenía un grado de instrucción de primaria.

Entre los que declaran que no tenían negocio alguno antes del proyecto, un 6,7% dice tener primaria, otro 20,0% que tenía estudios de secundaria, nadie, 0,0% declara tener estudios en opción ocupacional. Un 26,7% afirma que tenía estudios superiores no universitarios, mientras que el 33,3% que tenía estudios superiores universitarios.

Entre lo que declaran que una vez iniciado el proyecto cambiaron de negocio, un 6,7% declara que tiene instrucción secundaria.

**GRÁFICO 4.3 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO CREADO ANTES DEL PROYECTO, SEGÚN NIVEL EDUCATIVO, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)



Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.  
EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.  
Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.11 Población beneficiaria con negocio, según rangos de meses de antigüedad

Según los resultados del EFE, el 60,0% de los negocios de los beneficiarios tiene una antigüedad mayor a 6 meses, otro 26,8% dice que los tienen de entre 7 y 13 meses, un 6,7% afirma que lo tienen entre 13 y 24 meses, finalmente, un 6,7% informa que lo tienen desde más de los 24 meses.

**CUADRO 4.8 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN RANGOS DE MESES DE ANTIGÜEDAD, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Meses de antigüedad del negocio (Promedio)	21,5 (8,4)	9,1 (9,1)	-12,4



**CUADRO 4.8 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN RANGOS DE MESES DE ANTIGÜEDAD, A FEBRERO DE 2016.****(Porcentaje)**

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
<b>Rango de meses de antigüedad del negocio</b>			
Hasta 6 meses	-	60,0	60,0
De 7 a 12 meses	-	26,7	26,7
De 13 a 24 meses	50,0	6,7	-43,3
Mayor de 24 meses	50,0	6,7	-43,3
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

**4.1.12 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de formalización del negocio**

Según los resultados del EEF, el 100,0% de los beneficiarios con negocio contaba con RUC, lo que significó un incremento de 50,0% con relación a los resultados del ELB. A su vez, un 13,3% cuenta con minuta de constitución, que es el mismo 13,3% de incremento con relación al ELB. Un 86,7% afirma que tiene licencia de funcionamiento, un 86,7% con relación al ELB. Otro 13,3% informa que hace su declaración anual ante la SUNAT, que constituye un 13,3% de incremento con relación al ELB. Con relación a si tienen correo electrónico, un 6,7% afirma que sí lo tiene, siendo un 6,7% más que el ELB. A la pregunta si tienen página web, el 20,0% contesta que sí, siendo el 20,0% de incremento con relación al ELB. El 93,3% declara que lleva un registro informal de ventas, lo que es un 43,3% de incremento con relación al ELB. Así mismo, el 40,0% dice que lleva un registro de compras informal, lo que es el 40,0% de incremento con relación al ELB.

**CUADRO 4.9 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE FORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016.****(Porcentaje)**

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
<b>Constitución del negocio</b>			
RUC	50,0	100,0	50,0
Minuta de Constitución	-	13,3	13,3
Inscripción en SUNARP	-	-	-
Libros contables	-	6,7	6,7
Planilla de personal	-	-	-
Licencia de funcionamiento	-	86,7	86,7
Declaración Anual ante SUNAT	-	13,3	13,3
Inscripción en REMYPE	-	-	-
Cuenta bancaria	-	-	-
Cuenta de correo electrónico	-	6,7	6,7
Página web	-	20,0	20,0
Registro de ventas informal	50,0	93,3	43,3

Registro de compras informal	-	40,0	40,0
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.  
 EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.  
 Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.13 Población beneficiaria con negocio, según emisión de facturas o boletas

Sólo el 20,0% de beneficiarios con negocio siempre emite facturas o boletas, el otro 80,0% lo hace solo cuando el cliente lo pide.

**CUADRO 4.10 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN EMISIÓN DE FACTURAS O BOLETAS, A FEBRERO DE 2016. (Porcentaje)**

Indicadores	Resultado
<b>Emisión de facturas o boletas</b>	
Sí, siempre	20,0
Sólo cuando el cliente lo pedía	80,0
Nunca	-
Total	100,0
Beneficiarios	19

Fuente: Ficha Socio Económica y de Emprendimiento, Febrero 2016.  
 Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.14 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de registro de compras y proveedores

De un total de 19 beneficiarios, el 40,0% lleva un registro de compras, el otro 60,0% no lo tiene.

En cuanto a la formalidad y frecuencia del registro de compras, se tiene que el 16,7% declara que tiene un registro formal y siempre hace sus registros. Un 66,7% afirma que tiene un cuaderno de apuntes o similar y que siempre registra las compras que hace. Un 16,7% afirma que lleva un simple cuaderno de apuntes o similares y registra sus compras de vez en cuando.

Con relación a la utilidad del registro de compras, un 66,7% dice que lo hace para saber cuánto gasta en el negocio. Otro 33,3%, declara que lo hace para saber la ganancia que obtiene.

Sobre sus proveedores, el 60,0% de beneficiarios con negocio prefieren a quienes ofrecen un producto de calidad. Un 20,0% a quienes ofrecen descuentos. Un 13,3% a quienes tienen el producto solicitado y, finalmente, un 6,7% a quienes estén ubicados cerca de su negocio.

**CUADRO 4.11 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE REGISTRO DE COMPRAS Y PROVEEDORES, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
<b>¿Tu negocio lleva un registro de las compras a tus proveedores?</b>	
Si	40,0
No	60,0
Total	100,0
Beneficiarios	19
<b>Formalidad y frecuencia del registro de compras</b>	
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	16,7
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	-
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo siempre	66,7
Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando	16,7
Total	100,0
Beneficiarios	8
<b>Utilidad del registro de compras</b>	
Para saber cuánto gasto en el negocio	66,7
Para saber la ganancia de mi negocio	33,3
No lo uso para nada	-
Otro	-
Total	100,0
Beneficiarios	8
<b>¿Qué tomas en cuenta para elegir a tus proveedores?</b>	
Que sean mis amigos	-
Que me ofrezcan un producto de calidad	60,0
Que me ofrezcan descuentos	20,0
Que me ofrezcan cancelar el producto después	-
Que tengan el producto cuando lo solicito	13,3
Que estén ubicados cerca de mi negocio	6,7
Que sean recomendados por un amigo / familiar	-
Otra	-
Total	100,0
Beneficiarios	19

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.15 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de registro de ventas

El 93,3% manifiesta que lleva un registro de ventas, mientras que el 6,7% declara que no lo hace. En relación a la formalidad y la frecuencia de llevar un registro de ventas, el 86,7% dice que lleva un registro informal y que siempre registra sus ventas. Un 6,7% afirma que lleva un registro formal y que siempre registra sus ventas. Finalmente, otro 6,7% declara que lleva un registro informal y que registra sus ventas de vez en cuando.

Sobre la utilidad de registro de ventas, el 66,7% dice que le sirve para saber cuánto dinero ingresa y, el 33,3%, para saber la ganancia que le proporciona el negocio.

**CUADRO 4.12 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE REGISTRO DE VENTAS, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
<b>¿Tu negocio lleva un registro de ventas realizadas en tu negocio?</b>	
Si	93,3
No	6,7
Total	100,0
Beneficiarios	19
<b>Formalidad y frecuencia del registro de ventas</b>	
Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre	6,7
Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando	-
Es un registro informal y lo realizo siempre	86,7
Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando	6,7
Total	100,0
Beneficiarios	19
<b>Utilidad del registro de ventas</b>	
Para saber cuánto ingresa a mi negocio	66,7
Para saber la ganancia de mi negocio	33,3
No lo uso para nada	-
Otro	-
Total	100,0
Beneficiarios	19

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.16 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de gestión del negocio

Sobre quién realiza la producción/venta/servicio, el 53,3% declara que lo hace solo. Otro 40,0% dice que lo hace con sus socios y, un 6,7% que lo hace él y sus trabajadores.

Con relación al control de los gastos de la empresa, el 60,0% indica que lo hace él solo, mientras que el 40,0% dice que lo hace él y sus socios.

Sobre quién negocia con los proveedores, el 60,0% dice que lo hace él solo y el 40,0% que lo hace él y sus socios.

Con relación a la determinación de los precios de venta de sus productos/servicios, el 60,0% dice que lo hace él solo y el 40,0% que lo hace él y sus socios.

Sobre a quién determina la ganancia de su producto/servicio, el 60,0% dice que lo hace él solo y el 40,0% que lo hace él y sus socios.

Con relación a quién consigue los clientes, el 60,0% dice que lo hace él solo y el 40,0% que lo hace él y sus socios.

**CUADRO 4.13 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE GESTIÓN DEL NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016.  
(Porcentaje)**

Indicadores	Resultado							Total
	Solo yo	Yo con mis socios	Solo con mis socios	Trabajadores	Trabajadores y yo	Otras personas	No corresponde/ no se realiza la actividad	
¿Quién realiza la producción/venta/servicio?	53,3	40,0	-	-	6,7	-	-	100,0
¿Quién controla los gastos de la empresa?	60,0	40,0	-	-	-	-	-	100,0
¿Quién decide la compra de equipos?	60,0	40,0	-	-	-	-	-	100,0
¿Quién negocia con los proveedores?	60,0	40,0	-	-	-	-	-	100,0
¿Quién determina el precio de venta de su producto/servicios?	60,0	40,0	-	-	-	-	-	100,0
¿Quién determina la ganancia de su producto/servicio?	60,0	40,0	-	-	-	-	-	100,0
¿Quién consigue los clientes?	60,0	40,0	-	-	-	-	-	100,0

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.17 Población beneficiaria con negocio, según determinación de precios de sus productos y gestión de clientes

Los beneficiarios con negocio, 19 en total, determinan el precio de sus productos de diferentes maneras: 46,7% afirma que aplica lo aprendido e las capacitaciones brindadas por el proyecto, el 33,3% dice que le agrega un porcentaje de ganancia al costo del producto, mientras que el 20,0% informa que averigua el precio en otros negocios cercanos.

El 53,3% de estos beneficiarios hace algo para conseguir nuevos clientes, como repartir volantes, 25,0%; realiza promociones, 37,5%; difunde sus productos por Internet, 37,5%. Hay un 46,7% de beneficiarios con negocio que no realizan ninguna actividad para relacionarse con sus potenciales clientes.

**CUADRO 4.14 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE SUS PRODUCTOS Y GESTIÓN DE CLIENTES, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
<b>Actualmente ¿cómo determina el precio de sus productos?</b>	
Averiguo el precio en otros negocios cercanos	33,3
Agrego un porcentaje de ganancia al costo del producto	20,0
Aplico lo aprendido en las capacitaciones brindadas por el proyecto	46,7
Otro	-
Total	100,0
Beneficiarios	19
<b>¿Haces algo para conseguir nuevos clientes?</b>	
Si	53,3
No	46,7
Total	100,0
Beneficiarios	19
<b>¿Qué haces para conseguir nuevos clientes?</b>	
Reparto volantes	25,0
Realizo promociones	37,5
Difundo mis productos por el internet	37,5
Asisto a ferias	-
Hago visitas puerta a puerta	-
Otra	-
Total	100,0
Beneficiarios	10

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.18 Población beneficiaria con negocio, según promedio de ventas y ganancias anuales y mensuales

Según la EEF, el promedio de las ventas anuales de los negocios de los beneficiarios fue de S/ 29 888,60 que, comparado con el ELB, S/ 31 702,50 denota un decrecimiento de S/ 1 813,90.

De la misma forma, según el EEF, el promedio de ventas mensuales fue de S/ 2 490,70, mientras que según el ELB fue S/ 2 6741,90 mostrando un decrecimiento de S/ 151,20.

Con relación a las ganancias anuales, se tiene que, según el EEF, llegan a S/ 13 491,90, mientras que los datos del ELB son S/ 10 125,00 mostrando un incremento de S/ 3 366,90.

Las ganancias mensuales muestran las siguientes cifras: el EEF son S/ 1 124,40, mientras que las del ELB, son S/ 843,80, evidenciando un incremento de S/ 280,60

**CUADRO 4.15 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PROMEDIO DE VENTAS Y GANANCIAS ANUALES Y MENSUALES, A FEBRERO DE 2016.**

Indicador	ELB	EEF	Variación
	(a)	(b)	(b-a)
<b>Promedio de ventas anuales (S./año)</b>	31702,5 (33552,2)	29888,6 (24302,0)	-1813,9
<b>Promedio de ventas mensuales (S./mes)</b>	2641,9 (2796,0)	2490,7 (2025,2)	-151,2
<b>Promedio de ganancias anuales (S./año)</b>	10125,0 (9224,5)	13491,9 (8664,5)	3366,9
<b>Promedio de ganancias mensuales (S./mes)</b>	843,8 (768,7)	1124,3 (722,0)	280,6

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.19 Población beneficiaria con negocio, según promedio de ventas y ganancias anuales y promedio de trabajadores por negocio

De acuerdo a los resultados obtenidos en la sistematización de la encuesta, el promedio de ventas anuales de los negocios de los beneficiarios fue de S/ 29 888,60, mientras que las ganancias llegaron a S/ 13 491,90, siendo el promedio de trabajadores 1,9 personas.

**CUADRO 4.16 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PROMEDIO DE VENTAS Y GANANCIAS ANUALES Y PROMEDIO DE TRABAJADORES POR NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016.**

Indicadores	Resultado		
	Media	Mediana	Desviación
<b>Venta anual (S./año)</b>	29888,6	19200,0	(24302,0)
<b>Ganancia anual (S./año)</b>	13491,9	11520,0	(8664,5)
<b>Total de Trabajadores</b>	1,9	2,0	(0,9)

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.20 Población beneficiaria con negocio, según promedio de venta anual por trabajador

En los negocios de los beneficiarios por el proyecto, el promedio de venta anual por trabajador es de S/ 22 046,90.

**CUADRO 4.17 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PROMEDIO DE VENTA ANUAL POR TRABAJADOR, A FEBRERO DE 2016.**

Indicadores	Resultado
<b>Venta anual por trabajador (promedio)</b>	22046,9 (10528,2)

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.21 Población beneficiaria con negocio, según estabilidad laboral y parentesco de los trabajadores con los dueños de los negocios

El promedio de trabajadores por negocio fue de 1,9, de los que, según su estabilidad laboral, 1,0% fueron estables o permanentes; 0,9% fueron eventuales; 1,1% fueron familiares remunerados; 0,1% fueron TFNR; 0,6% fueron no familiares y 9,0% beneficiarios.

**CUADRO 6.18 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PROMEDIO DE TRABAJADORES POR NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016.**

Indicadores	Resultado	
<b>Trabajadores por Negocio (Promedio)</b>	1,9	(0,9)
Permanentes	1,0	(1,1)
Eventuales	0,9	(0,9)
Familiares remunerados	1,1	(1,1)
TFNR	0,1	(0,4)
No Familiares	0,6	(0,5)
Beneficiarios	9	

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.22 Población beneficiaria con negocio, según horas al día de atención a los clientes

La atención a los clientes, de lunes a viernes, tiene una media de 41,3 horas. Los días sábados, en promedio, atienden 7,9 horas y, los domingos, 7,4 horas.

**CUADRO 6.19 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN HORAS AL DÍA DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES, A FEBRERO DE 2016.**

Indicadores	Resultado		
	Media	Mediana	Desviación
<b>Horas promedio al día de atención a los clientes</b>			
Lunes a Viernes	41,3	40,0	(13,1)
Sábado	7,9	8,0	(2,9)
Domingo	7,4	7,0	(4,7)

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.23 Población beneficiaria con negocio, según fuentes de financiamiento

Los datos de la EEF indican que la principal fuente de financiamiento de los negocios son los recursos propios, 86,7%, denotando una variación negativa de 13,3% en comparación con los datos de la ELB, que es el 100,0%.

La EEF indica que un 26,7% tiene como fuente de financiamiento a los recursos proporcionados por familiares/amigos, mientras que el ELB indica que el 50,0% recurre a familiares/amigos; esto indica que hay un decrecimiento de 23,3%.



El 6,7% de beneficiarios, según la EEF, recurre a préstamos de proveedores, mostrando un crecimiento del mismo 6,7% en comparación a los datos de la ELB, que es de 0,0%.

No hay beneficiario del proyecto que recurra a préstamo alguno de sus clientes.

El 13,3% de beneficiarios indica que recurre a préstamos de bancos, lo que muestra un incremento del 13,3% con respecto de la ELB, cuyo dato es de 0,0%. Las mismas cifras se reproducen con exactitud en el caso de que los beneficiarios recurren a préstamos de Cajas rurales/municipales.

Ningún beneficiario declara haber recurrido a préstamos de alguna Organización No Gubernamental, ONG.

**CUADRO 4.20 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN FUENTES DE FINANCIAMIENTO, A FEBRERO DE 2016.**  
(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
<b>Fuentes de financiamiento 1/</b>			
Recursos propios	100,0	86,7	-13,3
Recursos de familiares/amigos	50,0	26,7	-23,3
Préstamo de proveedores	-	6,7	6,7
Préstamo de clientes	-	-	-
Préstamo de Bancos	-	13,3	13,3
Préstamo de Cajas Munic./Rurales	-	13,3	13,3
Préstamo de ONG	-	-	-
Otro 2/	-	-	-
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	

1/ La información para fuentes de financiamiento, es de opción múltiple.

2/ Se refiere a capital semilla y venta en consignación.

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.24 Población beneficiaria con negocio, según indicadores de principales clientes, procedencia de los mismos y motivos sobre ubicación del negocio.

Según el EEF, los principales clientes fueron los consumidores individuales, 93,3%, menor en 6,7% que los datos del ELB. De igual manera, los ambulantes constituyen el 20,0% de clientes, mostrando un incremento del mismo 20,0% con respecto del ELB. Así mismo, el 13,3% de clientes fueron familiares/amigos/vecinos, menor en 36,7% que el ELB. La misma cifra, 6,7% constituyen clientes diferentes: empresas de menos de 10 trabajadores, empresas de más de 10 trabajadores y el Estado, en los tres casos hay un incremento, en el mismo 6,7% con relación al ELB. El EEF indica que los negocios de los beneficiarios no tienen clientes mayoristas.

Con relación a la procedencia de los clientes, un 66,7% proviene de distrito en donde están ubicados los negocios, mientras que un 33,3% de la provincia donde está ubicado el negocio.

Sobre los motivos que los beneficiarios del proyecto tuvieron para ubicar sus negocios en sus actuales lugares, tenemos que el 53,3% lo hizo porque vive ahí o está muy cerca de su casa. Comparando estos datos con los del ELB, 50,0%, se constata un incremento en el EEF de 3,3%. Un 40,0% declara que lo hizo porque es una zona muy céntrica y comercial, mientras que en el ELB la cifra es 50,0%, mostrándose un decrecimiento en el EEF de 10,0%. La misma cifra en el EEF, 40,0%, es para quienes decidieron la ubicación de su negocio debido a que los clientes están cerca. La comparación con el ELB, 0,0%, muestra un incremento del 40,0% en el EEF. La razón de que los proveedores están cerca, tiene un 13,3%, menor al 50,0% de la ELB, evidenciando un retroceso de 36,7%. Finalmente, el argumento de que varias empresas del mismo rubro se ubican aquí, tiene un 6,7%, mostrando un incremento del mismo porcentaje, 6,7%, con respecto del ELB. Nadie, 0,0% declara que la ubicación de su negocio se debe a que es más económico el pago de los servicios (alquiler del local, otros).

**CUADRO 4.21 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE PRINCIPALES CLIENTES, PROCEDENCIA DE LOS MISMOS Y MOTIVOS DE UBICACIÓN DEL NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016.  
(Porcentaje)**

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
<b>Principales clientes 1/</b>			
Ambulantes	-	20,0	20,0
Mayoristas	-	-	-
Consumidores individuales	100,0	93,3	-6,7
Empresas de menos de 10 trabajadores	-	6,7	6,7
Empresas de más de 10 trabajadores	-	6,7	6,7
Estado	-	6,7	6,7
Agente/empresa exportadora	-	-	-
Familiares/amigos/vecinos	50,0	13,3	-36,7
Otro	-	-	-
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	
<b>Procedencia de principales clientes 2/</b>			
Distrito donde está ubicado el negocio	-	66,7	66,7
Provincia donde está ubicado el negocio (incluye alternativa anterior)	100,0	33,3	-66,7
Región donde está ubicado el negocio	-	-	-
En otras regiones	50,0	-	-50,0
En el extranjero	-	-	-
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	
<b>Motivos de ubicación 3/</b>			
Vivo aquí/está muy cerca de mi casa	50,0	53,3	3,3
Es una zona muy céntrica y comercial	50,0	40,0	-10,0
Los proveedores están cerca	50,0	13,3	-36,7
Los clientes están cerca	-	40,0	40,0
Varias empresas del mismo rubro se ubican aquí	-	6,7	6,7
Es más económico el pago de servicios (alquiler de local, otros)	-	-	-
Otros	-	-	-

**CUADRO 4.21 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN INDICADORES DE PRINCIPALES CLIENTES, PROCEDENCIA DE LOS MISMOS Y MOTIVOS DE UBICACIÓN DEL NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	

1/ La información para principales clientes, es de opción múltiple.

2/ La información para procedencia de principales clientes, es de opción múltiple.

3/ La información para motivos de ubicación, es de opción múltiple.

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.25 Población beneficiaria con negocio, según empresas dedicadas al mismo giro del negocio

Sólo un 2,9% de beneficiarios tenían sus negocios en las mismas zonas donde había otros negocios del mismo giro.

**CUADRO 6.22 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN EMPRESAS DEDICADAS AL MISMO GIRO DEL NEGOCIO, A FEBRERO DE 2016.**

Indicadores	Resultado
Empresas dedicadas al mismo giro	2,9 (1,4)

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.26 Población beneficiaria con negocio, según pertenencia a alguna organización empresarial

Según los resultados del EEF, el 20,0% de los beneficiarios pertenece a alguna organización o gremio, lo que resultaba mayor en 20,0% que en el ELB, pues en éste se estableció que ningún beneficiario pertenencia a alguna organización o gremio.

Las ventajas que se obtienen de la pertenencia a una organización empresarial o gremio fueron las siguientes: para el 33,3% les permite acceder a información sobre nuevos proveedores, mayor en 33,3% al ELB; otro 33,3% porque mejoran la calidad del producto que ofertan. Finalmente, un 33,3% porque les posibilita una red de contactos. En ambos casos hay un incremento del 33,3% con respecto del ELB.

**CUADRO 4.23 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PERTENENCIA A ALGUNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
<b>Pertenencia a Organización/Asociación/ Gremio</b>			
Si	-	20,0	20,0
No	100,0	80,0	-20,0
Total	100,0	100,0	
Beneficiarios	3	19	

**CUADRO 4.23 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA CON NEGOCIO, SEGÚN PERTENENCIA A ALGUNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, A FEBRERO DE 2016.**  
(Porcentaje)

Indicador	ELB (a)	EEF (b)	Variación (b-a)
<b>Ventajas de pertenencia a Organización/Asociación/Gremio 1/</b>			
Acceder a información sobre nuevos clientes	-	-	-
Acceder a información sobre nuevos proveedores	-	33,3	33,3
Acceder a información sobre técnicas de producción	-	-	-
Capacitación en mercado	-	-	-
Capacitación sobre técnicas de producción	-	-	-
Mejorar la producción	-	-	-
Mejorar la calidad de mi producto	-	33,3	33,3
Red de contactos	-	33,3	33,3
Otro	-	-	-
Total	-	100,0	
Beneficiarios	0	4	

1/ La información para ventajas de pertenencia a organización/asociación/gremio, es de opción múltiple.

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

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.27 Población beneficiaria con negocio, según su culminación de la capacitación y razones de no culminación

Los resultados de la sistematización de la encuesta aplicada a la muestra de beneficiarios muestran que el 86,1% concluyeron la capacitación. La diferencia, el 13,9% no culminó el proceso.

Los motivos de la no culminación del proceso de capacitación tienen las siguientes explicaciones: un 36,4% debido a que los horarios de la capacitación no le convenían; un 18,2% a que los estudios se lo impedían, otro 18,2% a que no le gustó la capacitación, nuevamente un 18,2% a que problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe. Finalmente, un 9,1% refiere que su trabajo se lo impidió.

**CUADRO 4.24 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN SU CULMINACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RAZONES DE NO CULMINACIÓN, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicador	Resultado
<b>Beneficiarios que culminaron la capacitación</b>	
Sí, culminé	86,1
No culminé	13,9
No participé en la capacitación	0,0
Total	100,0
Beneficiarios	100
<b>Motivos de no culminación de la capacitación</b>	
Mis estudios me lo impidieron	18,2
Mi trabajo me lo impidió	9,1
No me gustó la capacitación	18,2
Los horarios de la capacitación no me convenían	36,4

**CUADRO 4.24 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN SU CULMINACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RAZONES DE NO CULMINACIÓN, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicador	Resultado
El lugar de capacitación quedaba lejos	0,0
Problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe	18,2
Total	100,0
Beneficiarios	14

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

4.1.28 Población beneficiaria con negocio, según indicadores del nivel de satisfacción sobre la capacitación e información recibida del proyecto

Con relación a que si el proyecto brindó todos los conocimientos necesarios para crear un negocio, los resultados del EEF indican que el 72,1% está completamente de acuerdo; el 23,5% parcialmente de acuerdo; el 4,4% en desacuerdo; nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar un negocio, los resultados del EEF indican que el 72,1% está completamente de acuerdo; el 23,5% parcialmente de acuerdo; el 4,4% en desacuerdo; nadie, 0,0% manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo formalizar un negocio, los resultados del EEF indican que el 58,8% está completamente de acuerdo; el 36,8% parcialmente de acuerdo; el 4,4% en desacuerdo; nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información sobre cómo buscar financiamiento, los resultados del EEF indican que el 72,1% está completamente de acuerdo; el 26,5% parcialmente de acuerdo; el 4,4% en desacuerdo; el 1,5% manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo gestionar a los proveedores, los resultados del EEF indican que el 67,6% está completamente de acuerdo; el 5,9% parcialmente de acuerdo; el 4,4% en desacuerdo; nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo identificar las fortalezas y debilidades de un negocio, los resultados del EEF indican que el 60,3% está completamente de acuerdo; el 30,9% parcialmente de acuerdo; el 7,4% en desacuerdo; el 1,5% manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información clara y precisa sobre cómo buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados, los resultados del EEF indican que el 57,4% está completamente de acuerdo; el 36,8% parcialmente de acuerdo; el 5,9% en desacuerdo; nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades del negocio, los resultados del EEF indican que el 64,7% está completamente de acuerdo; el 27,9% parcialmente de acuerdo; el 7,4% en desacuerdo; nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión del negocio, los resultados del EEF indican que el 64,7% está completamente de acuerdo; el 32,4% parcialmente de acuerdo; el 2,9% en desacuerdo; nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

Con relación a que si el proyecto brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos, los resultados del EEF indican que el 67,6% está completamente de acuerdo; el 29,4% parcialmente de acuerdo; el 2,9% en desacuerdo; nadie, 0,0%, manifiesta que está totalmente en desacuerdo.

**CUADRO 4.25 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN SOBRE LA CAPACITACIÓN E INFORMACIÓN RECIBIDA DEL PROYECTO, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicador	Resultado				Total
	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
<b>Beneficiarios que culminaron la capacitación</b>					
El proyecto me brindó todos los conocimientos necesarios para crear un negocio	72,1	23,5	4,4	-	100,0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar un negocio	72,1	23,5	4,4	-	100,0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo formalizar el negocio	58,8	36,8	4,4	-	100,0
El proyecto me brindó información sobre cómo buscar financiamiento	72,1	22,1	4,4	1,5	100,0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo gestionar a mis proveedores	67,6	26,5	5,9	-	100,0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo identificar las fortalezas y debilidades de un negocio	60,3	30,9	7,4	1,5	100,0
El proyecto me brindó información clara y precisa sobre cómo buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados	57,4	36,8	5,9	-	100,0
El proyecto me brindó información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de mi negocio	64,7	27,9	7,4	-	100,0
El proyecto me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión de mi negocio	64,7	32,4	2,9	-	100,0
El proyecto me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos	67,6	29,4	2,9	-	100,0

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.29 Población beneficiaria con negocio, según indicadores sobre elaboración e implementación del plan de negocios

El 92,4% de beneficiarios consideró que el contenido del curso de capacitación y el número de horas dedicadas para tales fines fueron suficientes para implementar o fortalecer sus negocios. La diferencia, el 7,6% opinó lo contrario.

De la totalidad de participantes, 100 en total, el 62,0% elaboró su plan de negocios hasta su terminación; el 38,0% lo elaboró pero sin culminarlo. De los que elaboraron y concluyeron el plan, el 100,0% lo hizo para crear un negocio.

Del total de participantes, el 57,0% participó en el concurso de capital semilla, mientras que el 43,0% no lo hizo. Del total de participantes en el concurso, el 48,9%, 25 beneficiarios, obtuvieron el capital semilla. De ese nuevo universo, el 100,0%, los 25 beneficiarios, utilizó el capital semilla en la implementación de su plan de negocio.

Del total de beneficiarios que recibieron el capital semilla, el 11,4% está implementando su negocio, el 19,9% ya lo está operando y el 69,6% no llegó a implementar el negocio. El total de beneficiarios que no llegó a implementar su negocio llega al 83,6% quienes afirman que no tienen recursos económicos para implementarlo; otro 7,3% asegura que requiere más capacitación para implementarlo, otro 7,3% dice que no le interesa implementarlo. Finalmente, un 1,8% expone otras razones.

A la pregunta de si piensas implementar tu plan de negocios en algún momento, el 92,7 contesta que sí, mientras que el 7,3% dice que no. El 80,0% de beneficiarios responde que para implementar su plan de negocios debe de tener más recursos económicos. El 20,0% afirma que tiene que tener más tiempo.

**CUADRO 4.26 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES SOBRE ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, A FEBRERO DE 2016.**  
(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
<b>¿Consideras que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar/fortalecer tu negocio?</b>	
Si	92,4
No	7,6
Total	100,0
Beneficiarios	100
<b>¿Elaboraste un plan de negocios en el proyecto?</b>	
Si, lo elaboré y lo terminé	62,0
Sí, lo elaboré pero no lo terminé	38,0
No elaboré el plan de negocios	-
Total	100,0
Beneficiarios	100
<b>¿Tu plan de negocios fue para crear un negocio o para fortalecer el negocio que ya tienes?</b>	
Fue para crear un negocio	100,0
Fue para fortalecer el negocio que ya tengo	-
Total	100,0
Beneficiarios	100



**CUADRO 4.26 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN INDICADORES SOBRE ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, A FEBRERO DE 2016.**  
(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
<b>Como parte del proyecto, ¿participaste en un concurso para obtener capital semilla?</b>	
Si	57,0
No	43,0
Total	100,0
Beneficiarios	100
<b>¿Obtuviste el capital semilla?</b>	
Si	48,9
No	51,1
Total	100,0
Beneficiarios	57
<b>¿Qué hiciste con el dinero del capital semilla?</b>	
Lo invertí en el negocio	100,0
Lo gasté en otras actividades	-
Nada, lo tengo guardado	-
Otra	-
Total	100,0
Beneficiarios	28
<b>¿Llegaste a implementar tu plan de negocios?</b>	
Sí, estoy implementándolo	11,4
Sí, ya estoy operando	19,0
No	69,6
Total	100,0
Beneficiarios	100
<b>¿Por qué no llegaste a implementar tu plan de negocios?</b>	
No tengo recursos económicos para implementarlo	83,6
Requiero más capacitación para implementarlo	7,3
No me interesa implementarlo	7,3
Otro 1/	1,8
Total	100,0
Beneficiarios	70
<b>¿Piensas implementar tu plan de negocios en algún momento?</b>	
Si	92,7
No	7,3
Total	100,0
Beneficiarios	70
<b>¿Qué tendría que pasar para que implementes tu plan de negocios?</b>	
Tener más recursos económicos	80,0
Tener más tiempo	20,0
Otro	-
Total	100,0
Beneficiarios	70

1/ Se refiere a culminar su servicio militar voluntario.

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.1.30 Población beneficiaria con negocio, según temas que debieron ser profundizados en la capacitación

El 92,4% de los beneficiarios no indicaron los temas que debieron ser profundizados en la capacitación. El 2,5% indica el tema de marketing empresarial, otro 2,5%, formalización de la empresa. Un 1,3% cómo obtener financiamiento y otro 1,3%, formalización de impuestos que se deben de pagar para no tener multas.

**CUADRO 4.27 REGIÓN TACNA: POBLACIÓN BENEFICIARIA, SEGÚN TEMAS QUE DEBIERON SER PROFUNDIZADOS EN LA CAPACITACIÓN, A FEBRERO DE 2016.**

(Porcentaje)

Indicadores	Resultado
<b>¿Qué temas crees que debieron ser profundizados/ desarrollados?</b>	
Como obtener financiamiento	1,3
Formalización de la empresa	2,5
Formalización e impuestos que se deben pagar para no tener multas.	1,3
Marketing empresarial	2,5
No mencionó algún tema	92,4
Total	100,0
Beneficiarios	100

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

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.2 Evolución de los indicadores del marco lógico, antes y después del proyecto

**CUADRO 4.28 REGIÓN TACNA: COMPARACIÓN DE INDICADORES EX ANTE Y EX POST DEL PROYECTO**

LÓGICA DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	LÍNEA DE BASE	EVALUACIÓN FINAL
<b>Fin</b>			
Contribuir a la generación de empleo decente en los jóvenes de los distritos de Alto de la Alianza, Ciudad Nueva, Pocollay, Tacna y Palca, de la provincia de Tacna.			
<b>Propósito</b>			
Desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de los jóvenes en situación de pobreza y extrema pobreza de los distritos de Alto de la Alianza, Ciudad Nueva, Pocollay, Tacna y Palca, de la provincia de Tacna, para generar emprendimientos sostenibles.			
<b>Componentes</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Línea de Base</b>	<b>Evaluación Final</b>
Los jóvenes de los distritos de Alto de la Alianza, Ciudad Nueva, Pocollay, Tacna y Palca, de la provincia de Tacna cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo	Número y/o porcentaje de beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al primer año de ejecución del proyecto.	90,0% de beneficiarios culminan capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria.	86,0% (86) de beneficiarios culminaron capacitación en gestión para el emprendimiento de manera satisfactoria al primer año de ejecución del proyecto.

**CUADRO 4.28 REGIÓN TACNA: COMPARACIÓN DE INDICADORES EX ANTE Y EX POST DEL PROYECTO**

LÓGICA DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	LÍNEA DE BASE	EVALUACIÓN FINAL
de competencias en temas de gestión empresarial.			
Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios.	Número de negocios de jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto.	25 planes de negocio implementados	100,0% (25) de planes de negocio de jóvenes acompañados y asistidos se implementaron al término del proyecto.
Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado	Número de jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial locales al culminar el proyecto.	20 jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial local	110,0% (22) jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial local al culminar el proyecto.

Fuentes: MTPE – Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra – Proyecto C-13-24 Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE Tacna, 2013.

Entrevista Jefe de Proyecto.

PRACTICAL ACTION. Supervisor Externo. Jorge Cuéllar, Gestor - INFORME de Cierre Proyecto: "Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE TACNA", (diciembre 2015).

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

De la lectura del cuadro, podemos concluir que:

- El logro del indicador del primer componente ha sido del 86,0%, por debajo, pero bastante cerca del logro estipulado en los indicadores del proyecto, que fue del 90,0%;
- El logro del indicador del segundo componente es del 100,0%, pues 25 negocios de jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto y
- El logro del indicador del tercer componente es de 110,0%, ya que 22 jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial local al culminar el proyecto.

### 4.3 Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del proyecto

#### 4.3.1 Sobre la pertinencia

Con relación a la formulación del proyecto, se puede afirmar que la IE ha tenido una adecuada lectura del contexto socio económico laboral y de emprendimiento en la que se ejecutó. Es de destacar el diagnóstico de la situación de pobreza y/o pobreza extrema de la zona de intervención y en la que los beneficiarios se desenvuelven, teniendo mayor importancia sectores económicos como el comercio, la manufactura, el transporte, las comunicaciones, restaurantes y hotelería, que son las actividades principales de los distritos seleccionados y que fueron priorizados con el fin de promover las iniciativas emprendedoras con los jóvenes beneficiarios del proyecto.

El proyecto identificó las posibilidades de generar un emprendimiento juvenil, sobre todo, para quienes viven en situación de vulnerabilidad y constató que, además de no conocer ni haber experimentado la dinámica del mercado y los intereses que se mueven en torno a él,

supo leer las potencialidades que esta situación presentaba, todas ellas manifestadas en que un importante número de jóvenes de ambos sexos (34,9% según la tasa de emprenditorialidad) mostraba gran interés por empezar un emprendimiento que le abriera caminos y rutas diferentes a las condiciones en las que vivían.

Otro acierto fue la identificación de instituciones de la zona con amplio conocimiento de la población juvenil, como son las municipalidades distritales de Tacna, Alto de la Alianza, Ciudad Nueva, Pocollay y Palca, con las que se establecieron alianzas y se suscribieron actas de compromiso que permitieron lograr los resultados buscados sobre la base de la colaboración y la complementariedad.

Es un acierto la concreción de alianzas con instituciones representativas de la zona – municipalidades distritales de Tacna, Alto de la Alianza, Ciudad Nueva, Pocollay y Palca– que posibilitaron que el conjunto de actividades, no sin dificultades, se realizaran, cumpliéndose a cabalidad el itinerario planteado para su concreción, particularmente en lo relacionado a la difusión del proyecto, como en la identificación de los beneficiarios. Todo esto manifestado en la suscripción de actas de compromiso, su debido seguimiento y cumplimiento, sin duda, facilitaron la consecución de las metas planteadas. El conocimiento de la zona facilitó mucho la focalización de los beneficiarios.

De la misma forma, fue un acierto concretar acciones con la UNA Puno, específicamente, para la etapa de capacitación.

No se puede dejar de mencionar la consistencia del marco lógico en la formulación del proyecto. Así, tanto el fin, el propósito y los resultados están debidamente alineados bajo un eje que los articula: desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de los jóvenes en situación de pobreza y extrema pobreza para generar emprendimientos sostenibles.

De la misma forma, se debe de señalar que los indicadores/meta de cada uno de los componentes están claramente definidos. Así, los indicadores del marco lógico a nivel de componentes, productos y actividades, son definidos –puesto que cada uno de ellos explicita especificidad, confiabilidad, alcance– significativos y relevantes, verificables y reproducibles, lo que permite medir los resultados obtenidos por el proyecto en sus diferentes niveles.

La estrategia de selección de los beneficiarios fue adecuada. Se empezó con las coordinaciones con las instituciones aliadas locales, estableciéndose compromisos y plazo específicos, se pasó a la difusión de las bondades de la iniciativa, estableciéndose puntos específicos a donde podían acudir los interesados y conocer más aspectos de la propuesta; se realizó un primer registro de los interesados y, finalmente, se identificó y seleccionó a 100 jóvenes que participarían en el proceso de capacitación.

La temática desarrollada en todo el proceso de capacitación fue adecuada, como lo acreditan las opiniones de los beneficiarios que participaron y culminaron el proceso. De hecho, hay una estrecha relación entre cada uno de los temas desarrollados y siguen una lógica que va de menos a más, lo que permitió que, estos aprendizajes, les facilitara identificar una o varias ideas de negocios que cada quien podría emprender. A su vez, con

el acompañamiento respectivo, cada participante terminó con la elaboración de sus planes de negocio. El hecho de incentivarlos aún más a través del capital semilla, la feria de emprendimientos y el asesoramiento permanente, han terminado con el hecho de que los beneficiarios hayan adquirido capacidades concretas y específicas en el manejo de sus emprendimientos.

Con relación a los riesgos, la IE ha identificado hasta ocho riesgos los que fueron analizados en toda su extensión, habiéndose asignado acción de prevención/mitigación y a los responsables del equipo técnico a cargo.

**CUADRO 4.29 REGIÓN TACNA: EVALUACIÓN DE LOS FACTORES DE RIESGO IDENTIFICADOS EN EL PROYECTO**

Nº	Riesgo identificado	Efectos del riesgo identificados	Acciones de prevención / mitigación	Responsable de la implementación
1.	La estrategia comunicacional durante el proceso de focalización no representa un factor que determina la participación activa de los jóvenes.	Jóvenes del ámbito de intervención con información y percepción errada sobre el beneficio del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Contratación de focalizador con conocimiento de la idiosincrasia de la localidad.</li> <li>▪ Hacer partícipe a las autoridades de los gobiernos locales y organizaciones sociales de base, en la promoción y focalización de la población objetiva del proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jefe de proyecto</li> <li>▪ Focalizador</li> </ul>
2.	Filtración y sub cobertura, beneficiando a jóvenes que no están en condición de pobreza para ser seleccionados por el programa o no se evidencia tal situación en el SISFHO estando en una situación de pobreza o vulnerabilidad.	Beneficiarios que no cumplen con los requisitos del proyecto.	Se realizará visitas domiciliarias al 100% de los potenciales beneficiarios con casos especiales que solicitan participar en el programa. Y visita domiciliarias a una muestra de 15% casos acreditados por el SISFOH. El costo de estas visitas está como parte de gastos administrativos de la gestión del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Focalizador</li> </ul>
3.	La población objetiva del proyecto, por su situación económica, no permitiría cubrir sus gastos de pasaje, para acudir a los centros de capacitación	Deserción de beneficiarios	El proyecto contempla brindar a los beneficiarios pasaje de ida y vuelta durante toda la etapa de capacitación, los costos de este rubro están incluidos en el costo de capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jefe del proyecto</li> <li>▪ ECAP.</li> </ul>
4.	Temor al fracaso e inseguridad de los jóvenes beneficiarios del curso de capacitación, a la implementación de sus emprendimientos económicos.	Desmotivación e incertidumbre del beneficiario	Se exigirá a las ECAS utilizar de manera complementaria a la metodología de capacitación, dinámicas motivadora y de reforzamiento a la autoestima, presentar casos prácticos de experiencias exitosas de emprendedores y contar además con un psicólogo/a que oriente a los jóvenes y refuerce aspectos emocionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Supervisor</li> <li>▪ Entidad de capacitación</li> </ul>
5.	Población beneficiaria del proyecto, por su situación económica de pobreza, se ven con limitaciones de recursos para la implementación de sus negocios.	Escasa número de jóvenes implementen su plan de negocio.	El Programa tiene previsto otorgar capital semilla a los beneficiarios ganadores del Concurso "Jóvenes Emprendedores". Vale decir a los 25 mejores planes negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jefe del Proyecto</li> <li>▪ Entidad de capacitación</li> </ul>

**CUADRO 4.29 REGIÓN TACNA: EVALUACIÓN DE LOS FACTORES DE RIESGO IDENTIFICADOS EN EL PROYECTO**

N°	Riesgo identificado	Efectos del riesgo identificados	Acciones de prevención / mitigación	Responsable de la implementación
6.	No todos los beneficiarios que participan en el Concurso de los Planes de Negocio recibirán capital semilla. De tal manera que el resto de beneficiarios puede verse imposibilitado de implementar sus planes de negocio.	Jóvenes desmotivados por no contar con apoyo para implementar su negocio.	La estrategia propone organizar mini ferias en las que se presenten los planes de negocio más, con el fin de propiciar espacios de acercamiento entre el sistema financiero y los jóvenes con planes de negocio a fin de promover la vinculación financiera. A los jóvenes que no resulten ganadores del concurso las ECAP pondrán a su disposición algunos servicios institucionales para motivarles a implementar sus planes de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jefe del proyecto</li> <li>▪ ECAP</li> </ul>
7.	Los jóvenes ganadores del capital semilla no aplican estos recursos en la implementación efectiva de sus planes de negocio.	Mal uso del capital semilla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El capital semilla se entregará progresivamente según el cronograma de implementación del plan de negocio.</li> <li>▪ La administración de los recursos del capital semilla estará a cargo de la ECAP.</li> <li>▪ Los jóvenes ganadores firmarán una carta de compromiso para aplicar los equipos e insumos efectivamente en el negocio, caso contrario se evidencie un mal uso el saldo pendiente sería devuelto al proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jefe de proyecto</li> <li>▪ ECAP</li> </ul>
8.	Retiro de la ECAP (socio estratégico) durante del proceso de capacitación o acompañamiento	Interrupción o demora en los procesos de capacitación o acompañamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Incluir en el convenio con la ECAP que el retiro de la alianza se realice con un mes de anticipación mínima. Asimismo comprometer a la ECAP que los contrató de su equipo de consultor se realice por módulo de tal manera que concluya cada módulo iniciado al margen de la voluntad de la ECAP de retirarse.</li> <li>▪ Jóvenes a la Obra cuenta con una base amplia de ECAP que manejan la metodología de capacitación propuesta por el proyecto con experiencia en la zona de intervención.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jefe de Proyecto</li> <li>▪ Jefe de Sede.</li> </ul>

Fuentes: MTPE – Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra – Proyecto C-13-24 Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE Tacna, 2013.

Entrevista Jefe de Proyecto.

PRACTICAL ACTION. Supervisor Externo. Jorge Cuéllar, Gestor - INFORME de Cierre Proyecto: “Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE TACNA”, (diciembre 2015).

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

La IE ha procedido de la misma forma con respecto a los supuestos, todos ellos viables:

**CUADRO 4.30 REGIÓN TACNA: EVALUACIÓN DE LOS FACTORES DE RIESGO IDENTIFICADOS EN EL PROYECTO**

COMPONENTE	SUPUESTOS
Componente 1. Los jóvenes de la provincia Tacna cuentan con adecuado conocimiento y desarrollo de competencias en temas de gestión empresarial.	- Interés de los jóvenes con vocación emprendedora de participar en el proyecto. - Los jóvenes se sensibilizan en el autoempleo digno y formal.
Componente 2. Los jóvenes cuentan con suficientes redes de soporte y acompañamiento para implementar sus negocios.	- Jóvenes se comprometen con sus planes de negocio. - Jóvenes Utilizan los recursos del Proyecto en sus negocios.
Componente 3. Los jóvenes que implementan sus planes de negocio se articulan al mercado.	- Hay estabilidad social y económica en el país y en el ámbito de intervención.

Fuentes: MTPE – Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes a la Obra – Proyecto C-13-24 Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE Tacna, 2013.

Entrevista Jefe de Proyecto.

PRACTICAL ACTION. Supervisor Externo. Jorge Cuéllar, Gestor - INFORME de Cierre Proyecto: “Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE TACNA”, (diciembre 2015).

EL TALLER – Base de Datos SPSS ELB Proyecto C-13-37, abril 2015.

Elaboración: El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo.

#### 4.3.2 Sobre la eficiencia

Como ya se ha indicado, la estrategia de selección de los beneficiarios fue adecuada. Se empezó con las coordinaciones con las instituciones aliadas locales, estableciéndose compromisos y plazo específicos, se pasó a la difusión de las bondades de la iniciativa, estableciéndose puntos específicos a donde podían acudir los interesados y conocer más aspectos de la propuesta; se realizó un primer registro de los interesados y, finalmente, se identificó y seleccionó a 100 jóvenes que participarían en el proceso de capacitación.

Las respuestas de los beneficiarios que culminaron el proceso de capacitación indican que están satisfechos con el proceso seguido, pues, 94,2% considera que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar y/o fortalecer su negocio. De la misma forma, los 25 negocios que fueron favorecidos con el capital semilla.

Todas las indicaciones y recomendaciones del monitoreo externo fueron incorporadas por la IE en la formulación del proyecto, como en el desarrollo de las actividades, mostrando así su adaptabilidad.

En cuanto a resultados no esperados, indicar que muchos de los beneficiarios que no ganaron el concurso de capital semilla participaron en actividades que la IE programó después de la entrega del kit emprendedor, como la Semana del Empleo, la Feria Expo, entre otras. Se logró incluir socialmente a dos beneficiarios discapacitados, quienes ganaron el capital semilla y recibieron su respectivo kit emprendedor.

#### 4.3.3 Sobre la efectividad

Hay una estrecha relación entre el propósito y fin del proyecto:

- El logro del indicador del primer componente ha sido del 86,0%, por debajo, pero bastante cerca del logro estipulado en los indicadores del proyecto, que fue del 90,0%;

- El logro del indicador del segundo componente es del 100,0%, pues 25 negocios de jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto y
- El logro del indicador del tercer componente es de 110,0%, ya que 22 jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial local al culminar el proyecto.

Como estaba estipulado en la formulación del proyecto, particularmente en su marco lógico, todos los servicios planificados han sido implementados, de manera que la opinión de los beneficiarios es muy positiva. Para respaldar esta información, tenemos que más del 70,0% de los participantes consideran que: i) El proyecto les brindó todos los conocimientos necesarios para crear un negocio; ii) El proyecto les brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar sus negocios y iii) El proyecto les brindó información sobre cómo buscar financiamiento.

La opinión de las instituciones aliadas al respecto, coincide plenamente con la de los beneficiarios, tan es así que, en reiteradas oportunidades, manifestaron su disponibilidad de seguir trabajando en la línea de promover emprendimientos juveniles.

Tanto los riesgos, como los supuestos considerados en la formulación del proyecto fueron acertados.

En el desarrollo del proyecto se presentaron una serie de dificultades y limitaciones que no impidieron su ejecución, la que fue posible a la flexibilidad y capacidad de la IE y el equipo técnico. Entre las principales podemos mencionar: i) Barreras burocráticas de las entidades públicas; ii) Limitado acceso de profesionales competentes en la región para labores de emprendimientos; iii) Problemas con los horarios de los beneficiarios para participar en las actividades; iv) Los beneficiarios presentan limitaciones para el manejo de programas de informática, como Excel y Power Point.

Como se ha indicado, se firmaron alianzas estratégicas con instituciones involucradas en el proceso de formalización, como la Dirección de “Mi Empresa” del Ministerio de la Producción, los Gobiernos Locales de los distritos en los que se ejecutó el proyecto, que actuaron a través de sus respectivas Gerencias de Desarrollo Económico Local. Todas ellas, cumplieron a cabalidad los compromisos asumidos y ayudaron a la intervención llegara a buen fin. Así, tanto la IE y las instituciones aliadas del proyecto desarrollado diversas actividades de seguimiento, acompañamiento, supervisión y monitoreo durante todo el proceso de ejecución del proyecto, abarcando actividades de focalización, registro y selección de beneficiarios, realización de los talleres de capacitación, preparación y presentación de ideas de planes de negocios, el concurso capital semilla y el conjunto de procesos para el adecuado cierre del proyecto.

Los siguientes, constituyen “resultados no planificados”: i) Participación activa de beneficiarios no ganadores del concurso de Planes de Negocios para Capital Semilla en distintas actividades organizadas por el Proyecto (Semana del Empleo, Feria Expo-Venta de Jóvenes Emprendedores y otros) y ejecución e implementación de sus Planes de Negocios; ii) Inclusión social de dos jóvenes beneficiarios con discapacidad en la ejecución



del proyecto. Ambos fueron ganadores del concurso de planes de negocios; iii) Jóvenes con vocación emprendedora que generan autoempleo digno y formal; iv) Mejora de las oportunidades de trabajo y mejorar las condiciones laborales de los jóvenes y v) Reducción de la tasa de desempleo en jóvenes. Todos ellos, afectaron positivamente los beneficios recibidos por los participantes e hicieron más completo la implementación del proyecto.

#### 4.3.4 Sobre la sostenibilidad

Existen compromisos y líneas de acción que están contenidos en diferentes documentos y constituyen políticas públicas:

##### *En lo nacional:*

Al objetivo específico 5, del Eje Estratégico 4: Economía, Competitividad y Empleo del Plan Bicentenario El Perú hacia el 2021<sup>3</sup>, que establece “Promover la capacitación para el trabajo, la reconversión laboral y la formación continua en las empresas, así como la orientación vocacional, la información ocupacional y la normalización y certificación de competencias laborales para desarrollar los recursos humanos”.

Al Objetivo Estratégico General 2, de los Lineamientos de Política Socio Laborales 2012 – 2016<sup>4</sup>, que establece “Promover el empleo, la empleabilidad y el emprendimiento a fin de lograr la inserción laboral y autoempleo especialmente de los grupos vulnerables de la población de manera articulada con los gobiernos sub nacionales en un marco de igualdad de oportunidades y respeto al medio ambiente”.

##### *En lo regional:*

Con el Centro de Empleo, programa del Gobierno Regional de Tacna, que ha suscrito un convenio con la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, en coordinación con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, encargado de promover y difundir el empleo emprendedor en la región.

##### *En lo local:*

Todas y cada una de las municipalidades distritales con las que se establecieron alianzas, han suscrito actas de compromiso para dar continuidad al proyecto en el sentido de seguir promoviendo el emprendimiento juvenil.

##### *Los beneficiarios:*

Se sabe que 70 de los beneficiarios que culminaron la capacitación y elaboraron sus respectivos planes de negocios no lograron implementarlo, 59 de ellos, explica esa situación debida a la falta de recursos económicos y 55, el 92,7%, manifiesta disponibilidad para implementarlo en algún momento. Esto indica que, pese a las dificultades económicas para poner en marcha sus ideas y/o planes de negocio, existe la voluntad de hacerlo, pues, otros datos, indican que, habiendo culminado todo el proceso de capacitación y de

<sup>3</sup> CEPLAN -El Perú hacia el 2021. Aprobado mediante DS N° 054-2011-PCM.

<sup>4</sup> Aprobado mediante Resolución Ministerial N° 227-2012-TR.

elaboración de sus planes de negocios, tienen en sus manos la posibilidad de dar un paso adelante.

Sobre la base de una revisión crítica de 10 planes de negocio que fueron desarrollados por los beneficiarios, teniendo en cuenta los indicadores de calidad de cada uno de aquellos y el puntaje obtenido, en donde: muy baja= 1, baja= 2, regular= 3, buena= 4 y muy buena= 5, tenemos que la calidad promedio de los planes de negocios se ubica entre regular y buena.

Además, si la media del puntaje en juego es 30, siendo el máximo puntaje a lograr de 50 y el menor de 10, tenemos que de los 10 planes de negocio analizados, el que tiene menor puntaje es 22, mientras que el mayor es de 40, siendo la media de los 10 planes, 34,2 puntos, ligeramente por encima de la media general.

Así mismo, indicar que 8 de los 10 planes analizados, obtienen puntaje por encima de la media, y que van entre 33 y 40. Solo 2 de los 10 planes analizados, obtienen puntajes por debajo de la media, en este caso, 22 puntos.

Producto del análisis de cada uno de los indicadores, tenemos:

- Presentación ordenada y clara del respectivo plan, obtiene la calificación promedio de 4, que es buena.
- Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar, obtiene la calificación promedio de 3,8, más que regular y muy cerca de buena.
- Se ha identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado: obtiene la calificación promedio de 3,6, más que regular y cerca de buena.
- Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado: obtiene la calificación promedio de 3,2, poco más que regular.
- Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, obtiene la calificación promedio de 3,7, más que regular, muy cerca de buena.
- Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio: obtiene la calificación promedio de 3,8, más que regular y muy cerca de buena.
- Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa: obtiene la calificación promedio de 3,4, más que regular.
- Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción: obtiene la calificación promedio de 2,6, bajo, cerca de regular.
- Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado: obtiene la calificación promedio de 3, regular.
- Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento:

VAN, TIR, Punto Equilibrio: obtiene la calificación promedio de 2,8, baja, muy cerca de regular.

En conclusión, y sobre el tema, podemos afirmar que la capacitación recibida por los beneficiarios para la elaboración de sus planes de negocio es de regular a buena calidad.

La IE tiene amplia experiencia en la ejecución de proyectos de emprendimiento juvenil y que se ha mostrado a lo largo de la ejecución del proyecto en la región Tacna. Así, el equipo técnico ha estado adecuadamente distribuido en el cumplimiento de las actividades, incluyendo la supervisión de las actividades de capacitación que fueron desarrolladas por un equipo de la UNA Puno.

A la par, el alto porcentaje de beneficiarios seleccionados que participaron y terminaron el ciclo de capacitación, 86 de los 100 que empezaron, muestra el alto grado de compromiso que tuvieron con el proyecto. También es de destacar que 62 de los participantes terminó de formular su respectivo plan de negocios. El compromiso de los beneficiarios se muestra, además, en el hecho que de los 25 que fueron premiados, 22 participaron en la feria – venta, habiéndose establecido el compromiso previo con 20 de ellos.

De la tabla 2.7, se desprende que del presupuesto programado, S/ 548 929,10 se ejecutaron S/ 541 818,88, el 98,72%, habiéndose cumplido con la realización del 100,0% de las actividades programadas. Es de resaltar que la IE, como aporte propio, lo hizo en un 106,01% que muestra su buena disposición para que el proyecto logre los resultados planteados.

El conjunto de beneficiarios forman parte de la población en situación de vulnerabilidad económica, la IE, en el desarrollo de las actividades ha tenido en cuenta esta situación. De la misma forma, el equipo de profesionales de la UNA Puno fue persuadido de estas condiciones que fueron tomadas en cuenta al momento de implementar el conjunto de talleres de capacitación. Aunque hay jóvenes cuyas familias son migrantes y quechua hablantes o aymara hablantes, no se presentaron dificultades de comunicación, pues todos hablaban español.

## 5. LECCIONES APRENDIDAS

*En las fases de focalización y selección de beneficiarios.*

El establecimiento de un adecuado sistema de alianzas con instituciones de la zona para lograr un rápido y mejor acercamiento a la población objetivo.

Si existe el compromiso y cada actor social de un proyecto cumple sus roles y responsabilidades, este puede convertirse en una gestión eficaz y eficiente.

Dentro de las actividades de un proyecto, el proceso de sensibilización y focalización es muy importante porque la correcta elección de los beneficiarios hace viable y sostenible al proyecto.

*En la fase de capacitación en planes de negocio y planes de mejora.*

Contar con un equipo técnico especializado en el desarrollo de la temática de emprendimiento, con experiencia en el acompañamiento de jóvenes.

Establecimiento de un adecuado sistema de monitoreo, tanto al equipo técnico que lleva adelante el proceso de capacitación y acompañamiento, como a los mismos beneficiarios.

El fortalecimiento de competencias y capacidades amplía las libertades de las personas porque permite el dominio de todos los bienes, en este caso, el económico.

El emprendimiento es una herramienta que genera el desarrollo personal, económico y social en las personas.

En la fase de acompañamiento y asistencia técnica para la implementación de negocios.

Establecimiento de un adecuado sistema de monitoreo, tanto al equipo técnico que lleva adelante el proceso de acompañamiento, como a los mismos beneficiarios.

Es importante incorporar a un profesional en Psicología porque facilita el trabajo con los jóvenes. Se sugiere su integración en otros proyectos.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

#### *En la etapa de focalización, registro y selección de beneficiarios*

- La IE ha tenido en cuenta el perfil de los beneficiarios, establecido por FE en las Bases de su 13° Concurso de Proyectos.
- Se registraron 175 jóvenes de ambos sexos, de los cuales 168 fueron acreditados y 100, fueron seleccionados para que participen en el proceso de capacitación, desarrollen sus ideas/planes de negocios y participen en el concurso capital semilla. Los mejores planes de negocio, 25 en total, fueron favorecidos con capital semilla y 22 beneficiarios participaron en la feria-venta.

#### *En la etapa de capacitación en planes de negocio y planes de mejora*

- La capacitación se realizó con los 100 beneficiarios seleccionados, habiendo culminado todo el proceso 86 de ellos y con los perfiles logrados. Quienes no concluyeron el proceso, 14 en total, tuvieron como razón principal el hecho de que los horarios de la capacitación no le convenían.
- El proceso estuvo a cargo de un equipo de profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano, UNA Puno que mostró experiencia y suficiencia en el desarrollo del conjunto de actividades, contenidas en su respectiva programación curricular. La metodología implementada fue activa y participativa, partiendo de las vivencias de los participantes.
- La IE implementó una serie de procedimientos de supervisión, monitoreo y acompañamiento técnico-pedagógico.

#### *En la etapa de acompañamiento y asistencia técnica para la implementación de planes de negocio.*

- Se asesoró y asistió técnicamente a todos los beneficiarios que desarrollaron sus ideas de negocio y los plasmaron en planes de negocio. El seguimiento fue individualizado y colectivo.
- Todos los beneficiarios que se hicieron acreedores del capital semilla, recibieron sus respectivos kits del emprendedor.
- Todos los beneficiarios que recibieron el capital semilla lograron su formalización, excepto uno de ellos, debido a que decidió inscribir su negocio como persona jurídica, trámite que se dejó en proceso.

#### *En la etapa de articulación al mercado de los negocios de los jóvenes*

- La IE organizó la feria prevista en el proyecto con la finalidad de propiciar el inicio de la articulación al mercado de los negocios de los jóvenes, la que se logró hacerlo con la

participación y apoyo activo de las municipalidades aliadas y en la que participaron 22 de los 20 jóvenes inicialmente comprometidos.

#### *Sobre la pertinencia*

- La IE ha tenido una adecuada lectura del contexto socio económico laboral y de emprendimiento en la que se ejecutó el proyecto, identificando las posibilidades de generar un emprendimiento juvenil, sobre todo, para quienes viven en situación de pobreza y/o extrema pobreza. Así mismo, identificó los riesgos de la intervención, habiendo consignado acciones concretas para enfrentarlos.
- Se identificó a instituciones de la zona con amplio conocimiento de la población juvenil con quienes se firmaron actas de compromiso que posibilitaron la convocatoria, registro y selección de los beneficiarios.
- Para el desarrollo del proceso de capacitación, se concretó la participación de un equipo de profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano, UNA Puno, quienes desarrollaron la temática de manera participativa y partiendo de las vivencias de los participantes. Estos, al final del proceso, reconocen explícitamente que han aprendido todo lo relacionado a un plan de negocios.
- Con relación al marco lógico, hubo consistencia en la formulación del proyecto. Así, tanto el fin, el propósito y los resultados están debidamente alineados bajo un eje que los articula: desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras de los jóvenes en situación de pobreza y extrema pobreza para generar emprendimientos sostenibles. Igual, los indicadores/meta de cada uno de los componentes están claramente definidos, así como los supuestos para la implementación del proyecto en su conjunto.

#### *Sobre la eficiencia*

- La estrategia de selección de los beneficiarios fue adecuada, habiéndose cumplido con los pasos estipulados en la planificación, como son: coordinación y compromisos con las instituciones aliadas locales, difusión de las bondades de la iniciativa, registro de los interesados y, finalmente, identificación y selección de 100 jóvenes que participaron en el proceso de capacitación.
- Los beneficiarios que culminaron el proceso de capacitación están satisfechos con el proceso seguido, pues consideran que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar y/o fortalecer su negocio. De la misma forma, los 25 negocios que fueron favorecidos con el capital semilla

#### *Sobre la efectividad*

- El logro del indicador del primer componente ha sido del 86,0%, por debajo del logro estipulado en los indicadores del proyecto, que fue del 90,0%
- El logro del indicador del segundo componente es del 100,0%, pues 25 negocios de jóvenes acompañados y asistidos se implementan al término del proyecto.

- El logro del indicador del tercer componente es de 110,0%, ya que 22 jóvenes con planes de negocios en implementación se han articulado al mercado comercial local al culminar el proyecto.
- Todos los servicios planificados han sido implementados, de manera que la opinión de los beneficiarios es muy positiva.
- Representantes de las instituciones aliadas coinciden plenamente con la opinión de los beneficiarios, tan es así que, en reiteradas oportunidades, manifestaron su disponibilidad de seguir trabajando en la línea de promover emprendimientos juveniles.
- En el desarrollo del proyecto se presentaron una serie de dificultades y limitaciones que no impidieron su ejecución, la que fue posible a la flexibilidad y capacidad de la IE y el equipo técnico.
- Los “resultados no planificados” afectaron positivamente los beneficios recibidos por los participantes e hicieron más completo la implementación del proyecto.

#### *Sobre la sostenibilidad*

- En el plano nacional, hay varias acciones que constituyen políticas públicas y que están directamente relacionadas a promocionar y concretar emprendimientos juveniles. De la misma forma, hay acciones y programas que, en el ámbito de la región Tacna, van en el mismo camino. Finalmente, las municipalidades distritales aliadas en la ejecución del proyecto, han suscrito actas de compromiso en las que se estipula que darán seguimiento a los beneficiarios del proyecto y que implementarán acciones para promover y concretar el emprendimiento juvenil.
- De parte de los beneficiarios, se sabe que 70 de los beneficiarios que culminaron la capacitación y elaboraron sus respectivos planes de negocios no lograron implementarlo, 59 de ellos, explica esa situación debida a la falta de recursos económicos y 55, el 92,7%, manifiesta disponibilidad para implementarlo en algún momento. Esto indica que, pese a las dificultades económicas para poner en marcha sus ideas y/o planes de negocio, existe la voluntad de hacerlo, pues, otros datos, indican que, habiendo culminado todo el proceso de capacitación y de elaboración de sus planes de negocios, tienen en sus manos la posibilidad de dar un paso adelante.

#### 6.2 Recomendaciones

- Que FE amplíe el financiamiento para la realización de actividades de seguimiento a los beneficiarios que participaron en el proceso, incluyendo a quienes aún sin llegar a concretar su plan de negocio, quedaron motivados.
- Que la IE realice un seguimiento y acompañamiento a las municipalidades aliadas para que, en cumplimiento de las actas de compromiso firmadas, las mismas desarrollen acciones de supervisión y acompañamiento a los beneficiarios en sus negocios con el propósito mínimo, en todo caso, de motivarlos e impulsarlos a que fortalezcan y consoliden sus negocios.

- 
- Buscar que las instituciones públicas involucradas en las iniciativas de emprendimiento juvenil, avancen en hacer de estas iniciativas verdaderas políticas públicas que forman parte de sus respectivos planes de desarrollo humano, social y económico.
  - Seguir desarrollando este tipo de proyectos, sobre todo, en zonas deprimidas social y económicamente de nuestro país, respetando su cultura, usos y costumbres, adecuando y adaptando lugares y locales de capacitación, días y horarios de participación de acuerdo a sus concretas posibilidades.



## 7. REFERENCIAS

- El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo (2015). ESTUDIO de Línea de Base Proyecto C-13-37 “Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE TACNA”. Tacna, Perú.
- FONDOEMPLEO (2013). Términos de Referencia Elaboración de Estudios de Línea de Base y Evaluación Final de Proyectos de Promoción y Fortalecimiento de Emprendimientos Juveniles del 13° Concurso de FONDOEMPLEO.
- FONDOEMPLEO. Unidad de Planeamiento y Evaluación. Área de Estudios y Medición de Impacto (julio 2014). DICCIONARIO de Variables - segunda parte Encuesta Socioeconómica y Laboral - Línea 1 Línea de Base - 13° Concurso de Proyectos de FONDOEMPLEO. Lima, Perú.
- FONDOEMPLEO. Unidad de Planeamiento y Evaluación. Área de Estudios y Medición de Impacto (agosto 2014). MANUAL del Encuestador: Encuesta Socio Económica y de Emprendimiento Línea 3 – Evaluación Final - 13° Concurso de Proyectos de FONDOEMPLEO. Lima, Perú.
- FONDOEMPLEO. Unidad de Planeamiento y Evaluación. Área de Evaluación y Medición de Impacto (mayo 2015). MANUAL para la presentación del Estudio de Evaluación Final de Proyectos 13° Concurso de Proyectos de FONDOEMPLEO. Lima, Perú.
- MTPE (2013). PROYECTO C-13-37 “Jóvenes Emprenden Negocios Exitosos en la Región Tacna – JENE TACNA”. Tacna, Perú.
- MTPE – Programa Nacional de Empleo Juvenil Jóvenes Productivos (2014). PLAN Operativo Primer año. Tacna, Perú.
- UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – Programa de Gestión para el Emprendimiento (2014). PROPUESTA Técnica / Región Tacna.

## 8. ANEXOS

## ANEXO 1: INSTRUMENTOS DE FOCALIZACIÓN



## FOC - 01: FICHA DE FOCALIZACION



Sede/CR	Atención en Campo <input type="checkbox"/>	Atención en Oficina <input type="checkbox"/>	COD. POSTULANTE	
Fecha entrevista			CONDICION FINAL	
			No Acreditado <input type="checkbox"/>	Turno M T N
			Acreditado no seleccionado <input type="checkbox"/>	
			Acreditado seleccionado <input type="checkbox"/>	
			Sisfoh	Elegible <input type="checkbox"/>
				No Elegible <input type="checkbox"/>

## I. DATOS PERSONALES DEL JOVEN

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres completos

N° DNI	Fecha de nacimiento	Día	Mes	Año	EDAD	Sexo	<input type="checkbox"/> Hombre	<input type="checkbox"/>

Estado Civil: Soltero  Casado/conviviente  Divorciado / Separado / Viudo

¿Tienes hijos (as) ? SI  NO

N° hijos menores de 05 años

N° hijos mayores de 05 años

Total

¿Presentas alguna discapacidad?

- A. Mental
- B. Sensorial  Visión  Audición
- C. Física  Miembros superiores  Miembros inferiores

Especifique: \_\_\_\_\_

¿Puedes trasladarte solo? Si  No

Cuántas horas demoras en llegar desde tu vivienda a la capital distrital

Anote de 01 a 24 horas en el recuadro (si es menor a una hora anote 00)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Mas de 24 horas
			<input type="checkbox"/> Vive en la capital

## 2. DATOS PARA COMUNICARSE CON EL JOVEN

Indica un número de teléfono donde podamos ubicarte:

Teléfono 1:		Dejar mensaje a:	
Teléfono 2:		Dejar mensaje a:	

Tu correo electrónico es: \_\_\_\_\_ @ \_\_\_\_\_ @

La dirección de la casa donde vives es: \_\_\_\_\_

Distrito: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_ Departamento \_\_\_\_\_

## III. INFORMACION EDUCATIVA DEL JOVEN

¿Cuál es el último año de estudios que aprobaste?

1: Primaria  1°  2°  3°  4°  5°  6°

2: Secundaria  1°  2°  3°  4°  5°

Hasta la fecha ¿has culminado alguna carrera universitaria o no universitaria?  Si (continuar)  No (Pase a la siguiente pregunta)

Universitaria	<input type="text"/>	No Universitaria	<input type="text"/>
---------------	----------------------	------------------	----------------------

Durante el último año (Desde la fecha de entrevista de acreditación)

2. ¿Has estudiado?  Sí  No  (pasar a siguiente pregunta)  
 ¿vienes estudiando?:

Nivel	Modalidad						
Curso		Horas semanales		Semanas estudio		Total horas	
Superior universitario	Presencial	Horas semanales		Semanas estudio		Total horas	
	Distancia	Ciclos estudiados				> a 1 ciclo	
						< / = a 1 ciclo	
Superior no universitario		Horas semanales		Semanas estudio		Total horas	

**IV. RESUMEN DE LA FOCALIZACIÓN (Marque con una X en la columna que corresponda)**

Sede	Criterios de Evaluación	Cumple	No cumple
Todas las Unidades Zonales	Evaluación Socioeconómica de hogares (Elegible Sisfoh)		
	No ha estudiado un curso u oficio mayor de 480 horas, a nivel de CETPROS, IST'S O Universidades/No se encuentra en el colegio		
	No es desertor ni beneficiario de algún curso o convocatoria del Programa Jóvenes a la Obra		
Condición final		Acreditado Seleccionado	No acreditado

Aplicación de Ficha Socioeconómica  SI  No

Observaciones: -

---



---



---

Nombre del Evaluador:



**F0C - 02: FICHA INFORMATIVA**



CÓDIGO		
--------	--	--

APELLIDOS Y NOMBRES		/ /													
TIPO Y N° DE DOCUMENTO	DNI N°								Telefono 1:					Dejar mensaje a :	
									Telefono 2:					Dejar mensaje a :	
LA DIRECCIÓN DE LA CASA DONDE VIVES ES:								Telefono 3:					Dejar mensaje a :		
								CORREO ELECTRÓNICO:					@		
								CORREO ELECTRÓNICO:					@		
DISTRITO:	PROVINCIA:							DNI Padre:					Fecha de Nac.		
DPTO:								DNI Madre:					Fecha de Nac.		
CENTRO POBLADO:															

Dibuja un plano o croquis donde nos indiques como podemos llegar a tu casa (sólo desde la avenida más conocida o paradero cercano hasta tu casa)

Nota: No te olvides de indicar las referencias de: colegios, postas, iglesias, mercados, canchitas, etc

Indica las siguientes referencias para llegar a tu casa  
Avenida más conocida cercana a tu casa y el paradero donde bajas:

\_\_\_\_\_  
Líneas de transporte, combis, ómnibus, o colectivos que pasan por el paradero o avenida más cercana a tu casa.

\_\_\_\_\_  
Avenida principal (céntrica) o paradero donde tomar las combis, ómnibus o colectivos que llevan a tu casa (desde el Ministerio de Trabajo)

\_\_\_\_\_  
Menciona lugares conocidos cerca de tu casa (Ejemplo: Colegio, Posta Médica, Iglesia o Mercado)

Declaro que:

Los datos que brindo al Programa Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes a la Obra" son el fiel contenido de la verdad, son correctos y están completos. Asimismo, no he omitido ni falseado dato alguno por lo que asumo plena responsabilidad administrativa, civil y penal". Por consiguiente, acepto visiten mi domicilio cuando sea necesario asumiendo además, la responsabilidad de ser retirado del Programa.

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL JOVEN



**FOC 03: TEST DE HABILIDADES Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS (THAE)**



CÓDIGO:

CALIFICACIÓN:

**NOMBRES Y APELLIDOS:** \_\_\_\_\_

**DNI N°** \_\_\_\_\_ **FECHA:** / / \_\_\_\_\_

**INDICACIONES:**

Lee con cuidado las afirmaciones que se encuentran organizadas desde las filas "A" hasta la "T".

Marca con una "X" la afirmación con la cual te sientas identificada (o).

Recuerda que debes marcar solo un enunciado por cada fila.

<b>A</b> 1. Siempre decido solo sobre el gasto de mi dinero. <input type="checkbox"/>	2. Consulto con mi familia para tomar decisiones sobre el uso de mi dinero. <input type="checkbox"/>
<b>B</b> 3. Sólo colaboro cuando me lo piden. <input type="checkbox"/>	4. Siempre colaboro así no me lo pidan. <input type="checkbox"/>
<b>C</b> 5. Deseo tener un negocio porque quiero tener dinero. <input type="checkbox"/>	6. Deseo tener un negocio para llevar una mejor vida. <input type="checkbox"/>
<b>D</b> 7. Me gusta tomar decisiones, es fácil. <input type="checkbox"/>	8. Se me hace difícil tomar decisiones. <input type="checkbox"/>
<b>E</b> 9. Prefiero situaciones fáciles y cómodas para mí. <input type="checkbox"/>	10. A pesar de los problemas, siempre salgo adelante. <input type="checkbox"/>
<b>F</b> 11. Actúo con decisión y no pienso tanto en lo que pueda ocurrir. <input type="checkbox"/>	12. Actúo con decisión y me adelanto a lo que pueda ocurrir. <input type="checkbox"/>
<b>G</b> 13. Cuando hago lo que me gusta, mis seres queridos me entienden. <input type="checkbox"/>	14. Cuando hago lo que me gusta, mis seres queridos no me apoyan. <input type="checkbox"/>
<b>H</b> 15. Siempre me esfuerzo para hacer lo que me gusta. <input type="checkbox"/>	16. He dejado de hacer lo que me gusta debido a los fracasos. <input type="checkbox"/>
<b>I</b> 17. Cuando he perdido, me ha sido difícil aceptarlo y no lo he superado del todo. <input type="checkbox"/>	18. Cuando he perdido, lo he superado pensando que después me tocará ganar. <input type="checkbox"/>
<b>J</b> 19. No me asusta lo difícil, estoy preparado para hacerle frente. <input type="checkbox"/>	20. Cuando se presenta algo difícil, no puedo enfrentarlo. <input type="checkbox"/>
<b>K</b> 21. Mis familiares y amigos tendrán que pagar por lo que compran de mi negocio. <input type="checkbox"/>	22. A mis familiares y amigos les daré fiado de mi negocio. <input type="checkbox"/>
<b>L</b> 23. Cuando realizo alguna tarea, lo hago sin la necesidad de un plan. <input type="checkbox"/>	24. Cuando realizo alguna tarea, siempre lo hago siguiendo un plan. <input type="checkbox"/>
<b>M</b> 25. Usaré el dinero necesario de mi negocio para sostener a mi familia y a mí. <input type="checkbox"/>	26. Usaré el dinero necesario de mi negocio para todo lo que mi familia necesite. <input type="checkbox"/>
<b>N</b> 27. Siempre aprendo algo en cada trabajo que tengo. <input type="checkbox"/>	28. Solo trabajo para ganar dinero, no me importa aprender. <input type="checkbox"/>
<b>O</b> 29. Me gusta preguntar e informarme antes de tomar una decisión. <input type="checkbox"/>	30. No necesito informarme para tomar una decisión. <input type="checkbox"/>
<b>P</b> 31. No me gusta negociar, prefiero hacer lo que otros me digan. <input type="checkbox"/>	32. Me gusta negociar, siempre gano. <input type="checkbox"/>
<b>Q</b> 33. Me gusta arriesgarme ante una buena oportunidad. <input type="checkbox"/>	34. No me gusta arriesgarme, aun cuando puedo salir ganando. <input type="checkbox"/>
<b>R</b> 35. Tengo problemas para expresar mis ideas. <input type="checkbox"/>	36. Cuando converso, entiendo y me entienden todos. <input type="checkbox"/>
<b>S</b> 37. Me adapto fácilmente a los cambios. <input type="checkbox"/>	38. Me cuesta mucho adaptarme a los cambios. <input type="checkbox"/>
<b>T</b> 39. Cuando he prestado dinero, pido garantías y me aseguro que me paguen. <input type="checkbox"/>	40. Cuando he prestado dinero, no he podido recuperarlo por completo. <input type="checkbox"/>

\_\_\_\_\_ Firma de postulante

Huella digital



### CALIFICACIÓN FINAL DEL THAE



#### INSTRUCCIONES:

La calificación debe ser realizada solo por el personal focalizador del Programa y/o

Proyecto

Si el joven postulante marcó el enunciado correcto, se deberá marcar "X".

Si las claves marcadas por los jóvenes no coinciden con los enunciados acertados, se debe colocar cero ("0")

Sumar todas las respuestas correctas y colocar el total obtenido

ENUNCIADOS ACERTADOS	CLAVES REGISTRADAS POR EL POSTULANTE
A	2
B	3
C	6
D	7
E	10
F	12
G	13
H	15
I	18
J	19
K	21
L	24
M	25
N	27
O	29
P	31
Q	33
R	36
S	37
T	39
<b>TOTAL</b>	

#### Habilidades y aptitudes priorizadas en el "Test de Habilidades y Actitudes Emprendedoras" (THAE)

MOTIVACIÓN PARA INICIAR O MEJORAR UN NEGOCIO	2.- Consulta con mi familia para tomar decisiones sobre el uso de mi dinero. 3.- Sólo colaboro cuando me lo piden.
CAPACIDAD DE ASUMIR RIESGOS	6.- Deseo tener un negocio para llevar una mejor vida. 7.- Me gusta tomar decisiones, es fácil.
PERSEVERANCIA Y CAPACIDAD DE ENFRENTAR CRISIS	10.- A pesar de los problemas, siempre salgo adelante. 12.- Actúo con decisión y me adelanto a lo que pueda ocurrir.
ACTITUD HACIA Y DE LA FAMILIA	13.- Cuando hago lo que me gusta, mis seres queridos me entienden. 15.- Siempre me esfuerzo para hacer lo que me gusta.
EVALUAR RIESGOS	18.- Cuando he perdido, lo he superado pensando que después me tocará ganar. 19.- No me asusta lo difícil, estoy preparado.
HABILIDAD PARA CONCILIAR CON LA FAMILIA Y NEGOCIOS	21.- Mis familiares y amigos tendrán que pagar por lo que compran de mi negocio. 24.- Cuando realizo alguna tarea, siempre la hago bien.
HABILIDAD PARA TOMAR DECISIONES	25.- Usaré el dinero necesario de mi negocio para sostener a mi familia y a mí. 27.- Siempre aprendo algo en cada trabajo.
CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DEL NEGOCIO	29.- Me gusta preguntar e informarme antes de tomar una decisión. 31.- No me gusta negociar, prefiero hacer lo que me gusta.
HABILIDAD PARA NEGOCIAR	33.- Me gusta arriesgarme ante una buena oportunidad. 36.- Cuando converso, entiendo y me explico.
INICIATIVA	37.- Me adapto fácilmente a los cambios. 39.- Cuando he prestado dinero, pido ganancias.

(\*) En los casos en que los puntajes alcanzados coincidan, se priorizará a los postulantes con los siguientes criterios y respectivo orden: jóvenes jefes de hogar con carga familiar, igualdad de género y discapacidad.

## ANEXO 2: LISTA DE BENEFICIARIOS DEL MARCO POBLACIONAL

**CUADRO CONSOLIDADO DE LISTA DE BENEFICIARIOS DEL PROYECTO:  
"JOVENES EMPRENDEN NEGOCIOS EXITOSOS EN LA REGION TACNA - JENE TACNA"**

Código del Proyecto: C-13-37

Nombre del Proyecto: JOVENES EMPRENDEN NEGOCIOS EXITOSOS EN LA REGIÓN DE TACNA

Institución Ejecutora: JOGRAMA NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL "JÓVENES PRODUCTIVOS"

Duración del Proyecto: 18 MESES

Fecha inicio: 07 DE JULIO DEL 2014

RELACION DE ASISTENCIA AL 30 DE NOVIEMBRE 2015

N°	Fecha de incorporación al proyecto	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	DNI	Distrito	Dirección (completa) 1/.
1	30/09/2014	ARAPA	PARI	SARA KELLY	76306615	TACNA	CALLE MAYTA CAPAC N° 413
2	30/09/2014	CATACORA	MAYTA	LUIS ALBERTO	73817750	TACNA	AOC EL ALTIPLANO MZ D LTE 12
3	29/10/2014	CATUNTA	VENTURA	GRABIEL PAULINO	45532731	PALCA	ANEXO ATASPACA S/N
4	31/10/2014	CHAMBE	TAPIA	HERMELINDA	71345115	PALCA	ANEXO ATASPACA S/N
5	24/10/2014	CHIPANA	COAQUIRA	JUAN DIEGO	47402615	CIUDAD NUEVA	ASOC. VIV. 28 DE AGOSTO MZ 307 LTE 9
6	28/10/2014	CHIPANA	ANCACHI	ELOY	75931116	TACNA	AV. SAUCINI S/N (CUARTEL ALBARRACIN)
7	14/10/2014	COTRADO	QUISPE	CARLOS EDSON	46924477	TACNA	CALLE SAN MARCOS N° 530
8	30/09/2014	MAMANI	FELICIANO	KARIN LIZBETH	47315139	CIUDAD NUEVA	COMITÉ 28 MZ. 159 LT. 25
9	24/10/2014	MAMANI	MAMANI	DAVID	48268346	TACNA	AV. COLLLA S/N (CUARTEL TARAPACA)
10	24/10/2014	MAMANI	PACCO	VICTOR	46775133	TACNA	AV. COLLLA S/N (CUARTEL TARAPACA)
11	24/10/2014	MAMANI	PACCO	ELMER	73651803	TACNA	AV. COLLLA S/N (CUARTEL TARAPACA)
12	29/10/2014	MAMANI	ONOFRE	VIVIANA CELESTINA	47187462	PALCA	AV. INTERNACIONAL COLLLA LA PAZ S/N
13	29/10/2014	MELCHOR	MAMANI	MAGDALENA ISABEL	43099092	PALCA	COMUNIDAD VILAVILANI S/N
14	24/10/2014	MONROY	TORRES	DANIEL JULIO	71391023	ALTO DE LA ALIANZA	ASOC. VILLA EL ARENAL MZ 129 LTE 9 SECTOR
15	31/10/2014	QUILLA	HUANCA	DAVID	48385923	TACNA	AV. COLLLA S/N (CUARTEL TARAPACA)
16	28/10/2014	RAMOS	CONDORI	MARIA MERCEDES	48014966	ALTO DE LA ALIANZA	MANUEL A ODRIA MZ D LTE 05
17	24/10/2014	ROJAS	TUESTA	MARDIN	73478304	TACNA	AV. COLLLA S/N (CUARTEL TARAPACA)
18	30/10/2014	TALACE	VICENTE	JHONATAN YOVER	71664689	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VISTA ALEGRE MZ 10 LTE 23
19	24/10/2014	TICONA	AFARAYA	WILBER	76582275	TACNA	VILLA BELEN MZ G LT 09
20	30/09/2014	VILCA	ZAVALA	LUIS ENRIQUE	74374594	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VISTA ALEGRE MZ 46 LTE 46
21	30/09/2014	ALARCON	LIMACHE	ADAN MAURICIO	43567624	TACNA	AVDA. 2 DE MAYO N° 644
22	22/10/2014	ALMANZA	MAMANI	DENIA YANETH	73538149	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. PASEO DE LOS HEROES MZ 545 LTE
23	29/10/2014	ANCHAPURI	CHOQUE	DENIS ANTONY	76204221	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. JAIME YOSHIYAMA SECT. II MZ E LTE 33
24	30/09/2014	ARMESTAR	PRECIADO	ANGIE GLADYS	70411200	POCOLLAY	ASOC. VIV. NUEVO SAN JUAN 2001 MZ. E LT. 04
25	30/09/2014	AUSEJO	CALIZAYA	JOSE MIGUEL	46102403	POCOLLAY	AVDA. ALFONSO UGARTE N° 178
26	31/10/2014	CHOQUE	LARICO	JULIO CESAR	47817270	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. TRABAJADORES UNIDOS DE CONST
27	02/10/2014	CUNURANA	QUISPE	JULIO ALBERTO	47582529	POCOLLAY	AVDA. CELESTINO VARGAS S/N FUNDO EL YAR
28	31/10/2014	GALARZA	HUMPIRE	LOURDES MARLENY	44293698	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VISTA ALEGRE MZ 12 LTE 19
29	30/10/2014	GUEVARA	LUPACA	LENIN	45305957	POCOLLAY	ASOC. VIV. JERUSALEN EN NUEVA ESPERANZA
30	30/09/2014	LUPACA	GARCIA	JOSE ALFREDO	71528012	TACNA	CECOAVI MZ 35 LTE 33
31	13/10/2014	MACHACA	MEDINA	SARA LORENA	71041135	TACNA	AVDA. JOSE TORIBIO ARA N° 981
32	30/09/2014	MAMANI	COLQUE	MILAGROS PAOLA	70048852	TACNA	CALLE 8 DE DICIEMBRE N° 1725
33	30/09/2014	PALOMINO	CHOQUE	WILBER	70053978	TACNA	CALLE PATRICIO MELENDEZ N° 637
34	30/09/2014	PARI	QUISPE	VIANNEY ORLANDO	48219336	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. 23 DE JUNIO "B" MZ. 321 LT. 31
35	30/09/2014	QUISPE	JARRO	YONATAN ENRIQUE	47236519	TACNA	ASOC. VIV. GUIZA HUME LT. E 10
36	31/10/2014	ROSAS	HERNANDEZ	TOMAS MIGUEL	71908598	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. SAN FRANCISCO MZ 23 LTE 16
37	31/10/2014	TANCARA	MONTOYA	GABRIELA	44268339	POCOLLAY	AV. LOS PRODUCTORES S/N
38	28/10/2014	TARQUI	JIMENEZ	GERMAN ARTEMIO	48473696	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. LOS ROBLES MZ R3 LTE 55
39	22/10/2014	TENEMAS	CABEZAS	ROCIO VICTORIA	76380382	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. CIUDAD DE PAZ MZ. 503 LT. 23
40	30/09/2014	TUESTA	RIS	LILIBETH	44692520	TACNA	CALLE DEUSTUA N° 818 - INTERIOR 102
41	03/10/2014	AYZA	YUPANQUI	JAVIER JUNIOR	46980965	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. ALTO MONTERREY MZ. 408 LT. 34
42	31/10/2014	BENITO	CHOQUE	ELVA SATURNINA	45493577	TACNA	ASOC. SEÑOR DE LOCUMBA MZ F LTE 12
43	29/10/2014	CHAMBI	MAMANI	YESU ANDREE	47573351	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. LAS BEGONIAS MZ B3 LTE 16
44	30/09/2014	ESCOBAR	IRAHOLA	ALEJANDRA VERENICE	74167758	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. LAS AMERICAS MZ. S LT. 2
45	08/10/2014	ESPINOZA	QUISPE	MARY LUZ	72426647	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. PROMUVI SEÑOR DE LOS MILAGROS
46	31/10/2014	ESPINOZA	SILVA	ANGHELLA MILAGROS	43933738	TACNA	CPM BOLOGNESI PASAJE SUCRE 235-A
47	30/10/2014	FERRO	BUSTAMANTE	ALEXANDER	44047326	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. PROMUVI LA UNION MZ 117 LTE 6
48	09/10/2014	FLORES	FUR	ROXANA MARIBEL	43702567	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. VILLA KABUL B MZ. 122 LT. 13
49	16/10/2014	FLORES	CASTRO	HILDA	43551389	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. BENEDICTO XVI MZ. A LT. 11
50	30/09/2014	GODOY	RODRIGUEZ	OLGA	46261709	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. JUNTA DE COMPRADORES ARUNTA
51	30/09/2014	JARECCA	CCALLO	MIGUEL TEOFILO	72285853	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. PAGO SILPAY MZ. C LT. 07
52	10/10/2014	JIMENEZ	CUTIPA	NILDA EUSEBIA	70771366	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. 6 DE ENERO MZ. 504 LT. 28
53	30/09/2014	LAURA	CONDORI	LORENA	73068443	TACNA	ASOC. VIV. VILLA CRISTO REY MZ. 15 LT. 41
54	29/10/2014	LIMA	CONDORI	GUSTAVO ADOLFO	71583846	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. EL MORRO MZ H LTE 26
55	30/09/2014	MAMANI	JIMENEZ	ERIKA LUZ	46425606	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. LAS BEGONIAS MZ. 05 LT. 22
56	13/10/2014	MONTALVAN	MORI	CINDY NAHIR LIZ	73350120	GREGORIO ALBARRACIN L	ASOC. VIV. VISTA ALEGRE MZ. 45 LT. 11

57	30/09/2014	MUCHA	GARIBOTO	SHIRLEY KATERINE	70839533	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. VIV. 23 DE JUNIO MZ. 324 LT. 20
58	31/10/2014	SAIRITUPA	PAUCCARA	RAQUEL	48125829	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. VILLA DEL SUR HABITAD GRUPO II MZ R
59	27/10/2014	UCROS	TUPAC	FLOR ANYELA	43374275	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC VIV CIUDAD DE PAZ MZ 503 LTE 07
60	31/10/2014	VILLALBA	CHALLO	MAURICIO ALONSO	46874939	TACNA	PJ. BOLOGNESI MZ C LTE 4
61	30/09/2014	APAZA	CONDORI	ERICK SAUL	70359865	CIUDAD NUEVA	ASOC. VIV. ALTO HORIZONTE MZ. I LT. 24
62	10/10/2014	APAZA	CAMA	ELSA	73538323	CIUDAD NUEVA	ASOC. VIV. 28 DE AGOSTO MZ. 362 LT. 7
63	24/10/2014	ARCE	FLORES	JUAN CARLOS	76044981	TACNA	AV. COLLPA S/N (CUARTEL TARAPACA)
64	31/10/2014	BELANDRES	GUTIERREZ	TOMAS MARTIN	77467361	TACNA	CALLE GRAL. DEUSTUA N°364 DPTO 305
65	30/10/2014	CABRERA	YAPUCHURA	JHON OMAR	73527429	CIUDAD NUEVA	CIUDAD NUEVA CTE 31 MZ 145
66	22/10/2014	CAMA	GOMEZ	ESTEFANIA MARCELA	71950221	CIUDAD NUEVA	ASOC. CIUDAD BLANCA MZ ALTE 15
67	28/10/2014	CAYTANO	SOSA	ERICK JESUS	71196355	GREGORIO ALBARRACÍN L	ALFONSO UGARTE II ETAPA MZ. N3 LT. 12
68	31/10/2014	CHOQUECOTA	MAMANI	BETSY JUANA	47065840	TACNA	AV. TARATAN° 430 CERCADO
69	31/10/2014	FERNANDEZ	LOPE	JIMMY RUBEN	48409572	ALTO DE LA ALIANZA	ASOC. A. FUJIMORI MZ G LTE 8
70	30/09/2014	PHALA	CUSI	RUTH NOEMI	47592524	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. VIV. 24 DE JUNIO MZ. D LT. 16
71	30/09/2014	QUIROZ	MOLINA	MANUEL GUILLERMO	74498986	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. VIV. HEROES DEL CENEPA MZ. E LT. 21
72	30/09/2014	QUISPE	MAMANI	MARIA MERCEDES	70016762	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. VIV. VISTA ALEGRE MZ. 23 LT. 20
73	24/10/2014	QUISPE	CCORI	ELMER	48372577	TACNA	AV. COLLPA S/N (CUARTEL TARAPACA)
74	30/09/2014	RAMOS	SANDOVAL	EDALIT SORAIDA	45599458	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. VIV. VILLA EL PUENTECITO MZ. 6 LT. 6
75	24/10/2014	RENGIFO	FASABI	HEINERMAN	73452430	TACNA	AV. COLLPA S/N (CUARTEL TARAPACA)
76	30/09/2014	ROSAS	QUISPE	LISBET ROXANA	45114787	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. VIV. VILLA EL GRADUADO BASADRINO MZ
77	30/09/2014	SAMILLAN	FERNANDEZ	JACKELIN PAOLA	72766401	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC VISTA ALEGRE MZ 23 LTE 7
78	30/10/2014	TANCARA	MONTOYA	YENNY ROSALIA	47880204	POCOLLAY	AV. PRODUCTORES S/N
79	03/10/2014	TICAHUANCA	CHAMBILLA	YULITZA	76619181	GREGORIO ALBARRACÍN L	CIUDAD FUTURA MZ 100 LTE 3
80	30/09/2014	YAPU	SOTO	REYNALDO	70336698	ALTO DE LA ALIANZA	CALLE KENNEDY 1127
81	09/10/2014	ALARCON	CHAMBILLA	LUCILA	43395266	ALTO DE LA ALIANZA	ASOC. VIV. BUENA VISTA B-18
82	30/09/2014	CARDOZA	CALDERON	JUNIOR BRAYAN	70836168	ALTO DE LA ALIANZA	ASOC. VIV. VIRGEN DE LA ASUNTAMZ. D LT. 11
83	30/09/2014	CATACHURA	GALARZA	LESLIE CAROLINA	47177322	CIUDAD NUEVA	ASOC. VIV. 28 DE AGOSTO MZ. 353 LT. 27
84	24/10/2014	CHIPANA	MAMANI	DIEGO ARMANDO	70836298	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. JAVIER NORIEGA MZ B LTE 7
85	30/09/2014	COAQUIRA	CHINO	JOSE SAMUEL	46973624	ALTO DE LA ALIANZA	COOP. GREGORIO ALBARRACIN MZ. C LT. 16
86	30/10/2014	CONDORI	MAMANI	MARLENY	43252971	CIUDAD NUEVA	ASOC MARISCAL NIETO MZ F LTE 5
87	30/09/2014	DURAND	TARQUI	EDITH	48217375	TACNA	CALLE TACNA N° 281
88	08/10/2014	ESPINOZA	TICONA	ALFREDO	61442441	ALTO DE LA ALIANZA	ASOC. VIV. ALTO BELLAVISTA MZ. C LTE. 7
89	24/10/2014	FERNANDEZ	CATARI	YONY	71946633	ALTO DE LA ALIANZA	AV. SAUCINI S/N (CUARTEL ALBARRACIN)
90	30/09/2014	FLORES	GUTIERREZ	MODESTA VERONICA	44970514	ALTO DE LA ALIANZA	PJ. SAN MARTIN MZ N LTE 21
91	22/10/2014	GUERREROS	HUANCA	KARINA ESTEFANY	76804969	CIUDAD NUEVA	VILLA EL TRIUNFO MZ 329 COMITÉ 3 LTE 13
92	24/10/2014	HANCCO	TICONA	ROMARIO MAYCOL	70124091	ALTO DE LA ALIANZA	ACOS. BUENA VISTA MZ H LTE 5
93	30/09/2014	HUARAHUARA	RAMOS	ELIA NUBELUZ	70023348	ALTO DE LA ALIANZA	URB. MANUEL A. ODRIA MZ. C LT. 10
94	30/09/2014	MAMANI	TUNQUI	DORIS	45102512	CIUDAD NUEVA	ASOC. VIV. 1° DE MAYO MZ. H LT. 32
95	11/10/2014	MONTES	CHUCTAYA	ANGELO ELARD	70023089	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. LAS AMERICAS MZ C LTE 25
96	01/10/2014	PEREZ	JARRO	PETRONILA MARTINA	60167762	ALTO DE LA ALIANZA	ASOC. VIV. JORGE BASADRE MZ. D LT. 1
97	31/10/2014	PEREZ	SALAS	DANIEL JORGE	71730825	GREGORIO ALBARRACÍN L	ASOC. PROMUVI LA UNION II ETAPA MZ 156 LTE
98	03/10/2014	QUISPE	AROCUTIPA	MARIA JOAQUINA	46093066	ALTO DE LA ALIANZA	ASOC. VIV. CAMINOS DE PAZ 8 DE OCTUBRE MZ
99	31/10/2014	ROQUE	HUACCA	MARIA DEL ROSARIO	47596409	ALTO DE LA ALIANZA	ASOC ALTO BELLAVISTA MZ B LTE 12
100	30/09/2014	SAGUA	MAMANI	SASHA GEORGINA	73772330	CIUDAD NUEVA	ASOC. VIV. 28 DE AGOSTO MZ. 395 LT. 7
101	02/10/2014	AGUILAR	QUISPE	MABEL	47297556	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. VIV. 15 DE JULIO MZ. 360 LT. 21
102	30/09/2014	APAZA	COJOMA	JULIO MIGUEL	47560148	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. VIV. CORAZON DE MARIA MZ. 327 LT. 04
103	02/10/2014	BANEGAS	TOHALA	MIGUEL ANGEL	72174304	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. VIV. VILLA 15 DE FEBRERO MZ. 2 LT. 6
104	30/09/2014	CCORI	MAMANI	ROSA SOLANIA	47819465	CIUDAD NUEVA	COMITÉ 24 MZ. 115 LT. 13
105	06/10/2014	CHIPOCO	ZAVALA	KATHERINE YAIHAYRA	45565269	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ALFONSO UGARTE II ETAPA MZ. C4 LT. 37
106	07/10/2014	CHOQUE	CABRERA	LIDIA GLADYS	47346045	TACNA	CALLE PIZARRO N° 899 - PARA CHICO
107	30/09/2014	FLORES	CALLE	BREYDY AUGUSTO	71575302	ALTO DE LA ALIANZA	PJ. SAN MARTIN MZ. 15 LT. 11
108	02/10/2014	IDME	HUARACALLO	BRAULIO	44531534	TACNA	AVDA. INDUSTRIAL MZ. J LT. 18
109	23/10/2014	LAIMÉ	CHUCUYA	RAMON MIGUEL	60172573	TACNA	AV. COLLPA S/N (CUARTEL TARAPACA)
110	03/10/2014	LARICO	GONZALES	NOEMY	48656920	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. VIV. 1° DE MAYO MZ. D LT. 13
111	30/09/2014	LOPEZ	CABALLERO	ASCENCIO	77126376	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. VIV. VILLA DEL NORTE MZ. 140 LT. 22
112	30/09/2014	MACEDO	RAMIREZ	RENDER	74855557	TACNA	JIR JONES S/N ESCUADRON DE COMANDO
113	29/10/2014	MAMANI	MELCHOR	PERCY ELVIS	71311239	PALCA	COMUNIDAD VILAVILANI S/N
114	29/10/2014	MAMANI	ZAVALA	GERMAN	43807657	PALCA	COMUNIDAD VILAVILANI S/N
115	10/10/2014	MARIACA	FLORES	VILMA MERY	47443820	CIUDAD NUEVA	ASOC. VIV. CIUDAD ALTA MZ. D LT. 4
116	31/10/2014	PARI	RAMOS	MARCO ANTONIO	70573591	PALCA	ANEXO ATASPACA S/N
117	30/09/2014	QUISPE	ROMERO	WILLIAN ALBERTH	70370843	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. VIV. LAS BEGONIAS MZ. 01 LT. 43
118	30/09/2014	QUISPE	GUTIERREZ	JUNIOR JULIO	76655612	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. VIV. CIUDAD DE PAZ MZ. 521 LT. 15
119	30/09/2014	QUISPE	LLICA	OSCAR	72120709	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. VIV. 23 DE JUNIO MZ. 316 LT. 13
120	10/10/2014	RAMOS	PERCA	CARLOS RAFAEL	70307770	CALANA	AVDA. GENERAL VARELA S/N
121	31/10/2014	RODRIGUEZ	NAPURI	MIGUEL JOSE	48666362	TACNA	AV. COLLPA S/N (CUARTEL TARAPACA)
122	31/10/2014	TARAPA	FLORES	NORRINS IBOLO	73826820	TACNA	CALLE VICTOR RAUL HAYA DE LA TORRE 2045
123	30/09/2014	TORRES	ABANTO	MARIA GUISELLA	47747492	TACNA	PJ. AUGUSTO B. LEGUÍA MZ. K LT. 14
124	30/09/2014	VICHATA	PEREZ	ROXANA MILAGROS	47023744	CIUDAD NUEVA	ASOC. VIV. 28 DE AGOSTO MZ. 345 LT. 63
125	29/10/2014	YANA	GOMEZ	MARY CRUZ	48355835	GREGORIO ALBARRACÍN LANC	ASOC. JAIME YOSHIIYAMA MZ H LT8



## ANEXO 3: LISTA DE BENEFICIARIOS ENCUESTADOS

Codigo de Proyecto	Codigo de Encuesta	Nombre completo del beneficiario	N° de DNI	SEXO	EDAD
C-13-37	1	Alarcón Chambilla, Lucila	43395266	Mujer	30
C-13-37	2	Alarcon Limache, Adan Mauricio	43567624	Hombre	29
C-13-37	3	Almanza Mamani, Denia Yaneth	73538149	Mujer	19
C-13-37	4	Anchapuri Choque, Denis Antony	76204221	Hombre	21
C-13-37	5	Apaza Cama, Elsa	73538323	Mujer	20
C-13-37	6	Apaza Condori, Erick Saul	70359865	Hombre	24
C-13-37	7	Arapa Pari, Sara Kelly	76306615	Mujer	20
C-13-37	8	Armeslar Preciado, Angie Gladys	70411200	Mujer	20
C-13-37	9	Ausejo Calizaya, Jose Miguel	46102403	Hombre	26
C-13-37	10	Ayza Yupanqui, Javier Junior	46980965	Hombre	24
C-13-37	11	Belandres Gutierrez, Tomas Martin	77467361	Hombre	20
C-13-37	12	Benito Choque, Elva Saturnina	45493577	Mujer	27
C-13-37	13	Cabrera Yapuchura, Jhon Omar	73527429	Hombre	21
C-13-37	14	Cama Gomez, Estefania Marcelia	71950221	Mujer	21
C-13-37	15	Cardoza Calderon, Junior Brayán	70836168	Hombre	19
C-13-37	16	Catachura Galarza, Leslie Carolina	47177322	Mujer	24
C-13-37	17	Catacora Mayta, Luis Alberto	73817750	Hombre	22
C-13-37	18	Caytano Sosa, Erick Jesus	71196355	Hombre	20
C-13-37	19	Chambi Mamani, Yesu Andree	47573351	Hombre	23
C-13-37	20	Chipana Ancachi, Eloy	75931116	Hombre	20
C-13-37	21	Chipana Coaquira, Juan Diego	47402615	Hombre	23
C-13-37	22	Chipana Mamani, Diego Armando	70836298	Hombre	20
C-13-37	23	Choquecota Mamani, Betsy Juana	47065840	Mujer	25
C-13-37	24	Coaquira Chino, Jose Samuel	46973624	Hombre	23
C-13-37	25	Cotrado Quispe, Carlos Edson	46924477	Hombre	26
C-13-37	26	Cunurana Quispe, Julio Alberto	47582529	Hombre	23
C-13-37	27	Duran Tarqui, Edith	48217375	Mujer	21
C-13-37	28	Espinoza Ticona, Alfredo	61442441	Hombre	20
C-13-37	29	Espinoza Quispe, Mary Luz	72426647	Mujer	20
C-13-37	30	Espinoza Silva, Anghella Milagros	43933738	Mujer	29
C-13-37	31	Fernandez Catari, Yony	71946633	Hombre	20
C-13-37	32	Fernandez Lope, Jimmy Ruben	48409572	Hombre	21
C-13-37	33	Flores Castro, Hilda	43551389	Mujer	29
C-13-37	34	Flores Fur, Roxana Maribel	43702567	Mujer	29
C-13-37	35	Flores Gutierrez, Modesta Veronica	44970514	Mujer	28
C-13-37	36	Galarza Humpire, Lourdes Marleny	44293698	Mujer	29
C-13-37	37	Godoy Rodriguez, Olga	46261709	Mujer	26
C-13-37	38	Guerreros Huanca, Karina Estefany	76804969	Mujer	20
C-13-37	39	Hancoo Ticona, Romario Maycol	70124091	Hombre	20
C-13-37	40	Huarahuara Ramos, Elia Nubeluz	70023348	Mujer	21
C-13-37	41	Jarecca Ccallo, Miguel Teofilo	72285853	Hombre	20
C-13-37	42	Jimenez Cutipa, Nilda Eusebia	70771366	Mujer	19
C-13-37	43	Laura Condori, Lorena	73068443	Mujer	23
C-13-37	44	Lima Condori, Gustavo	71583846	Hombre	24
C-13-37	45	Lupaca Garcia, Jose Alfredo	71528012	Hombre	23
C-13-37	46	Mamani Colque, Milagros Paola	70048852	Mujer	20
C-13-37	47	Mamani Feliciano, Karin Lizbeth	47315139	Mujer	24
C-13-37	48	Mamani Jimenez, Erika Luz	46425606	Mujer	25
C-13-37	49	Mamani Tunqui, Doris	45102512	Mujer	27

C-13-37	50	Melchor Mamani, Magdalena Isabel	43099092	Mujer	30
C-13-37	51	Montalvan Mori, Cindy Nahir	73350120	Mujer	22
C-13-37	52	Montes Chuctaya, Anyelo Elard	70023089	Hombre	22
C-13-37	53	Mucha Gariboto, Shirley Katerine	70839533	Mujer	19
C-13-37	54	Palomino Choque, Wilber	70053978	Hombre	26
C-13-37	55	Perez Jarro, Petronila Mara	60167762	Mujer	24
C-13-37	56	Perez Salas, Daniel Jorge	71730825	Hombre	22
C-13-37	57	Phala Cusi, Ruth Noemi	47592524	Mujer	24
C-13-37	58	Quiroz Molina, Manuel Guillermo	74498986	Hombre	21
C-13-37	59	Quispe Arocutipá, Maria Juaquina	46093066	Mujer	26
C-13-37	60	Quispe Jarro, Yonathan Enrique	47236519	Hombre	24
C-13-37	61	Quispe Mamani, Maria Mercedes	70016762	Mujer	22
C-13-37	62	Ramos Condori, Maria Mercedes	48014966	Mujer	22
C-13-37	63	Ramos Sandoval, Edalit Soraida	45599458	Mujer	27
C-13-37	64	Roque Huacca, Maria del Rosario	47596409	Mujer	24
C-13-37	65	Rosas Hernandez, Tomas Miguel	71908593	Hombre	24
C-13-37	66	Rosas Quispe, Lisbet Roxana	45114787	Mujer	27
C-13-37	67	Sagua Mamani, Sasha Georgina	73772330	Mujer	22
C-13-37	68	Sairitupa Paucara, Raquel	48125829	Mujer	22
C-13-37	69	Samillan Fernandez, Jackelin Paola	72766401	Mujer	20
C-13-37	70	Talace Vicente, Jhonatan	71664689	Hombre	22
C-13-37	71	Tancara Montoya, Gabriela	44268339	Mujer	28
C-13-37	72	Tancara Montoya, Yeny Rosalia	47880204	Mujer	22
C-13-37	73	Tarqui Jimenez, German Artemino	48473696	Hombre	21
C-13-37	74	Ticahuanca Chambilla, Yuliza	76619181	Mujer	20
C-13-37	75	Tuesta Iris, Lilibeth	44692520	Mujer	29
C-13-37	76	Ucros Tupac, Flor Anyela	43374275	Mujer	30
C-13-37	77	Vilca Zavala, Luis Enrique	74374594	Hombre	21
C-13-37	78	Villalba Chalco, Mauricio Alonso	46874939	Hombre	25
C-13-37	79	Yapu Soto, Reynaldo	70336698	Hombre	26

**ANEXO 4: INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS APLICADOS EN EL EEF**

**ENCUESTA SOCIO ECONÓMICA Y DE EMPRENDIMIENTO - LÍNEA 3  
EVALUACIÓN FINAL - 13° CONCURSO**



Código de proyecto  # de encuesta

**A. DATOS GENERALES DEL BENEFICIARIO**

A.1 Nombre completo  A.2 No. de DNI

**B. CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO**

B.1 Desde que empezó el proyecto .... (mencionar nombre) hasta el día de hoy, ¿has estudiado algún curso de corta duración?  
1 Si  2 No  (Ir a C.1)

B.2 Curso seguido	B.3 Código
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

**C. CONDICIÓN DE ACTIVIDAD**  
(Período de referencia: .....

C.1 Del (día).... al (día).... del (mes) .... ¿eras el dueño o socio de un negocio/taller/empresa? 1 Si  (Ir a C.6) 2 No

C.2 Del (día).... al (día).... del (mes) .... ¿trabajaste en un negocio/taller/empresa de tu familia? 1 Si  (Ir a C.6) 2 No

C.3 Del (día)... al (día) ... del (mes) .... ¿realizaste algún trabajo o cachuelo? 1 Si  (Ir a D.1) 2 No

C.4 Aunque no trabajaste en ese período, ¿tenías algún trabajo al que seguramente ibas a volver? 1 Si  (Ir a D.1) 2 No

C.5 ¿Por qué no buscaste algún trabajo? (Ir a F.1)

- |   |  |  |
|---|--|--|
| 1 No hay trabajo <input type="checkbox"/>     | 4 Falta de experiencia <input type="checkbox"/>        | 7 Las tareas del hogar se lo impidieron <input type="checkbox"/> |
| 2 Se cansó de buscar <input type="checkbox"/> | 5 Sus estudios no lo permiten <input type="checkbox"/> | 8 Problema de salud <input type="checkbox"/>                     |
| 3 Por su edad <input type="checkbox"/>        | 6 Falta de documentos <input type="checkbox"/>         | 9 Otro ..... <input type="checkbox"/>                            |

C.6 Si C.1=1, Además del negocio/taller, ¿realizaste del (día)... al (día).... del (mes)... algún trabajo como dependiente?

1 Si  2 No  (Ir a E.1)

C.7 ¿Cuál consideras que es tu ocupación principal?

- 1 El trabajo en el negocio  (Ir a E.1) 2 El trabajo dependiente  (Ir a D.1)

**D. OCUPACIÓN DEPENDIENTE (SOLO SI C.3=1 o C.4=1)**  
(Período de referencia: .....

D.1 ¿Cuál es la ocupación principal que desempeñaste entre el (día)..... y el (día).....?

Cod.

D.2 ¿Cuáles son las principales tareas que realizaste en tu ... (mencionar ocupación principal)?

D.3 ¿Este trabajo lo realizaste .....(leer alternativas)?

- |  |  |
|--|--|
| 1 En la chacra/negocio familiar sin pago alguno <input type="checkbox"/> | 4 En una institución del sector público <input type="checkbox"/> |
| 2 En un hogar <input type="checkbox"/>                                   | 5 Otro (especificar)..... <input type="checkbox"/>               |
| 3 En una empresa privada <input type="checkbox"/>                        |  |

D.4 ¿A qué se dedica el negocio o empresa para la que trabajaste?

Cod.

D.5 ¿Cuántas horas trabajaste del (día)..... al (día)..... en tu ocupación principal?

- |                                |                                  |                                |                               |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 1 Domingo <input type="text"/> | 3 Martes <input type="text"/>    | 5 Jueves <input type="text"/>  | 7 Sábado <input type="text"/> |
| 2 Lunes <input type="text"/>   | 4 Miércoles <input type="text"/> | 6 Viernes <input type="text"/> | 8 Total <input type="text"/>  |

D.6 ¿En tu ocupación (mencionar nombre).... te pagan... (encuestador, leer alternativas)?

- 1 Diario  2 Semanal  3 Quincenal  4 Mensual

D.7 ¿Cuánto fue el último ingreso que recibió por ..... (mencionar ocupación) en .....(mencionar frecuencia de D.6) ?

D.8 ¿Tienes seguro de salud? 1 Si, ESSALUD  2 Si, SIS  3 Si, seguro privado  4 No

D.9 Sólo si D.8=1 o 2 o 3, ¿Este seguro de salud ha sido entregado por tu empleador? 1 Si  2 No

D.10 ¿El sistema de pensiones al cuál estás afiliado es.....?

- 1 Sistema Privado de Pensiones (AFP)  2 Sistema Nacional de Pensiones (ONP)  3 Otro.....  4 Ninguno

D.11 ¿Bajo qué tipo de contrato trabajaste en esta ocupación?

- |  |  |   |
|--|--|---|
| 1 Contrato indefinido, permanente <input type="checkbox"/> | 4 Convenio de Formación Laboral Juvenil <input type="checkbox"/> | 7 Locación de Servicios, SNP <input type="checkbox"/> |
| 2 Contrato a plazo fijo <input type="checkbox"/>           | 5 Prácticas pre profesionales <input type="checkbox"/>           | 8 Otro (Especifique) ..... <input type="checkbox"/>   |
| 3 Estuvo en periodo de prueba <input type="checkbox"/>     | 6 Contrato de aprendizaje <input type="checkbox"/>               | 9 No Sabe <input type="checkbox"/>                    |

D.12 En ese trabajo, negocio o establecimiento ¿cuántas personas trabajan?

- |   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| 1 Sólo yo trabajo <input type="checkbox"/>      | 3 De 11 a 20 personas <input type="checkbox"/> | 5 De 51 a 100 personas <input type="checkbox"/>  | 7 Más de 500 personas <input type="checkbox"/> |
| 2 Menos de 10 personas <input type="checkbox"/> | 4 De 21 a 50 personas <input type="checkbox"/> | 6 De 101 a 500 personas <input type="checkbox"/> |  |

**E. SOBRE EL NEGOCIO (Sólo si C.1=1)**

E.1 ¿A qué se dedica tu negocio/taller/empresa?

Cod.

E.2 ¿En qué fecha se inició tu negocio/taller/empresa?

mes	año
<input type="text"/>	<input type="text"/>

**Nota: Encuestador, verificar la respuesta de E.3 con la información dada por el beneficiario en la línea de base.**

E.3 ¿Este negocio es el mismo que tenías antes del proyecto ... (mencionar nombre)?

1 Si  (Pasar a E.8)      2 Antes del proyecto no tenía negocio/taller/empresa       3 No

E.4 ¿Quién formó el negocio?

1 Sólo yo       3 Solo familiares       5 Familiares, socios y yo   
 2 Algún familiar y yo       4 Familiares y socios       6 Terceras personas (negocio comprado/transferido)

E.5 ¿Tú eres el único dueño del negocio o tienes socios?

1 Sí, Soy el único dueño       2 Tengo socios familiares       3 Tengo socios que no son familiares

E.6 Sólo si E.4=1, 2, 5 ¿Por qué razón decidiste formar este negocio? (respuesta múltiple)

1. No encontró trabajo asalariado       3. Por tradición familiar       5. Controlo mi tiempo   
 2. Obtiene mayores ingresos como trabajador independiente       4. Quiere ser independiente       6. Otro .....

E.7 ¿El negocio/taller/empresa está registrado como ... (leer alternativas)?

1. Persona natural con negocio propio con RUC   
 2. Persona Natural con negocio propio y Registro Único Simplificado (R.U.S)   
 3. Persona Natural con negocio propio y Régimen Especial de Impuestos a la Renta (R.E.I.R.)   
 4. Persona Jurídica como empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L.)   
 5. Ninguno

E.8 Sólo si E.4=1, 2, 5 ¿Por qué razón formó (ron) la empresa en ese giro del negocio? (respuesta múltiple)

1. Yo o uno de mis socios habíamos tenido un negocio en ese giro       6. Es un giro fácil de manejar   
 2. Yo o uno de mis socios habíamos trabajado como dependiente en ese giro       7. Es un giro rentable   
 3. Es un giro que requiere poca inversión       8. Por tradición familiar   
 4. En la zona no había muchos competidores       9. Por recomendación del proyecto   
 5. Es un giro con demanda (actual y/o potencial)       10. Otro .....

E.9 ¿Tu negocio/taller/empresa está ubicada en ..... (leer alternativas)?

1 Taller o local comercial dentro de la vivienda       5 Puesto fijo/improvisado en mercado de abastos   
 2 Local en un establecimiento diferente a la vivienda       6 En el domicilio de los clientes   
 3 En la vía pública, sin puesto fijo       7 Otro (especificar) .....   
 4 En la vía pública, puesto fijo

E.10 ¿Tu negocio cuenta con..... (leer alternativas)?      1 = Si, 2 = No

1 RUC       5 Planilla de personal       9 Cuenta bancaria   
 2 Minuta de Constitución       6 Licencia de funcionamiento       10 Cuenta de correo electrónico   
 3 Inscripción en SUNARP       7 Declaración Anual ante SUNAT       11 Página web   
 4 Libros contables       8 Inscripción en REMYPE

E.11 ¿Tu negocio entrega siempre facturas o boletas a tus clientes?

1 Sí, siempre       2 Sólo cuando el cliente lo pedía       3 Nunca

E.12 ¿Tu negocio lleva un registro de las compras a tus proveedores?

1 Si       2 No  (Ir a E.15)

E.13 Sólo si E.11=1, ¿Cómo es el registro de las compras a tus proveedores?

1 Es un registro en un libro formal y lo realizo siempre       3 Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo siempre   
 2 Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando       4 Es un registro en cuaderno de apuntes o similares y lo realizo de vez en cuando

E.14 Sólo si E.11=1, ¿el registro de compras de tus proveedores para qué te sirve?

1 Para saber cuanto gasto en el negocio       3 No lo uso para nada   
 2 Para saber la ganancia de mi negocio       4 Otro .....

E.15 ¿Qué tomas en cuenta para elegir a tus proveedores?

1 Que sean mis amigos       5 Que tengan el producto cuando lo solicito   
 2 Que me ofrezcan un producto de calidad       6 Que estén ubicados cerca de mi negocio   
 3 Que me ofrezcan descuentos       7 Que sean recomendados por un amigo/familiar   
 4 Que me ofrezcan cancelar el producto después       8 Otra .....

E.16 ¿Tu negocio lleva un registro de las ventas realizadas en tu negocio?      1 Si       2 No  (Ir a E.19)

E.17 ¿Cómo es el registro de las ventas que realizas en tu negocio?

1 Ea un registro en un libro formal y lo realizo siempre       3 Es un registro informal y lo realizo siempre   
 2 Es un registro en un libro formal y lo realizo de vez en cuando       4 Es un registro informal y lo realizo de vez en cuando

E.18 ¿El registro de ventas de tu negocio para qué te sirve?

- 1 Para saber cuanto ingresa a mi negocio  3 No lo uso para nada   
 2 Para saber la ganancia de mi negocio  4 Otro .....

E.19 En tu negocio/taller o empresa:

1= Sólo yo, 2=Yo con mis socios, 3 = Sólo mis socios, 4=Trabajadores, 5= Trabajadores y yo, 6=Otras personas, 7=No corresponde/no se realiza la actividad

- E.19.1 ¿Quién realiza la producción/venta/servicio?  E.19.5 ¿Quién determina el precio de venta de su producto/servicios?   
 E.19.2 ¿Quién controla los gastos de la empresa?  E.19.6 ¿Quién determina la ganancia de su producto/servicio?   
 E.19.3 ¿Quién decide la compra de equipos?  E.19.7 ¿Quién consigue los clientes?   
 E.19.4 ¿Quién negocia con los proveedores?

E.20 Actualmente, ¿cómo determina el precio de sus productos?

- 1 Averiguo el precio en otros negocios cercanos  3 Aplico lo aprendido en las capacitaciones brindada por el proyecto   
 2 Agrego un porcentaje de ganancia al costo del producto ..... %  4 Otro .....

E.21 ¿Haces algo para conseguir nuevos clientes? 1 Si  2 No  (Ir a E.23)

E.22 ¿Qué haces para conseguir nuevos clientes?

- 1 Reparto volantes  3 Difundo mis productos por el internet  5 Hago visitas puerta a puerta   
 2 Realizo promociones  4 Asisto a ferias  6 Otra.....

**Encuestador: En las preguntas E.23 y E.24, el período de referencia son los últimos 12 meses previos a la selección del beneficiario**

**Período de referencia: Desde ..... de 201..... hasta ..... de 201.....**

E.23 Entre (señalar el período de referencia) ¿en qué meses las ventas de su negocio fueron altas/bajas/normales? (Marcar con X donde corresponda)

Temporada	Ene.	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
Alta												
Baja												
Normal												
Ninguna producción/venta												

E.24 Entre (señalar el período de referencia) ¿Cuáles han sido las ventas por temporada de tu negocio/taller/empresa?

De esa cantidad ¿cuánto queda para ti? (En Nuevos Soles)

Entrevistador: Calcule estos montos al término de la entrevista para consistencia de la información.

Temporada	Ventas	Ganancia
Mes de temporada alta		
Mes de temporada baja		
Mes Normal		
Mes sin producción/ventas		

Nº meses con venta: 1/	Total ventas	Total ganancias
	S/.	S/.

E.25 En ... (mes previo a la salida del beneficiario del proyecto), ¿Cuántos trabajadores había en tu negocio? (no considere al beneficiario)

Tipo de trabajadores por permanencia en el negocio/taller o empresa:		
Eventuales	Permanentes	Total

Tipo de trabajadores por relación con el dueño:			
Familiares remunerados	TFNR	No familiares	Total

E.26 ¿Cuántas horas al día estaba abierto tu negocio?

1. Lunes a viernes	2. Sábado	3. Domingo

E.27 ¿Cómo se financiaba tu empresa/taller/negocio? (Marcar todas las alternativas que correspondan)

1. Recursos propios  4. Préstamo de clientes  7. Préstamo de ONG   
 2. Recursos de familiares/amigos  5. Préstamo de Bancos  8. Otro (especificar).....   
 3. Préstamo de proveedores  6. Préstamo de Cajas Munic./Rurales

E.28 El ... (mes previo a la salida del beneficiario del proyecto) ¿Quiénes fueron tus principales clientes? (encuestador, anotar todas las alternativas que correspondan)

- 1 Ambulantes  6 Estado   
 2 Mayoristas  7 Agente/empresa exportadora   
 3 Consumidores individuales  8 Familiares/amigos/vecinos   
 4 Empresas de menos de 10 trabajadores  9 Otro (especifique) .....   
 5 Empresas de más de 10 trabajadores

E.29 ¿De dónde provienen tus clientes (encuestador, leer alternativas)? (marcar todas las alternativas que correspondan)

1. Distrito donde está ubicado el negocio  4. En otras regiones   
 2. Provincia donde está ubicado el negocio (incluye alternativa anterior)  5. En el extranjero   
 3. Región donde está ubicado el negocio

E.30 En la zona donde queda tu negocio, ¿aproximadamente cuántas empresas dedicadas al mismo giro del negocio existen?

E.31 ¿Por qué motivos tu empresa se encuentra ubicada en esta zona? (de ser el caso, considerar las 2 más importantes respuestas)

- |   |                          |   |                          |
|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 1. Vivo aquí/está muy cerca de mi casa  | <input type="checkbox"/> | 5. Varias empresas del mismo rubro se ubican aquí                   | <input type="checkbox"/> |
| 2. Es una zona muy céntrica y comercial | <input type="checkbox"/> | 6. Es más económico el pago de servicios (alquiler de local, otros) | <input type="checkbox"/> |
| 3. Los proveedores están cerca          | <input type="checkbox"/> | 7. Otros (especificar) .....  | <input type="checkbox"/> |
| 4. Los clientes están cerca             | <input type="checkbox"/> |   |                          |

E.32 ¿Tu negocio pertenece a alguna organización/asociación/gremio/red empresarial? 1. Si  2. No  (Pasar a F.1)

E.33 ¿Qué ventajas has conseguido de participar en esa organización/asociación/gremio empresarial?

(de ser el caso, considerar las 2 más importantes respuestas)

- |   |                          |  |                          |               |                          |
|---|--------------------------|--|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. Acceder a información sobre nuevos clientes        | <input type="checkbox"/> | 5. Capacitación sobre técnicas de producción | <input type="checkbox"/> | 9. Otro ..... | <input type="checkbox"/> |
| 2. Acceder a información sobre nuevos proveedores     | <input type="checkbox"/> | 6. Mejorar la producción                     | <input type="checkbox"/> | .....         |                          |
| 3. Acceder a información sobre técnicas de producción | <input type="checkbox"/> | 7. Mejorar la calidad de mi producto         | <input type="checkbox"/> |               |                          |
| 4. Capacitación en mercado                            | <input type="checkbox"/> | 8. Red de contactos                          | <input type="checkbox"/> |               |                          |

**F. ACERCA DE LA PARTICIPACIÓN DEL BENEFICIARIO EN EL PROYECTO FINANCIADO POR FONDOEMPLEO**

F.1 ¿Culminaste la capacitación? 1. Si  (Pasar F.3) 2. No  3. No participé de la capacitación

F.2 Sólo si F.1=2, ¿Por qué no la culminaste?

- |                                  |                          |  |                          |
|----------------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
| 1. Mis estudios me lo impidieron | <input type="checkbox"/> | 4. Los horarios de la capacitación no me convenían           | <input type="checkbox"/> |
| 2. Mi trabajo me lo impidió      | <input type="checkbox"/> | 5. El lugar de la capacitación quedaba lejos                 | <input type="checkbox"/> |
| 3. No me gustó la capacitación   | <input type="checkbox"/> | 6. Problemas familiares y/o de salud impidieron que continúe | <input type="checkbox"/> |

F.3 Sólo si F.1=1, Sobre las siguientes frases, responde si estás "totalmente de acuerdo" "Parcialmente de acuerdo" "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo"

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó todos los conocimientos necesarios para crear un negocio                                      | <input type="checkbox"/> |
| 2 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre la importancia de formalizar un negocio                     | <input type="checkbox"/> |
| 3 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como formalizar el negocio                                  | <input type="checkbox"/> |
| 4 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información sobre cómo buscar financiamiento  | <input type="checkbox"/> |
| 5 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como gestionar a mis proveedores                            | <input type="checkbox"/> |
| 6 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como identificar las fortalezas y debilidades de un negocio | <input type="checkbox"/> |
| 7 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información clara y precisa sobre como buscar nuevos clientes y acceder a nuevos mercados     | <input type="checkbox"/> |
| 8 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó información y los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de mi negocio     | <input type="checkbox"/> |
| 9 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para una mejor gestión de mi negocio                   | <input type="checkbox"/> |
| 10 El proyecto (mencionar nombre del proyecto) me brindó herramientas adecuadas y comprensibles para mejorar los procesos productivos de mi negocio   | <input type="checkbox"/> |

F.4 ¿Consideras que el contenido del curso de capacitación y las horas fueron suficientes para implementar/fortalecer tu negocio? 1 Si  (Pasar a F.6) 2 No

F.5 Si F.4=1, ¿Qué temas crees que debieron ser profundizados/desarrollados?

F.6 ¿Elaboraste un Plan de Negocios en el proyecto? 1 Si, lo elaboré y lo terminé  2 Si, lo elaboré pero no lo terminé  3 No  (Pasar a F.9)

F.7 ¿Tu Plan de Negocios fue para crear un negocio o para fortalecer el negocio que ya tienes?

- |                             |                          |   |                          |
|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| 1 Fue para crear un negocio | <input type="checkbox"/> | 2 Fue para fortalecer el negocio que ya tengo | <input type="checkbox"/> |
|-----------------------------|--------------------------|---|--------------------------|

F.8 ¿Cómo se llamó tu Plan de Negocios? \_\_\_\_\_

F.9 Como parte del proyecto, ¿participaste en un concurso para obtener capital semilla? 1 Si  2 No  (Pasar a F.12)

F.10 ¿Obtuviste el capital semilla? 1 Si  2 No  (Pasar a F.12)

F.11 ¿Qué hiciste con el dinero del capital semilla?

- |                            |                          |                                 |                          |                           |                          |             |                          |
|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| 1 Lo invertí en el negocio | <input type="checkbox"/> | 2 Lo gasté en otras actividades | <input type="checkbox"/> | 3 Nada, lo tengo guardado | <input type="checkbox"/> | 4 Otra..... | <input type="checkbox"/> |
|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|

F.12 ¿Llegaste a implementar tu Plan de Negocios?

- |                             |                                |                        |                                |      |                          |
|-----------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------------------------|------|--------------------------|
| 1 Si, estoy implementándolo | <input type="checkbox"/> (Fin) | 2 Si, ya está operando | <input type="checkbox"/> (Fin) | 3 No | <input type="checkbox"/> |
|-----------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------------------------|------|--------------------------|

F.13 ¿Por qué no llegaste a implementar tu Plan de Negocios?

- |   |                          |                                |                          |
|---|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 1 No tengo recursos económicos para implementarlo | <input type="checkbox"/> | 3 No me interesa implementarlo | <input type="checkbox"/> |
| 2 Requero más capacitación para implementarlo     | <input type="checkbox"/> | 4 Otro (especificar).....      | <input type="checkbox"/> |

F.14 ¿Piensas implementar tu Plan de Negocios en algún momento? 1 Si  2 No



## ANEXO 4-A

### Instrumentos metodológicos cualitativos – Línea 1

#### Metodología para evaluar a la Institución Ejecutora

Los puntos relevantes para evaluar el desempeño de la IE son los siguientes:

- a. Relevancia:** Está relacionada con el diseño del proyecto y se refiere a si se establecieron los objetivos correctos de acuerdo a la identificación de los problemas o necesidades reales. Su análisis debe enfocar los siguientes aspectos:
- Si la identificación de los problemas o necesidades de los beneficiarios fue adecuada.
  - Verificar si la propuesta estuvo alineada a un sector económico dinámico y/o con potencial de desarrollo en la zona de intervención (región/provincia/distrito).
  - Verificar si el proyecto identificó adecuadamente la demanda insatisfecha de mano de obra de calificación inicial del sector productivo de la zona de intervención, y si las fuentes de información utilizadas para demostrarlo fueron actualizadas y adecuadas.
  - Analizar si la identificación y establecimiento de sinergias con aliados/socios de la zona de intervención fue adecuada.
  - Identificar si hubo complementariedad y coherencia de las actividades con las realizadas por otras instituciones en el mismo entorno territorial.
  - El proyecto y la estrategia de intervención, tuvieron los siguientes aspectos:
    - La claridad y consistencia de los objetivos, propósito y resultados.
    - Si los indicadores de los objetivos estuvieron bien definidos y si permitieron medir adecuadamente los resultados obtenidos.
    - La estrategia de selección de los beneficiarios permite identificar a beneficiarios que cumplan los requisitos indicados en las bases del concurso.
    - Los temas de la capacitación según el Plan Curricular propuesto por la IE les asegura a los jóvenes contar con las competencias ofrecidas en el proyecto (en cuanto a temas y duración de las capacitaciones).
    - La estrategia de inserción aplicada garantiza el cumplimiento de la meta establecida.
    - Los riesgos y supuestos establecidos se adecúan a la realidad del proyecto y están adecuadamente definidos.
- b. Eficiencia:** Este criterio identifica cómo las actividades se han materializado en resultados, en términos de cantidad, calidad y cronograma previsto. La pregunta que se busca responder es: ¿Se hubiese podido lograr similares resultados con medios más económicos y con el mismo (o menor) tiempo de ejecución? El análisis de la eficiencia se debe enfocar en los siguientes aspectos:
- Manejo y gestión del proyecto por parte de la IE.
  - Manejo de la información del proyecto por parte de la IE.
  - Calidad de la focalización realizada.
  - Calidad de la capacitación recibida por los beneficiarios. Medida a partir de opinión del empresario sobre los conocimientos técnicos de los beneficiarios que laboran en su empresa (ver encuesta a empresas).
  - Calidad del monitoreo interno de la IE y de los mecanismos establecidos por la IE para incorporar las recomendaciones del monitoreo externo de FE. Asimismo, si el monitoreo (interno y externo) incorpora la evaluación de la metodología de capacitación y el desempeño de los docentes.



- Existencia de resultados no planificados.
- c. Efectividad.** El criterio de la efectividad, en relación al Marco Lógico (ML), es si se lograron los objetivos del proyecto después de su terminación. Esta relación se centra en la relación causal establecida en el ML entre componentes, propósito y fin del proyecto. Se centra en los siguientes aspectos:
- Si los servicios planificados fueron entregados y recibidos adecuada y efectivamente. Por tal razón, es importante conocer la percepción tanto de los beneficiarios como de la IE y organizaciones relacionadas al proyecto.
  - Si los supuestos y riesgos fueron inválidos, o si no se tomaron en cuenta otros factores externos.
  - Si la IE fue flexible para atender cambios del entorno.
  - Si el compromiso y participación entre las instituciones que intervinieron fue el adecuado.
  - Si resultados no planificados afectaron los beneficios recibidos.
- d. Sostenibilidad.** Este criterio analiza la probabilidad de que los resultados positivos del proyecto, a nivel de propósito, continúen después de que el financiamiento del proyecto termine. El análisis de la sostenibilidad podría enfocar los siguientes aspectos:
- La relación de los objetivos del proyecto con las políticas locales, regionales y nacionales, y si en la práctica existe la intención de ser replicadas por las autoridades distritales, provinciales y/o de la región.
  - La capacidad organizacional e institucional, analizando el grado de compromiso de los beneficiarios y de sus organizaciones con el proyecto y si estas condiciones favorecen la sostenibilidad del proyecto.
  - Si el presupuesto del proyecto fue adecuado para su propósito.
  - Factores socio-culturales, es decir, si el proyecto está en sintonía con las percepciones de los beneficiarios sobre sus necesidades, problemas y posibles soluciones.
  - Si el beneficiario está dispuesto a capacitarse por cuenta propia en la línea de carrera que viene desarrollando, a fin de seguir especializándose y obtener mayores competencias.

**ANEXO-4B****Instrumentos metodológicos cualitativos – Línea 1****Entrevista a las empresas donde laboran (ron) los beneficiarios del proyecto****a) Datos generales de la empresa y del entrevistado**

1. Nombre de la empresa
2. Giro del negocio
3. RUC de la empresa
4. Dirección
5. Año de funcionamiento de la empresa
6. Número de trabajadores (al día de aplicación de la entrevista)
7. Nombre del entrevistado
8. Cargo del entrevistado
9. Teléfono del entrevistado

**b) Sobre la vinculación de la empresa con la IE**

1. ¿Su empresa fue visitada por la IE para conocer su demanda por personal de calificación básica? Si contesta que sí, indique en qué momento (antes de que inicie el proyecto o después que el proyecto ya había empezado).
2. ¿Su empresa participó en el diseño curricular del curso? Si contesta que sí, detalle en qué consistió esa participación (por ejemplo, respondió una encuesta aplicada por la IE, la IE visitó el local de la empresa para conocer el perfil ocupacional demandado y el tipo de tecnología empleada).
3. ¿Después que los jóvenes del proyecto han ingresado a la empresa, la IE ha realizado algún seguimiento al desempeño de sus beneficiarios? (por ejemplo, ha indagado con la empresa sobre su desempeño).

**c) Sobre la opinión de la empresa donde laboran(ron) los beneficiarios**

1. ¿Cuántos jóvenes del proyecto han trabajado/trabajan en su empresa y en qué ocupaciones se han desempeñado?
2. En una escala de 1 a 4, donde 1 es malo y 4 es excelente, ¿cómo califica el desempeño de los beneficiarios del proyecto en su puesto de trabajo?

<b>Habilidades y actitudes</b>	<b>1 Malo</b>	<b>2 Regular</b>	<b>3 Bueno</b>	<b>4 Excelente</b>
<b>Habilidades técnicas</b>				
Conocimientos básicos de la ocupación				
Uso de equipos, maquinarias				
Tiempo de ejecución de las tareas				
Calidad-eficiencia del trabajo o servicio realizado				
<b>Habilidades personales</b>				
Capacidad para aprender				
Agilidad en la toma de decisiones				
Capacidad para resolver problemas				
Disposición para trabajar en equipo				
Capacidad para adaptarse al cambio				
Capacidad de innovar				
Tener manejo informático				
<b>Actitud para el trabajo</b>				
Puntualidad				
Cumplimiento de tareas y plazos				
Actitud positiva frente al trabajo				
Honestidad				

3. ¿Piensa seguir trabajando con los beneficiarios del proyecto? Justifique su respuesta
4. ¿Qué recomendación le daría a la IE para futuras intervenciones?

## ANEXO-4C

### Instrumentos metodológicos cualitativos – Línea 1

#### Entrevista al MTPE de la región donde interviene el proyecto

1. ¿Cuál es la problemática laboral de los jóvenes en su región?
2. ¿Cuáles son los componentes indispensables que deben contemplarse en un proyecto que promueve la inserción laboral juvenil en su región?
3. ¿Cuáles son los riesgos que afronta este tipo de proyectos para lograr mejorar la situación laboral de los jóvenes en su región?
4. ¿La promoción de la inserción laboral de los jóvenes es una prioridad de su institución? Justifique.
5. ¿Conoce del Proyecto que viene ejecutando la IE? Explique.
6. El proyecto buscó mejorar la inserción laboral de los jóvenes en las ocupaciones de... (mencionar nombre de las ocupaciones), ¿cuál es la demanda por estas ocupaciones en las empresas de la región?, ¿la IE visitó a su institución para recabar información sobre esta demanda? Explique.
7. Si respondió que sí en la pregunta anterior ¿El equipo del proyecto ha coordinado con su institución para la ejecución conjunta de actividades en apoyo de la inserción laboral juvenil? Explique en qué consistió esa coordinación. Si respondió que sí coordinó, indique si considera que se han alcanzado los resultados esperados en el proyecto. Justifique.
8. En una intervención como la planteada por el proyecto, ¿Cuáles son las instituciones o actores que deberían involucrarse con el proyecto? ¿De qué manera debieran participar o involucrarse? (Por ejemplo, la VUPE).

## LINEA 1: CAPACITACION E INSERCIÓN LABORAL - FONDO EMPLEO

## GUIÓN DE DESARROLLO DEL GRUPO FOCAL

## BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Región / Provincia:

Código de proyecto:

## 1. DATOS GENERALES

Participantes	De 08 a 10 jóvenes beneficiarios del proyecto
Equipo Moderador	Dos personas, donde una modera la discusión y la otra lleva la relatoría y hace un trabajo de observación del comportamiento asociado de los asistentes
Sobre la reunión	a) Local:
	b) Configuración en U del grupo focal
	c) Tiempo: dos horas entre la apertura y el cierre del trabajo grupal
	d) Recursos: grabadora, refrigerio, identificación

**2. OBJETIVO :** Conocer la opinión, percepción y experiencia de los jóvenes beneficiarios acerca del proyecto y de como éste ha contribuido en su formación, entrenamiento e inserción laboral.

## 3. GUÍA TEMÁTICA PARA EL DESARROLLO DEL GRUPO FOCAL

ACERCA DE LA CAPACITACIÓN TÉCNICA LABORAL	
1	¿Qué los ha motivado a participar en el proyecto de capacitación? ¿Sienten que esos motivos se han realizado? ¿Por qué?
2	¿Qué les ha parecido el contenido de los cursos? y ¿la duración de los cursos?
3	¿Consideran que el proyecto ha contribuido en algo para mejorar vuestra forma de ser?
4	¿El ambiente y los recursos utilizados para su formación ha sido, en vuestra opinión, adecuados? ¿Por qué?
5	¿Los insumos, herramientas y materiales utilizados en los cursos han sido, en vuestra opinión, adecuados y suficientes? ¿Por qué?
6	¿La forma cómo se han desempeñado los profesores ha sido adecuada? ¿Por qué?
7	Durante la capacitación ¿Les han preguntado sobre los cursos, sobre sus aprendizajes, sobre sus docentes?

ACERCA DE LA INSERCIÓN LABORAL	
8	¿Qué opinan sobre su formación recibida para insertarse laboralmente?
9	¿Sienten que están aplicando o llevando a la práctica los conocimientos y destrezas logrados en la capacitación?
10	El proyecto ¿Les ha presentado con las empresas para que ingresen a trabajar?
11	¿Los miembros del proyecto, los han visitado en las empresas donde venían trabajando? ¿cada cuánto tiempo? ¿con qué motivos?

CUESTIONES GENERALES	
12	¿Qué beneficios les ha otorgado el proyecto?
13	¿Qué opinión tienen de las instituciones que han apoyado todo este proceso?
14	¿Qué es lo que más les ha gustado de este proceso y qué es lo que menos les ha gustado?
15	¿Qué enseñanzas les deja este proyecto a ustedes ?
16	¿Qué recomendaciones harían ustedes si esta experiencia se repitiera?



**ANEXO 6. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN LA FORMULACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO**

PLAN DE NEGOCIO	ARAPA PARI, SARA KELLY			PUNTAJE: 35		
CRITERIOS DE CALIDAD	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.				X		
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.				X		
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.				X		
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.				X		
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	<b>CATACORA MAYTA, LUIS ALBERTO</b>	<b>PUNTAJE: 35</b>
------------------------	-------------------------------------	--------------------

<b>CRITERIOS DE CALIDAD</b>	<b>NO TIENE</b>	<b>MUY BAJA</b>	<b>BAJA</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENA</b>	<b>MUY BUENA</b>
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificó y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.				X		
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.				X		
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.				X		
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	



PLAN DE NEGOCIO	CATUNTA VENTURA, GABRIEL			PUNTAJE: 22		
CRITERIOS DE CALIDAD	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.				X		
Se identificó y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.				X		
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.				X		
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.				X		
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.				X		
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.				X		
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.	X					
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.	X					
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.	X					

PLAN DE NEGOCIO	CHAMBE TAPIA, HERMELINDA			PUNTAJE: 22		
CRITERIOS DE CALIDAD	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.				X		
Se identificó y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.				X		
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.				X		
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.				X		
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.				X		
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.				X		
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.	X					
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.	X					
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.	X					

<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	<b>CHIPANA COAQUIRA, JUAN DIEGO</b>	<b>PUNTAJE: 37</b>
------------------------	-------------------------------------	--------------------

<b>CRITERIOS DE CALIDAD</b>	<b>NO TIENE</b>	<b>MUY BAJA</b>	<b>BAJA</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENA</b>	<b>MUY BUENA</b>
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificó y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.				X		
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.				X		
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

PLAN DE NEGOCIO	CHIPANA ANCACHI, ELOY			PUNTAJE: 39		
CRITERIOS DE CALIDAD	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificó y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	<b>COTRADO QUISPE, CARLOS EDSON</b>	<b>PUNTAJE: 39</b>
------------------------	-------------------------------------	--------------------

<b>CRITERIOS DE CALIDAD</b>	<b>NO TIENE</b>	<b>MUY BAJA</b>	<b>BAJA</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENA</b>	<b>MUY BUENA</b>
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificado y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

PLAN DE NEGOCIO	ARAPA PARI SARA KELLY			PUNTAJE: 33		
CRITERIOS DE CALIDAD	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificó y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.				X		
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.				X		
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.	X					

PLAN DE NEGOCIO	MAMANI MAMANI, DAVID			PUNTAJE: 40		
CRITERIOS DE CALIDAD	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificó y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	

PLAN DE NEGOCIO	MAMANI PACCO, VICTOR			PUNTAJE: 40		
CRITERIOS DE CALIDAD	NO TIENE	MUY BAJA	BAJA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
Presentación ordenada y clara del respectivo plan.					X	
Existe una descripción clara y completa de la idea de negocio: necesidad a satisfacer y productos o servicios a brindar.					X	
Se identificó y analizado a profundidad el mercado objetivo: existencia de una demanda, perfil del cliente, tamaño de mercado.					X	
Se describen las ventajas competitivas con las que se cuenta para penetrar en el mercado.					X	
Se analizan con rigor y coherentemente las variables del marketing mix: producto, precio, distribución, comunicación.					X	
Se ha considerado minuciosamente los diferentes recursos necesarios para poner en marcha el negocio.					X	
Aparece detallada la forma jurídica que pretende dotarse a la empresa.					X	
Se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión y de producción.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca del plan de financiamiento: capital propio y prestado.					X	
Se ha realizado un análisis detallado acerca de la rentabilidad del emprendimiento: VAN, TIR, Punto Equilibrio.					X	