

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“ESTUDIO DE LOS FACTORES QUE INFLUYERON EN LA CONSTITUCIÓN Y
PÉRMANENCIA DE LAS EMPRESAS FORMALIZADAS POR LOS
ALUMNOS DE LAS CUATRO PRIMERAS PROMOCIONES (2009 - 2011)
DE LA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR LA BACHILLER:

Adm. MELISA DÍAZ MEGO

ASESOR:

M. Cs. Adm. CÁRDENAS CABELLOS SIXTO MARINO

**CAJAMARCA PERU
2014**

DEDICATORIA

A MIS PADRES, por ser un ejemplo de lucha, esfuerzo y optimismo en el camino de la vida, por brindarme su apoyo constante para formarme en una profesional de éxito.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida, la salud y por protegerme en cada momento de mi existencia.

El más grato agradecimiento a mi **asesor, Lic. Adm. Sixto Marino Cárdenas Cabellos**, quien supo guiar eficazmente mis conocimientos en el desarrollo de mi investigación.

A los egresados de la Escuela Académico Profesional de Administración (I, II, III y IV promoción) por la disponibilidad y buena voluntad para contribuir con las encuestas realizadas y brindar sus valiosa información, aportes y sugerencias en el tema de estudio.

A los docentes de la Escuela Académico Profesional de Administración por haberme otorgado las facilidades para obtener información necesaria para mi investigación.

RESUMEN

La tesis "Estudio de los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca", nace producto de una inquietud en mi centro de formación profesional aun como estudiante, puesto que, mientras en la cuarta promoción aún se estaban llevando las asignaturas de "seminario taller de constitución de empresas I y II", la mayoría de empresas de las 3 promociones anteriores ya habían cerrado sus operaciones camino continuado por los alumnos de la cuarta promoción una vez culminado los estudios.

Es así que se ha realizado una encuesta a las personas que han formado parte de esta experiencia, específicamente de las 4 primeras promociones de Administración (una persona por empresa) y poder conocer a través de ellos los factores que influyeron para la constitución y permanencia de cada una de las empresas.

Una vez obtenido los datos de la encuesta, se presentó la hipótesis de investigación; la misma que fue corroborada mediante el estudio de validación de la investigación por cada una de las variables encontradas.

Como resultado de la investigación se determinó que los alumnos no tienen una visión a largo plazo con las empresas constituidas, sino, tan solo están enfocados en aprobar la asignatura para luego cerrarla; así también ha representado una limitante el aporte de capital debido a la situación económica de cada uno de los estudiantes; por otro lado, los alumnos consideran que las asignaturas dictadas no brindan un gran aporte para las empresas durante sus operaciones; complicándose más aun por el reducido apoyo por parte de los miembros de la Escuela Académico Profesional de Administración y de la comunidad universitaria en general.

Palabras clave: Factores, constitución y formalización, permanencia, cierre, empresas.

ABSTRACT

The thesis "Study of the factors influencing the formation and retention of businesses arranged by the students of the first four promotions (2009 - 2011) of the Academic Professional School of Management, National University of Cajamarca," born product of a concern in my training center even as a student, since while in the fourth class were still wearing the subjects "seminar workshop company formation I and II", most of the above 3 companies had closed promotions continued operations by way of the fourth class students after completion of studies.

Thus has conducted a survey to people who have been part of this experience, specifically the first 4 promotions Administration (one person per company) and get to know them through the factors that influenced the formation and retention of each of the companies.

After obtaining the data from the survey of the research hypothesis presented; it was corroborated by the validation study research for each of the variables found.

As a result of the investigation it was determined that students do not have a long-term vision with established companies, but they are only focused on passing the subject and then close it; and has also represented a limiting capital contribution due to the economic situation of each student; on the other hand, students feel that the subjects taught do not provide a great contribution to the companies for their operations; even more complicated by the reduced support from members of the Academic Professional School of Management and the university community.

Keywords: Factors, constitution and formalization, stay, close, companies.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, constituye un esfuerzo para identificar los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la E.A.P de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca.

Para ello en el capítulo I, se presenta la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema, el objetivo general y objetivos específicos, delimitación y justificación de la investigación y las limitaciones.

En el Capítulo II, el marco teórico, definiciones, características, importancia y tipos de empresa, así como los pasos a seguir para la constitución de una empresa; micro y pequeña empresa, ciclo de vida de una empresa, actividad económica, regímenes tributarios, factores que inciden en la iniciativa emprendedora, del mismo modo se desarrolla el marco conceptual y la hipótesis de investigación con sus respectivas variables.

En el capítulo III, se presenta el planteamiento metodológico, donde se determina el tipo, diseño, método y alcance de la investigación; así mismo la técnica para la recolección y procesamiento de datos, para luego determinar la técnica de análisis e interpretación de resultados.

En el capítulo IV, se expone la unidad de análisis, plasmando los planes curriculares 2001 y 2006, mostrando la lista de empresas por razón social y rubro/ actividad, para luego mostrar los resultados de las encuestas aplicadas y realizar la validación de hipótesis.

En el capítulo V, se detalla las conclusiones a las que se ha llegado con este estudio y las recomendaciones respectivas.

ÍNDICE

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	13
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.4. DELIMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.4.1. SELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.4.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	15
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	16
2.1. ANTECEDENTES	16
2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL	16
2.1.2. A NIVEL NACIONAL	20
2.1.3. A NIVEL LOCAL	22
2.2. BASES TEÓRICAS.....	24
2.2.1. EMPRESA.....	24
2.2.1.1. DEFINICIONES.....	24
2.2.1.2. CARACTERÍSTICAS	25
2.2.1.3. IMPORTANCIA	26
2.2.1.4. TIPOS DE EMPRESAS.....	27
EMPRESA JURÍDICA O EMPRESA COMO PERSONA NATURAL.....	27
a. EMPRESA COMO PERSONA NATURAL.....	27
i. LA EMPRESA UNIPERSONAL.....	27
b. EMPRESA COMO PERSONA JURÍDICA	27
i. COMO PERSONA INDIVIDUAL	27
• EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA E.I.R.L.....	27
ii. COMO SOCIEDAD.....	28
• SOCIEDAD ANÓNIMA ORDINARIA S.A.....	28
• SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA S.A.C.....	29

• SOCIEDAD ANÓNIMA ABIERTA S.A.A.....	30
• SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L.)	31
2.2.1.5. PASOS PARA FORMALIZAR UNA EMPRESA	32
2.2.2. MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA	35
2.2.3. CICLO DE VIDA DE UNA EMPRESA	37
a. NACIMIENTO.....	37
b. CRECIMIENTO Y ACELERACIÓN	37
c. MADUREZ	37
d. RENACIMIENTO.....	38
e. DECLIVE.....	38
2.2.4. ACTIVIDAD ECONÓMICA	38
a. ACTIVIDADES ECONÓMICAS PRIMARIAS	39
b. ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS	39
c. ACTIVIDADES ECONÓMICAS TERCIARIAS	39
2.2.5. RÉGIMENES TRIBUTARIOS	40
a. NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO (RUS).....	40
b. RÉGIMEN ESPECIAL DEL IMPUESTO A LA RENTA (RER)	41
c. RÉGIMEN GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA.....	42
2.2.6. FACTORES QUE INCIDEN EN LA INICIATIVA EMPRENDEDORA	44
a. MOTIVACIONALES	44
b. FACTORES QUE FACILITAN LA CREACIÓN DE EMPRESAS	44
c. FACTORES QUE DIFICULTAN LA CREACIÓN DE EMPRESAS.....	46
d. FACTORES QUE INCIDEN EN LA CONSOLIDACIÓN	49
2.2.7. ESTATUTO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA – ARTÍCULOS RELACIONADOS A EMPRESA.	51
2.3. TÉRMINOS BÁSICOS	54
2.4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	56
2.4.1 HIPÓTESIS.....	56
2.4.2 VARIABLES	56
 CAPÍTULO III: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	 58
3.1. TIPO DE NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	58
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	58

3.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	58
3.4. ALCANCE DE LA INVETIGACION.....	59
• POBLACIÓN Y MUESTRA	59
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	59
3.5.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	59
3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	60
3.6.1. TÉCNICA DE PROCESAMIENTO DE DATOS.....	60
3.5.1 TÉCNICA DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	60
CAPÍTULO IV: UNIDAD DE ANÁLISIS.....	61
4.1. PLANES CURRICULARES DE ESTUDIOS.....	61
4.1.1. PLAN DE ESTUDIOS 2001	61
4.1.2. PLAN DE ESTUDIOS 2006	66
4.2. LISTA DE LAS EMPRESAS FORMALIZADAS Y RUBRO/ACTIVIDAD.....	74
4.3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	77
4.4. VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS	99
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	105
ANEXOS	108

ÍNDICE DE CUADROS

PARTE TEÓRICA

Cuadro N° 01: Cuadro comparativo entre mico empresa y pequeña empresa.....	36
Cuadro N° 02: Obligaciones tributarias según RUS.....	40
Cuadro N° 03: Tabla de categorías de pago del Nuevo RUS.....	41
Cuadro N° 04: Obligaciones tributarias según el RER	42
Cuadro N° 05: Obligaciones tributarias según RÉGIMEN GENERAL	43
Cuadro N° 06: Operacionalización de variables.....	57
Cuadro N° 07: Plan de estudios por ciclos, horas, créditos y pre – requisitos.....	64
Cuadro N° 08: Plan de estudios por ciclos, horas, créditos y pre – requisitos.....	70
Cuadro N° 09: Empresas formalizadas según razón social y rubro.....	74

PARTE PRÁCTICA

Cuadro N° 01: Motivo por el que se constituyó una empresa del tipo individual/societaria	77
Cuadro N° 02: Manera utilizada para decidir a qué rubro dedicarse	78
Cuadro N° 03: Criterio utilizado para decidir con quienes asociarse	79
Cuadro N° 04: Dificultades para el aporte de capital.....	80
Cuadro N° 05: Dificultades para determinar el lugar de funcionamiento de la empresa	81
Cuadro N° 06: Inconvenientes con los socios/accionistas durante las operaciones.....	82
Cuadro N° 07: Dificultades con los proveedores.....	83
Cuadro N° 08: Miembros de la E.A.P. Administración que han apoyado durante sus operaciones.....	84
Cuadro N° 09: Miembros de universidad nacional de Cajamarca que han apoyado durante sus operaciones	85
Cuadro N° 10: Empresas que continúan o no funcionando.....	86
Cuadro N° 11: Fecha en la que cerraron operaciones	87
Cuadro N° 12: Factores que motivaron el cierre de la empresa.....	88
Cuadro N° 13: Fin de los bienes adquiridos por la empresa	89
Cuadro N° 14: Utilidad de las asignaturas para el funcionamiento de la empresa	90
Cuadro N° 15: Asignaturas consideradas que han sido de mayor utilidad para el funcionamiento de la empresa.....	91

Cuadro N° 16: Utilidad del proyecto de empresa para el funcionamiento de la misma .	93
Cuadro N° 17: Opinión acerca de la existencia o no de la asignatura seminario de constitución de empresa.....	94
Cuadro N° 18: Opinión acerca de los beneficios e incentivos que brindan las medidas políticas para la iniciativa emprendedora.....	95
Cuadro N° 19: Opinión acerca del apoyo que brindan las instituciones públicas y gobiernos para la constitución de nuevas empresas.....	97
Cuadro N° 20: Opinión acerca de las normas sociales y culturales y su apoyo para la constitución y permanencia de las empresas	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01: Motivo por el que se constituyó una empresa del tipo individual/societaria	77
Gráfico N° 02: Manera utilizada para decidir a qué rubro dedicarse	78
Gráfico N° 03: Criterio utilizado para decidir con quienes asociarse	79
Gráfico N° 04: Dificultades para el aporte de capital	80
Gráfico N° 05: Dificultades para determinar el lugar de funcionamiento de la empresa	81
Gráfico N° 06: Inconvenientes con los socios/accionistas durante las operaciones	82
Gráfico N° 07: Dificultades con los proveedores	83
Gráfico N° 08: Miembros de la E.A.P. Administración que han apoyado durante sus operaciones	84
Gráfico N° 09: Miembros de universidad nacional de Cajamarca que han apoyado durante sus operaciones	85
Gráfico N° 10: Empresas que continúan o no funcionando	86
Gráfico N° 11: Fecha en la que cerraron operaciones	87
Gráfico N° 12: Factores que motivaron el cierre de la empresa	88
Gráfico N° 13: Fin de los bienes adquiridos por la empresa	89
Gráfico N° 14: Utilidad de las asignaturas para el funcionamiento de la empresa	90
Gráfico N° 15: Asignaturas consideradas que han sido de mayor utilidad para el funcionamiento de la empresa	92
Gráfico N° 16: Utilidad del proyecto de empresa para el funcionamiento de la misma ...	94
Gráfico N° 17: Opinión acerca de la existencia o no de la asignatura seminario de constitución de empresa	95
Gráfico N° 18: Opinión acerca de los beneficios e incentivos que brindan las medidas políticas para la iniciativa emprendedora	96
Gráfico N° 19: Opinión acerca del apoyo que brindan las instituciones públicas y gobiernos para la constitución de nuevas empresas	97
Gráfico N° 20: Opinión acerca de las normas sociales y culturales y su apoyo para la constitución y permanencia de las empresas	98

CAPÍTULO I

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La formalización de empresas en la Escuela Académico Profesional de Administración es una exigencia durante el último año de estudios; es así que durante el IX ciclo académico se busca hacer un mapa del negocio que se va a emprender, para lo cual se debe tener bien el claro qué tipo de empresa se va a constituir, con quienes asociarse, el rubro al que se van a dedicar, el capital necesario, lugar de funcionamiento, costos de locales, etc., determinando en ello la idea de negocio, análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), mercado objetivo, análisis del macro y micro entorno, investigación de mercado y plan de marketing; todos estos aspectos desarrollados y justificados con información real; para que en el X ciclo, éste plan de negocio se vuelva realidad, teniendo que formalizarlo de acuerdo a ley según el tipo de empresa elegido, teniendo que dedicar tiempo durante las operaciones de las mismas (sumando a esto los estudios e incluso prácticas pre profesionales); demostrando resultados económicos y financieros positivos durante los 4 meses del ciclo académico, hecho que pone en controversia puesto que, cada empresa, de acuerdo al monto de inversión, rubro y acogida, necesita de un determinado tiempo para recuperar su capital, que por lo general toma varios meses e incluso años, por lo que, demostrar ganancias en tan solo 4 meses (un ciclo académico) resulta un poco exigente e irreal.

Es así que los alumnos de las 4 primeras promociones (2009 – 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración se han acogido a las exigencias de la asignatura y han formalizado sus empresas de acuerdo a las normas legales y tributarias, poniéndolas en marcha unas antes que otras, algunas con mayor motivación y entusiasmo que otras, unas con mayor compromiso y responsabilidad que otras, etc.; sin embargo, a través de la observación se ha podido notar que la mayor parte de estas empresas no tienen continuidad de actividades inmediatamente después de culminar la asignatura, trayendo consigo un problema al momento del cierre de operaciones, la distribución de los beneficios obtenidos, acciones, participaciones y objetos adquiridos.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo General

Determinar los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar el número de empresas individuales y societarias formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración.
- Conocer los factores utilizados para decidir qué tipo de empresa constituir y el rubro a dedicarse.
- Determinar la situación actual de las empresas formalizadas en la Escuela Académico Profesional de Administración.
- Analizar el aporte de los planes curriculares y las asignaturas para el funcionamiento y la permanencia de las empresas.
- Sugerir elementos que permitan la sostenibilidad de las empresas en el tiempo.

1.4. DELIMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Selección y delimitación del problema

- **Delimitación geográfica:** El área geográfica de la presente investigación comprende la ciudad de Cajamarca, siendo el principal enfoque a aquellas empresas constituidas en la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca.

- **Delimitación temporal:** Este estudio abarca a todas las empresas constituidas en la Escuela Académico Profesional de Administración correspondiente a las cuatro primeras promociones, es decir del 2009-2011; estudio que se realizó en el periodo correspondiente al 2013 - 2014.
- **Delimitación social:** Estudio enfocado a los ex alumnos de la Escuela Académico Profesional de Administración (las cuatro primeras promociones 2009-2011).

1.4.2. Justificación de la investigación

- **Justificación teórica:** El estudio de las empresas constituidas por las primeras cuatro promociones de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca permite determinar la situación real de las empresas respecto a su funcionamiento y estado actual, determinando a través de ello su aporte a la sociedad (en cuestión de creación de puestos de trabajo y la contribución en el pago de impuestos); sirviendo de base para que las autoridades de esta escuela puedan evaluar las asignaturas dictadas, los planes curriculares en ésta escuela y el aporte de éstos para la formación y puesta en marcha de las empresas.
- **Justificación práctica:** En este estudio se describe y analiza el problema de las empresas constituidas en la Escuela Académico Profesional de Administración al 2011, dando a conocer las deficiencias encontradas, aportando los elementos necesarios para que las autoridades involucradas puedan analizar y realizar las mejoras correspondientes, para que las nuevas promociones eviten cometer errores como los ya suscitados.
- **Justificación metodológica:** El estudio de la situación real de estas empresas sirve de base y modelo para nuevas investigaciones y estudios profundos en temas como: planes curriculares, estructuración de asignaturas, contenidos de las asignaturas, iniciativas emprendedoras en universitarios, empresas constituidas por alumnos universitarios; etc. siendo un antecedente clave para otras investigaciones.

Dicho estudio representa una oportunidad para la escuela y para los alumnos que apuestan por esta profesión, porque permitirá mejorar las debilidades y así contribuir para que las promociones siguientes constituyan empresas prestigiosas y permanentes en el tiempo, pues la carrera de administración amerita tener ese logro (objetivo o meta), transmitiendo con ello efectividad de la carrera y por tanto un mayor posicionamiento en el mercado.

1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Las principales limitaciones encontradas para realizar el presente trabajo de investigación son:

- La principal limitación ha sido poder localizar a las personas involucradas (alumnos de la primera a la cuarta promoción de Administración) y más aún, que éstas cuenten con la disponibilidad y buena voluntad de apoyar con la información requerida.
- Falta de información registrada en una base de datos acerca de las empresas constituidas en la Escuela Académico profesional de Administración.
- No se cuenta con información que sirva de base o como antecedente para dicho estudio en la Universidad Nacional de Cajamarca.

CAPÍTULO II

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. A nivel internacional

Un artículo escrito por **Alfonso (M., 2012)**, titulado "**9 empresas multinacionales creadas por jóvenes universitarios**", dan a conocer una lista de empresas que fueron creadas en épocas universitarias, mientras se estudiaba.

Siendo el caso de varias empresas multinacionales, como **GOOGLE**, fue creada por universitarios mientras llevaban a cabo sus estudios o recién acabados. Incluso alguno no llegó a terminarla. Las compañías más importantes de Internet como pueden ser Google, Yahoo o Facebook han sido creadas por estudiantes muy jóvenes.

- **Google:** Fue creada por Larry Page y Sergey Brin en 1988 y estudiaron en Standford. Nació como un proyecto dentro de la universidad con el objetivo de controlar los libros de la biblioteca de la facultad.
- **Facebook:** Fue creado por un alumno de Harvard, en 2004. Nació exclusivamente para la universidad de Harvard.
- **Yahoo:** Fue creado por Jerry Yang y David Filo que eran estudiantes de Standford.
- **Dell:** Fue creada en 1984 por Michael Dell. Empezó a crear ordenador a medida con piezas de otros ordenadores desde su habitación. En 1985 abandonó la universidad de Texas dónde estudiaba para dedicarse exclusivamente a su negocio.
- **FedEx:** Se fundó en 1971 por Frederick W. Smith pero el proyecto salió de un proyecto realizado años antes en la universidad de Yale, en la que proyectaba una empresa que realizara envíos al día siguiente.
- **Wordpress:** Fue creado por Matt Mullenweg en 2003 y se han convertido en poco tiempo en el Gestor de contenido más usado de todo el mundo.
- **Microsoft:** Fue creada en 1975 por Bill Gates y Paul Allen. Todo comenzó a ir bien, cuando obtuvieron una licencia de IBM para implantar el sistema operativo MS-DOS en los ordenadores de aquella época.
- **Time:** Surgió por el británico Hadden y el americano Henry luce en 1923 desde la escuela. No llegaron a ser universitarios.

- **Napster:** fue fundada en 1999 por Shawn Fanning, un empresario que se hizo bastante conocido por el caso Napster en el que fue demandado y obligado a pagar una gran multa por temas de derechos de autor. Era una red de archivos peer-to-peer.

Una tesis titulada "**El espíritu emprendedor en la formación de los nuevos profesionales**", en la Universidad Nacional de la Plata, nos muestra estudios referentes al tema (**MOLLO BRISCO, 2008**).

En Australia, **William A., (1985)** demuestra que la tasa de fracasos en los nuevos proyectos se reduce considerablemente cuando se ha tenido un entrenamiento y educación.

En este estudio, **La fuente y Salas. (1989)** aportan resultados empíricos que demuestran que los individuos con alto nivel educativo suelen estar involucrados con empresas de alto índice de supervivencia, especialmente cuando las mismas requieren alto conocimiento tecnológico. La educación, según señalan, es un activo esencial para dichas empresas en las cuales es frecuente encontrar una asociación positiva entre el nivel educativo del fundador y el desempeño de la firma.

Asimismo, **Henrekson y Rosenberg (2000)** demuestran que la creación de nuevas firmas, especialmente las de mayor impacto sobre el desarrollo de una región, dependen cada vez más de las capacidades académicas y de la motivación de los emprendedores.

En el mismo estudio, el autor **Poblete Davanzol (2002)**, que reconoce la importancia de la educación en la formación emprendedora, los ámbitos más inmediatos de acción en materia educativa lo constituyen la enseñanza técnico – profesional y las universidades que poseen un infraestructura de base tecnológica. Sin embargo, en las universidades, se observa que sigue primando el carácter fuertemente profesionalizante, en detrimento de las materias humanísticas, económicas y de gestión.

El fomento del espíritu emprendedor promueve el auto empleo como una alternativa de carrera al tiempo que proporciona a los alumnos habilidades y conocimientos requeridos para la creación de empresas. Pero ¿es la formación impartida por nuestro sistema educativo la necesaria para generar una influencia en los alumnos?

En dicho estudio, los autores **Charney & Libecap (2000)** sostienen que los planes de estudio de las distintas universidades y las características propias de cada institución

educativa y de sus alumnos pueden incidir en las opciones de salida laboral evaluadas por sus graduados. Por lo tanto, puede argumentarse que la naturaleza de la universidad y las características de la carrera dictada pueden influir sobre la vocación emprendedora del alumno.

Se han realizado diversas investigaciones con el objetivo de analizar si la formación universitaria ha modificado y/o desarrollado las actitudes emprendedoras, las aptitudes emprendedoras y la percepción de la formación universitaria entre los que podemos citar:

- **Postigo, S.; H. Kantis; J. Federico y F. Tamborín (2002)** en su trabajo de investigación arriban a resultados que muestran que la mayoría de los emprendedores con título universitarios reconocen el aporte de la universidad en la adquisición de conocimientos técnico necesarios para crear la empresa (76.8 %), para desarrollar la capacidad de resolver problemas (68.3%) y, en menor medida, para utilizar la técnica de planificar (53.7%), pero no han reconocido que la formación universitaria desarrolle la motivación y el resto de las competencias para emprender y desarrollar una firma (negociación, toma de riesgo, comunicación, administración).
- **La Fuente y Salas (1989); Robinson y Sextos (1994); Tackey y otros (1999)**, coinciden con los resultados indicando que la vocación y la mayoría de las capacidades emprendedoras se forjan generalmente en el ámbito laboral y no en el universitario.
- **Schiersmann, S.; F. Graña y N. Liseras (2002)**, han realizado un trabajo en donde los alumnos universitarios del último año son interrogados sobre su percepción respecto a considerar que la formación universitaria les ha dado las herramientas necesarias para poder gerenciar su propia empresa en el mediano plazo. El 27% considera que ha recibido las herramientas necesarias para gerenciar una empresa y el 56% considera que las ha recibido parcialmente.
- **Liseras, N y Gennero A.** Desarrollan una investigación para analizar las expectativas de formación universitaria en el que se analiza el impacto que ejercen las características de la facultad y su localización sobre la probabilidad de que un alumno tenga vocación emprendedora. En una parte de esta investigación se enuncia que uno de los aspectos que permite evaluar la cultura empresarial es la orientación del sistema educativo, particularmente a través del tipo de formación que los alumnos reciben de la Universidad.

De todos los estudiantes encuestados, los estudiantes de la Universidad Nacional de La Plata opinan, más que proporcionalmente, que la educación impartida por la facultad los prepara para emplearse en el sector público (especialmente los estudiantes de Administración y Economía).

(CAMACHO CORREDOR, 2007), en su estudio titulado **"HACIA UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO"**, de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, cuyo objetivo de estudio es la "construcción de las competencias necesarias en las diversas áreas del conocimiento, teniendo como propósito la formación para el emprendimiento"; donde hace referencia a algunas de las condiciones más importantes que un sistema educativo de calidad debe poseer para responder a las necesidades de la sociedad y a las expectativas de los estudiantes.

En este estudio, la ley 1014 del 2006, que fomenta la cultura del emprendimiento, propuesto en Colombia, menciona que "La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera, debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Como resultado de este estudio se debe desarrollar una cultura empresarial que sea coherente con la región, difundiendo entre los estudiantes las oportunidades de desarrollo que presentan las regiones y los municipios, estudiar los planes de desarrollo municipales y departamental y conocer las necesidades que tienen las empresas de la región de tal forma de poder producir bienes que sean requeridos por ellas. Se debe insertar los objetivos personales de los estudiantes como parte constitutiva de las necesidades de la sociedad, de modo que se pueda conjugar sus necesidades de desarrollo personal y empresarial con proyectos de responsabilidad social dirigidos a crear y gestionar empresas proveedoras de empleo e ingresos para la comunidad. Así mismo, se debe desarrollar un trabajo académico interdisciplinario, que apoye la creación de empresas sostenibles y que mejore las condiciones de vida de los futuros profesionales, de forma tal, que los proyectos empresariales puedan ser innovadores en procesos, productos, mercado, organización, etc. También se debe promover cambios requeridos, en los programas académicos con el objetivo de proyectar el emprendimiento, orientando la investigación hacia el desarrollo de

la innovación como herramienta para el desarrollo de proyectos productivos. Del mismo modo, la Universidad debe impulsar en los estudiantes la capacidad emprendedora y las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad. Los resultados de la investigación mostraron que empresarios y estudiantes reclaman de la UPTC la formación de profesionales con sentido emprendedor, que tengan capacidad de crear y desarrollar nuevas empresas innovadoras y de desarrollar investigación aplicada para el mejoramiento de la tecnología. Así mismo, que se desarrollen las alianzas entre Universidad, empresa y gobierno como elementos determinantes del sistema de desarrollo e innovación.

2.1.2. A nivel nacional

Un estudio realizado por (PEREZ PALACIOS, 2009) , titulado "La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas" nos hace referencia los principales problemas de los emprendedores y a las incubadoras de empresas.

En el Perú, el índice de mortalidad de las empresas es muy elevado. Según información de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), se registran **300,000 empresas cada año, de las cuales 2 de cada 3 cierran antes que termine el mismo año.**

Así también, un estudio realizado en el distrito de Ate en la Provincia de Lima muestra que en diciembre del año 2000, la tasa de vigencia y mortalidad de negocios formales de jóvenes (entre los 18 y 30 años de edad) creados entre 1997 y 1999 fue la siguiente: de cada 10 empresas creadas en 1997 sólo 3 empresas sobrevivieron durante el año siguiente; para 1998, de cada 10 empresas que se crearon en ese año, 6 dejaron de funcionar durante el mismo período, mientras que durante el año 1999 este índice de mortalidad de empresas mejoró ligeramente, dejando de funcionar 5 empresas de cada 10 que se crearon en ese año.

Las razones del cese de los negocios de jóvenes demuestran que **no estaban preparados para iniciar un negocio o empresa, escasa preparación que sin duda va de la mano con la oferta educativa nacional. Sumado a esto, la universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores sino que está concentrada en formar**

"empleados" capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior.

La incubación de empresas representa una oportunidad para iniciar un negocio. Según especialistas, 80% de las empresas que surgen de una incubadora logran el éxito, en tanto que para aquellas que se crean fuera de ellas la posibilidad de sobrevivencia se reduce a 30%. La diferencia está en el potencial que aporta la incubadora, que no es sino un centro de atención que orienta y asesora a aquellos que están interesados en la creación de sus empresas, considerando la elaboración del plan de negocio y el desempeño de cada área que requiere su operación, como mercadotecnia, contabilidad, diseño gráfico o industrial, para desarrollar sus capacidades y por tanto, sobrevivir en el mercado. Se trata de apoyarlos para plasmar y concretar ideas con mayor garantía de éxito que si lo hicieran por cuenta propia.

Es preciso destacar que la formación y la motivación hacia el emprendimiento empresarial es una de las estrategias más implementadas por las más importantes universidades del mundo, como un mecanismo eficiente y comprobado para aumentar tanto la velocidad de nacimiento y de desarrollo de nuevas empresas, como su tasa de éxito a mediano plazo.

En el Perú, Según la ANR, a diciembre del 2006 existen 91 universidades (35 públicas y 56 privadas). Las carreras más ofrecidas son contabilidad, administración (61 universidades), ingeniería de sistemas (55 universidades), educación secundaria y derecho (53 universidades).

A pesar del gran número de universidades existentes a nivel nacional son muy pocas las que promueven el espíritu emprendedor en sus estudiantes; aquellas universidades que sí lo hacen, usan como herramienta las incubadoras de empresas. Para cumplir con dicho fin han creado instancias universitarias dedicadas al emprendimiento e incubación de empresas; a continuación, se describen algunas de ellas:

- Universidad ESAN: ha creado el Centro de Desarrollo Emprendedor.
- Pontificia Universidad Católica del Perú: cuenta con el Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE).
- Universidad de Piura: cuenta con la Incubadora de base tecnológica e innovación (IncubaUdeP).

- Universidad San Martín de Porres: trabaja a través del Instituto de Innovación y Promoción para el Emprendimiento Universitario (IPPEU).
- Universidad Continental: ha creado la Incubadora de Empresas CONTI INCUBA.
- Universidad Ricardo Palma: acaba de crear el Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIE).

Como se puede apreciar, son principalmente las universidades privadas las que hacen más visible su preocupación por el fomento del emprendimiento; sin embargo los instrumentos y las actividades de estas universidades en el tema del emprendimiento e incubación de empresas no están muy desarrolladas.

Por otro lado, las universidades a partir de la década de los 90 tienen la oportunidad de generar recursos propios, gracias a que el gobierno decretó normas que permiten la creación de entidades empresariales de propiedad de las universidades. Este contexto se presenta como una oportunidad inmejorable para incubar empresas, albergarlas, desarrollar sus actividades económicas y exponerlas al mercado una vez que estén fortalecidas.

2.1.3. A nivel local

(VALDIVIEZO, 2014), Cajamarca vive en recesión desde inicios del 2012, según los cálculos del Instituto Peruano de Economía (IPE). El centro de investigación le aplicó el Indicador Compuesto de Actividad Económica (ICAE) (desarrollado por el IPE y que permite estimar el nivel de actividad económica de las regiones del Perú en el corto plazo) y estableció que, mientras el país creció 5.1% en el 2013, Cajamarca sufrió una caída de 7%.

La situación de Cajamarca es el resultado de una confluencia de factores. Además del conflicto social alrededor del proyecto minero Conga y el fin del *boom* minero, la producción de café (otro sector importante para esta región) también cayó, por la expansión de la plaga de la roya amarilla.

Por otro lado, una publicación titulada (30 MYPES DE TURISMO CERRARON POR PARO, 2012), realizada por el Diario Panorama Cajamarquino (2012), indica que alrededor de 30 micro y pequeñas empresas (MYPES) de Cajamarca, vinculadas al sector

turismo, se han visto obligadas a cerrar como consecuencia del paro anti minero acatado por un sector de la población, informó la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR).

El presidente de CANATUR, Carlos Canales, precisó que se trata de asociaciones de guías, pequeños albergues, restaurantes turísticos y empresas de transportes, que se vieron afectados desde el inicio de las protestas contra el proyecto Conga. Los sectores más afectados fueron cuatro: turismo, comercio, transporte y lácteos.

Recordó que en la región la mayor cantidad de empresas son MYPES y PYMES, "que hoy están despidiendo a sus trabajadores y cerrando sus instalaciones porque no hay turistas".

El estudio, realizado por el Área de Proyectos de Investigación de la cámara, indica, que el turismo registró pérdidas por aproximadamente un millón 500,000 nuevos soles durante el período de estudio.

(COMISION ESPECIAL ESTATUTARIA, 2006), de la Universidad Nacional de Cajamarca hace referencia a aspectos de empresa e iniciativa empresarial, como se menciona en el artículo 2°, teniendo como fin promover la creatividad e iniciativa empresarial como mecanismos necesarios para superar las limitaciones sociales y económicas y el no aprovechamiento de oportunidades. Así mismo, el artículo 213° nos hace referencia a los centros de producción y/o servicios para la producción de bienes, y se manejan con criterios de productividad, así como para apoyar la labor académica de los Institutos y Centros de Investigación y Extensión. La Universidad puede constituir personas jurídicas de gestión autónoma, conforme a la legislación civil o comercial, que tengan por objetivo dotarle de los recursos económicos, financieros y tecnológicos necesarios para su desarrollo y cumplimiento de sus fines y funciones.

También el artículo 237° hace mención del sistema de gestión productiva, que es el conjunto de principios, normas jurídicas, técnicas, órganos administrativos y demás elementos vinculados por el objetivo de gestionar y generar recursos económicos, financieros y tecnológicos para el cumplimiento de los fines y funciones de la Universidad, así como de administrar su patrimonio, bienes, recursos, programas, actividades, órganos y unidades en forma tal que se obtenga de ellos la más alta productividad. En el artículo 238°, este sistema de gestión se rige por los criterios como: visión empresarial de los órganos, unidades, programas y actividades de producción de bienes y prestación de servicios, cuyo objetivo prioritario es la generación de utilidades; orientación hacia el auto

sostenimiento de la gestión integral de la Universidad; promoción permanente de los centros productivos que fomenten la competitividad empresarial.

En la Escuela Académico Profesional de Administración, los planes curriculares 2001 y 2006 exigen como parte de la formación académica la constitución legal y puesta en marcha de empresas durante el último año académico.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Empresa

2.2.1.1. Definiciones:

- **Ricardo Romero (1997:9)**, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela". **Citado por (THOMPSON, 2006).**
- **Julio García y Cristóbal Casanueva (2005:3)**, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados". **Citado por (THOMPSON, 2006).**
- Para **Simón Andrade (1999:257)**, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios". **Citado por (THOMPSON, 2006).**
- **El Diccionario de Marketing (1999:110)**, de Cultural S.A., define a la empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad". **Citado por (THOMPSON, 2006).**
- **El Diccionario de la Real Academia Española**, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades

industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos". Citado por (THOMPSON, 2006).

2.2.1.2. Características

Según el autor del libro "Administración de pequeñas y medianas empresas" (RODRIGUEZ VALENCIA, 2011), las características de la empresa son:

- Es una persona jurídica, ya que se trata de una entidad con derechos y obligaciones establecidas por la ley.
- Es una unidad económica, porque tiene una finalidad lucrativa, es decir, su principal objetivo es económico: protección de los intereses económicos de ella misma, de sus acreedores, de su dueño o de sus accionistas, logrando la satisfacción de este último grupo mediante la obtención de utilidades.

Las actividades de una empresa pueden desarrollarse en lugares distintos, pero persiguen la obtención de una utilidad única. Del mismo modo, los capitales que pertenecen a diferentes titulares, pero que están destinados a una misma actividad económica, también persiguen una ganancia única. En ambos casos se dice que la empresa tiene unidad económica.

- Ejerce una acción mercantil, debido a que compra para producir y produce para vender.
- Asume la responsabilidad total del riesgo de pérdida. Esta es una de las características más sobresalientes, pues a través de su administración es la única responsable de la buena o mala marcha de la Entidad, puede haber pérdidas, ganancias, éxitos, fracasos, desarrollo o estancamiento, todo ello es a cuenta y riesgo exclusivo de la empresa, la cual debe encarar estas contingencias, incluso hasta el riesgo de pérdida total de su bienes.
- Es una entidad social, ya que su propósito es servir a la sociedad en la que está inmersa.

2.2.1.3. Importancia (SCRIBD., 2009)

a) Aspecto Económico

- Unidad generadora de empleos.
- Unidad generadora de ingresos o recursos financieros para un individuo, la empresa y para un país.
- Unidad productiva y que desplaza bienes y/o servicios a un mercado.
- Unidad transformadora de productos y/o servicios nuevos.
- Unidad de crecimiento empresarial.
- Unidad de generación y aplicación tecnológica
- Unidad distribuida de las riquezas.

b) Aspecto Social

- Unidad generadora de Empleos.
- Unidad satisfactora de necesidades sociales.
- Unidad que permite alcanzar objetivos empresariales, grupales e individuales.
- Unidad de agrupación de órganos e individuos que permite darle fuerza en la toma de decisiones
- Unidad que genera status.

c) Aspecto Político

- Unidad de progreso nacional al trabajar en forma conjunta o grupal, para aspirar entrar a un mercado competitivo.
- Unidad generadora de divisas par aun país.
- Unidad generadora de estabilidad económica de todo país.
- Unidad de intercambio comercial, al exportar e importar productos y/o servicios.
- Unidad de intercambio monetario.
- Unidad de intercambio de relaciones públicas y diplomáticas (relaciones internacionales).
- Unidad generadora de expansión empresarial.

2.2.1.4. Tipos de empresas

Empresa Jurídica o Empresa como persona Natural

Lo primero a considerar es, si se constituirá una empresa como **persona natural** (empresa unipersonal) o como **persona jurídica**. Con **personería natural** sólo se pueden constituir Empresas Unipersonales; en cambio con **personería jurídica**, existen diferentes tipos: La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.); constituyendo algún tipo de sociedad: Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) o Sociedades Anónimas que a su vez pueden ser de tres tipos: Sociedad Anónima Ordinaria (S.A.O o S.A), Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) o Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)

c. Empresa como persona natural

i. La Empresa Unipersonal (ESCALANTE RAMOS & ESCALANTE RAMOS, 2006)

Es un negocio individual donde el titular, desarrolla toda la actividad empresarial aportando capital y trabajo. Además, no tiene responsabilidad limitada sino ilimitada, es decir, se deberá responder con el propio patrimonio personal frente a posibles deudas que se generen en el negocio. El registro es sencillo y poco costoso. No es obligatorio el uso de estatutos, minuta de constitución, la inscripción en Registros Públicos es voluntaria.

d. Empresa como persona jurídica.

i. Como persona individual

• EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA E.I.R.L.

- Es una **persona jurídica de derecho privado**, constituida por voluntad unipersonal con patrimonio distinto al de su titular. Sólo las personas naturales pueden constituir o ser titulares de empresas individuales de responsabilidad limitada. La responsabilidad de la empresa está limitada al patrimonio y el Titular de la misma no responde personalmente por las obligaciones contraídas por ésta. Se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa. Entre los objetivos sociales de las Empresas Individuales de

Responsabilidad Limitada están las actividades de comercio, manufactura, servicio, extracción y otros.

- **Capital Social.**- Está constituido inicialmente por los bienes que aporta quien la constituye y es determinado por el titular. Estos pueden ser: bienes dinerarios (efectivo), bienes no dinerarios (muebles, enseres, máquinas, equipos, etc.) o bienes mixtos (efectivo y no dinerarios). El aporte en dinero se hará mediante el depósito en un banco para ser acreditado en cuenta a nombre de la empresa.
- **Órganos de la Empresa.**- Los que determina la ley:

El titular es el órgano máximo de la empresa que tiene a su cargo la disposición de los bienes y actividades. Se asume la calidad de titular por la constitución de la empresa o por adquisición posterior del derecho del titular.

La gerencia es el órgano que tiene a su cargo la administración y la representación de la Empresa, es designado por el titular. El titular, puede asumir el cargo de gerente, en cuyo caso asumirá las facultades, deberes y responsabilidades de ambos cargos, debiendo denominársele titular gerente.

ii. Como sociedad (LEY GENERAL DE SOCIEDADES, 2013)

• SOCIEDAD ANÓNIMA O SOCIEDAD ANÓNIMA ORDINARIA

- Es un tipo de persona jurídica de derecho privado, de naturaleza comercial o mercantil, cualquiera sea su objeto social, con responsabilidad limitada; es decir, los socios no responden personalmente por las deudas sociales. Se constituye simultáneamente en un solo acto por los socios fundadores o en forma sucesiva mediante oferta a terceros. La sociedad anónima ordinaria puede adoptar cualquier denominación, pero debe figurar necesariamente la indicación Sociedad Anónima o las siglas S.A.
- **Capital Social.**- El capital social está representado por acciones nominativas y se integra por aportes de los socios. Para que se constituya la sociedad es necesario que tenga el capital suscrito totalmente. No se exige un monto mínimo de capital social a efectos de constituir la sociedad. Los aportes pueden ser efectuados en moneda nacional y/o extranjera, así como en bienes físicos o

tangibles o en contribuciones tecnológicas intangibles, que se puedan presentar bajo la forma de bienes físicos, documentos técnicos e instrucciones; que sean susceptibles de ser valorizados.

- **Accionistas.**- El número de accionistas puede ser de dos o más personas (naturales o jurídicas), con un límite máximo de 750 accionistas.

- **Órganos de la sociedad:**

La junta general de accionistas: Órgano supremo en el cual los accionistas adoptan las decisiones más importantes en proporción al número de acciones que tengan.

El directorio: Órgano encargado de la administración.

La gerencia: A cargo de ejecutar los actos de administración.

- **SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA S.A.C.**

- **Persona jurídica de derecho privado**, de naturaleza mercantil, cualquiera sea su objeto social. Los socios tienen responsabilidad limitada; es decir, que su responsabilidad se encuentra restringida al capital que aportan. La sociedad anónima cerrada se rige por las normas de la sociedad anónima, en cuanto le sean aplicables. Puede adoptar cualquier denominación señalando sociedad anónima cerrada o las siglas S.A.C.

- **Capital Social.** El capital social está representado por acciones y se integra por aportes de cada uno de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales. Se encuentra dividido en participaciones sociales.

- **Accionistas.**- El número de socios de la sociedad anónima cerrada no debe ser mínimo 2 socios y no más de 20 y las acciones no deben estar inscritas en el registro público del mercado de valores. Los socios tienen el derecho de adquisición preferente de acciones, salvo que el estatuto establezca lo contrario.

- **Órganos de la sociedad:**

Junta general de accionistas: Es el órgano supremo de la sociedad. Está integrada por el total de socios que conforman la empresa.

Gerencia: Es el órgano en el que recae la representación legal y de gestión de la sociedad. La gerencia convoca a la junta de accionistas.

Sub-gerencia: Reemplaza a la Gerencia en caso de ausencia.

Directorio: El nombramiento de un Directorio por la Junta es facultativo (no es obligatorio).

- **SOCIEDAD ANÓNIMA ABIERTA S.A.A**

- Persona jurídica de derecho privado y responsabilidad limitada, es decir que se da la separación entre patrimonio de los socios y el de la sociedad, lo que implica que el socio no responda con su patrimonio personal por las deudas que contraiga la sociedad, sino solo que el límite máximo por el que el socio responde es el aporte que efectuó a la sociedad. La sociedad anónima abierta contiene en su denominación la indicación de "Sociedad Anónima Abierta", o las siglas S.A.A. La sociedad anónima es abierta cuando se cumpla uno a más de las siguientes condiciones:
- **Ha hecho oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones:** Debemos entender como oferta pública de acciones o de obligaciones convertibles en acciones a aquella oferta para la colocación, adquisición o disposición de valores mobiliarios, en este caso acciones u obligaciones convertibles en acciones, que son difundidas por medios masivos, a diferencia de la oferta privada de valores mobiliarios que es aquella que no es dirigida al público en general sino a inversionistas institucionales. Por otro lado, la oferta pública de valores mobiliarios puede ser una oferta pública primaria de valores mobiliarios, definida como aquella en la que se emiten nuevos valores y que se da en la constitución de la sociedad anónima abierta; o una oferta pública secundaria de valores mobiliarios, que es aquella en la que se transfieren valores ya emitidos o colocados previamente, por ejemplo, acciones que se tenían en cartera.
- **Tiene más de setecientos cincuenta accionistas:** Una sociedad se convierte en una sociedad anónima abierta a partir de 751 accionistas que requiere adecuarse a fin de evitar que CONASEV la sancione por transgredir normas imperativas. A este respecto, el número de accionistas conlleva a que una sociedad sea una sociedad anónima abierta porque este tipo de sociedades tienen un mayor control por parte del Estado debido a la presencia de múltiples

intereses al interior de dichas sociedades, por lo que un número elevado de accionistas requieren que el Estado actúe fiscalizando porque los intereses de los inversionistas se encuentren resguardados, realizando dicha labor a través de instituciones como CONASEV. Por otro lado, no es requisito para constituir una sociedad anónima abierta el que ésta tenga 751 accionistas, sino que sólo dos socios, de acuerdo a la pluralidad de socios exigida por la ley general de sociedades, pueden formar una sociedad anónima abierta si así lo deciden.

- **Capital:** Más del treinta y cinco por ciento de su capital pertenece a ciento setenta y cinco o más accionistas, sin considerar dentro de este número aquellos accionistas cuya tenencia accionaria individual no alcance al dos por mil del capital o exceda del cinco por ciento del capital; es decir, ni grandes accionistas, ni accionistas minoritarios.
 - **Se constituya como tal o todos los accionistas con derecho a voto aprueban por unanimidad la adaptación a dicho régimen:** se refiere a cómo la voluntad de los socios permiten que una sociedad se constituya como sociedad anónima abierta y a la posibilidad de la adaptación de una sociedad a esta modalidad de sociedad anónima a través del acuerdo por unanimidad de todos los accionistas con derecho a voto ya sea mediante la adecuación de tratarse de otra modalidad de sociedad anónima, o mediante la transformación de tratarse de otro tipo de sociedad. Lo curioso de este último inciso es que la ley realiza una referencia a un acuerdo adoptado por unanimidad de accionistas y no de acciones con derecho a voto representadas en la junta general, lo cual sucede en las sociedades colectivas en las que los acuerdos se toman de un voto por socio, mientras que en las sociedades anónimas los acuerdos se toman de un voto por cada acción.
- **SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L.)**
 - En la **sociedad comercial de responsabilidad limitada** el capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden ser incorporadas en títulos valores, ni denominarse acciones. Los socios no pueden exceder de 20 y no responden personalmente por las obligaciones sociales.

- **Capital Social.**- El capital social está integrado por los aportes de los socios. Al constituirse la sociedad, el capital debe estar pagado en no menos del veinticinco por ciento de cada participación, y depositado en entidad bancaria o financiera del sistema financiero nacional a nombre de la sociedad.
- **Socios o participacionistas.**- La voluntad de los socios que representen la mayoría del capital social regirá la vida de la sociedad. El estatuto determina la manera como se expresa la voluntad de los socios, pudiendo establecer cualquier medio que garantice su autenticidad. Es obligatoria la celebración de una junta general cuando soliciten su realización socios que representen por lo menos la quinta parte del capital social.
- **Órganos de la Empresa:**
La junta general de socios: Representa a todos los socios de la empresa.
La gerencia: es el órgano encargado de la dirección y administración de la sociedad y es el representante legal de la empresa.

2.2.1.5. Pasos para formalizar una empresa (KOMIYA, 2012)

Paso 1. Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos

En primer lugar necesitamos un nombre para la empresa que deseamos crear, no puede ser nombres de empresas ya creadas, debemos acudir a la Oficina de Registros Públicos, en este caso la SUNARP, y verificar que no exista en el mercado un nombre o razón social igual al que queremos para nuestra empresa. Vamos a tener que llenar los formularios respectivos y luego tenemos que hacer la RESERVA DE NOMBRE DE EMPRESA.

Paso 2. Elaboración de la minuta

La minuta es un documento en el cual los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a ésta.

Los elementos fundamentales de una minuta son:

- Los datos generales de ley de cada socio (sus datos personales, nombres, edades, documentos de identificación, etc.).
- El giro de la sociedad.
- El tipo de empresa o sociedad (E.I.R.L, S.R.L, S.A, etc.).
- El tiempo de duración de la sociedad (plazo fijo o indeterminado).
- La fecha en la que se va a dar inicio a las actividades comerciales.
- El lugar en donde va a funcionar la sociedad (domicilio comercial).
- La denominación o razón social de la sociedad.
- El lugar en donde van a funcionar las agencias o sucursales (si es que las hubieran).
- La persona que va a administrar o representar la sociedad.
- Los aportes de cada socio. Los cuales pueden ser:
 - Bienes dinerarios: dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambios, etc.
 - Bienes no dinerarios: inmuebles o muebles tales como escritorios, mesas, sillas, etc.
- otros acuerdos que establezcan los socios.

Paso 3. Elevar minuta a escritura pública

Una vez redactada la minuta, debemos llevarla a una notaría para que un notario público la revise y la eleve a escritura pública.

Por lo general, los documentos que debemos llevar junto con la minuta son:

- La constancia o el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Un inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- El certificado de Búsqueda Mercantil emitido por la Oficina de Registros Públicos de la inexistencia de una razón social igual o similar.

Una vez elevada la minuta, ésta no se puede cambiar. Al final, se genera la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe de que la minuta es legal, la cual debe estar firmada y sellada por el notario.

Paso 4. Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos

Una vez que hemos obtenido la Escritura Pública, debemos llevarla a la Oficina de Registros Públicos en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa en los Registros Públicos. La Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

Paso 5. Obtención del número de RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es lo que identifica a una persona o empresa ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos.

Toda Persona Natural o Jurídica está obligada a inscribirse en el RUC, de lo contrario será sancionada de acuerdo con el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten la declaración.

Paso 6. Elegir régimen tributario

En la misma SUNAT, a la vez que tramitamos la obtención del RUC, debemos determinar a qué régimen tributario nos vamos a acoger para el pago de los impuestos, ya sea al Régimen Único Simplificado (RUS), al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), o al Régimen General.

Una vez que contamos con nuestro número de RUC y hemos elegido un régimen tributario, podemos imprimir los comprobantes de pago (boleta y/o factura) que vamos a utilizar.

Paso 7. Comprar y legalizar libros contables

En este paso compramos los libros contables necesarios dependiendo del régimen tributario al cual nos hayamos acogido y, posteriormente, los llevamos a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

Paso 8. Inscribir trabajadores en Es Salud

En este paso registramos a nuestros trabajadores ante el Seguro Social de Salud (Es Salud) a través de un formulario que podemos obtener en la misma SUNAT.

Este registro permite a los trabajadores acceder a las prestaciones que otorga dicha entidad.

Paso 9. Solicitud de licencia municipal

En este paso acudimos a la municipalidad del distrito en donde va a estar ubicada físicamente nuestra empresa, y tramitamos la obtención de la licencia de funcionamiento.

Por lo general, los documentos que debemos presentar son:

- Una fotocopia del RUC.
- El certificado de Zonificación (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc.).
- Un croquis de la ubicación de la empresa.
- Una copia del contrato de alquiler o del título de propiedad del local.
- Una copia de la Escritura Pública.
- El recibo de pago por derecho de licencia.
- El formulario de solicitud.

2.2.2. Micro y Pequeña Empresa (CONGRESO, 2008)

A través del Decreto Legislativo N° 1086, del 28 de junio de 2008, el Gobierno promulgó la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

Con la dación de este dispositivo se modifican las características de este tipo de empresas, haciéndose las siguientes especificaciones para que sean consideradas como tales:

Cuadro N° 01: CUADRO COMPARATIVO ENTRE MICRO EMPRESA Y PEQUEÑA EMPRESA

REFERENCIA	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Características	De 1 hasta 10 trabajadores. Ingresos anuales hasta 150 UIT.	De 1 hasta 100 trabajadores. Ingresos anuales hasta 1700 UIT.
Remuneración mínima vital	S/. 750.00 (puede ser menor por acuerdo del CNT)	S/. 750.00
Jornada – horario	8 horas diarias o 48 horas semanales.	8 Horas diarias o 48 Horas Semanales
Descanso semanal	24 Horas Continuas	24 Horas Continuas
Vacaciones	15 días al año	15 días al año
Indemnización por Despido injustificado	10 Remuneraciones diarias por año. Tope: 90 Remuneraciones (3 sueldos).	20 Remuneraciones diarias por año. Tope: 120 Remuneraciones (4 sueldos).
CTS	No Aplica	½ Sueldo por año.
Gratificaciones	No Aplica	2 al año de ½ Sueldo cada uno.
Asignación familiar	No Aplica	No aplica
Utilidades	No Aplica	De acuerdo al D. Leg. 892.
Póliza de seguro	No Aplica	Régimen General (A partir de los 4 años).
Seguro social	9% (4.5% paga el Empleador y el 4.5% paga el Estado)	Empleador 9%
Seguro Complementario de Trabajo y de Riesgo	No aplica	Si, cuando corresponda
Seguro de vida	No aplica	Si aplica
Pensiones	50% (Empleador) y 50% (Estado).	13% ONP o AFP.
Régimen tributario	RER 1.5% mensual DJ Anual, (IGV de 18% de ser el caso)	IR del 30%e IGV 18% Depreciación acelerada 3 años, desde el 2009.

Fuente: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>

2.2.3. Ciclo de vida de una empresa

(IDACCION BUSINESS NEWS, 2013) Las empresas pasan por distintas fases de desarrollo. Aunque cada empresa es un caso particular y la duración de cada etapa es variable, se pueden distinguir las siguientes:

a. Nacimiento

- Momento de máxima innovación.
- Estructura pequeña e informal.
- Métodos de decisión altamente centralizados.
- Se puede penetrar en el mercado compitiendo a precios bajos o buscando un nicho de mercado.
- Inicialmente el negocio genera pérdidas que se cubren con financiación, hasta que se alcanza el punto de equilibrio.
- Casi tres cuartas partes de las empresas no sobreviven a esta fase (esta proporción depende del país y del sector).

b. Crecimiento y aceleración

- Para llegar a esta fase es importante: tener una clara ventaja competitiva, tener una buena cartera de clientes satisfechos, una deuda asumible y los costes controlados.
- Se fidelizan clientes, se abren nuevos mercados y se desarrollan nuevos productos o se mejoran los existentes.
- Se amplía la estructura, se delegan ciertas decisiones y se establecen protocolos internos.
- Sólo una décima parte de las empresas superan esta fase.

c. Madurez

- Se alcanza el tamaño óptimo en el mercado y se inicia una competencia intensa con las empresas importantes del sector.
- Es necesario estar atento al mercado para adaptarse rápidamente a los cambios. Estrategia defensiva.
- El objetivo es alcanzar la eficiencia en todos los aspectos: añadir valor al producto, incrementar márgenes.

- La estructura de la empresa se amplía y se hace más compleja, lo que obliga a formalizar procedimientos, con el riesgo de burocratización.

d. Renacimiento

- Es posible llegar a esta fase desde la fase de declive, o directamente desde la etapa de madurez.
- "Reinvención" de la empresa: nuevos productos, nuevos mercados.
- Desburocratización de la empresa: Descentralización de decisiones pero mayor coordinación.
- Fomento de la innovación: grupos de mejora, innovación en procesos, productos, organización, comercialización.
- Se crean divisiones, filiales y se coopera con otras empresas para lanzar nuevos proyectos.

e. Declive

- Se suele llegar a esta fase por falta de adaptación al mercado.
- Estructura excesivamente burocrática y escasamente innovadora.
- Si no se pone remedio, esta fase acaba en liquidación y muerte de la empresa.

2.2.4. Actividad económica

(WIKIPEDIA, 2013) Para satisfacer sus necesidades los pueblos necesitan de la cooperación de sus semejantes, unos producen lo que otros consumen dando lugar a una *interdependencia económica* de los países. Cada comunidad encuentra que sus recursos son limitados y por lo tanto, para poder satisfacer a estas necesidades debe hacer una elección que lleva incorporado un coste de oportunidad.

Se llama **actividad económica** a cualquier proceso mediante el cual se adquieren productos, bienes y los servicios que cubren nuestras necesidades o se obtienen ganancias. De acuerdo con los recursos naturales y el grado de desarrollo tecnológico, las actividades económicas se diversifican espacialmente. Las actividades productivas se dividen en tres grupos:

a. Actividades económicas primarias

Son aquellas que están estrechamente relacionadas con las condiciones geográficas. Se dedican puramente a la **extracción** de los recursos naturales, ya sea para el consumo o para la comercialización. Proporcionan las **materias primas** y son: agricultura, ganadería, minería, pesca, caza y silvicultura. Son las predominantes en los países de escaso desarrollo.

b. Actividades económicas secundarias

Este sector se refiere a la industria, o sea, la **transformación de las materias primas**, dando lugar a diferentes tipos de industria.

Dentro del mismo, las industrias ligeras producen bienes de consumo inmediato como alimentos, zapatos, bolsas, juguetes, mientras que las pesadas, maquinaria y otros insumos para otros sectores; las industrias manufactureras se encargan de la elaboración de productos más complejos a través de la transformación de las materias primas. Predominan en los países desarrollados.

c. Actividades económicas terciarias

Son todas las ocupaciones en las que se llevan a cabo **servicio**. El producto final de las actividades de este sector no es un bien tangible, sino un servicio.

Entre las ramas más importantes del sector terciario destacan el comercio, el transporte, el turismo, la educación, la sanidad y la administración. También se engloban dentro de este sector la banca, los medios de comunicación (como la televisión o la radio), los abogados y los jueces, los gobernantes, los cuerpos de seguridad (como la policía, el ejército).

A estos tradicionales tres sectores de la economía se le puede añadir otro de reciente aparición, el **cuaternario**, también llamado **terciario avanzado**, **decisional** o **de la información**: agrupa las actividades relacionadas con la alta tecnología como dirección empresarial, informática, biotecnología, comunicaciones vía satélite, exploración espacial, etc. donde la creación y difusión de la información es tan decisiva para la organización política y económica de una sociedad avanzada.

2.2.5. Regímenes tributarios

(CRECEMYPE, 2012) Los regímenes tributarios son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que posea o va a iniciar un negocio deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, que establece los niveles de pagos de impuestos nacionales.

a. Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)

Pueden acogerse a este Régimen: Personas Naturales y Sucesiones Indivisas que contemplen lo siguiente:

- Los Ingresos Brutos anuales y el monto anual de las compras no sean mayor a S/ 360,000.
- El valor de los activos fijos, con excepción de predios y vehículos, no sean mayor a S/ 70,000.
- Deben realizar actividades en un solo establecimiento o sede productiva y si es un oficio se deberá brindar en forma personal.

Cuadro N° 02: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS SEGÚN RUS

Tipo de comprobante de pago que puedes emitir	o Boleta de venta o Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que no dan derecho al crédito fiscal.
Libros de contabilidad legalizados	No está obligado a llevarlos
Tributos a los que estas afecto	Pago de cuota mensual de acuerdo al monto de tus ingresos brutos y adquisiciones mensuales (ver tabla).
Medios para la declaración y pago	El pago de la cuota mensual y las certificatorias se realizan sin formularios en las instituciones bancarias.

Fuente: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-l/formaliza-b.pdf>

Cuadro N° 03: CATEGORÍAS DE PAGO DEL NUEVO RUS

Categoría	Ingresos brutos mensuales (hasta S/.)	Adquisiciones brutas mensuales (hasta S/.)	Cuota mensual (S/.)
1	5,000	5,000	20
2	8,000	8,000	50
3	13,000	13,000	200
4	20,000	20,000	400
5	30,000	30,000	600

Fuente: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-l/formaliza-b.pdf>

b. Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)

El RER es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de:

- **Actividades de comercio y/o industria**, como la venta de bienes que se adquieren, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.
- **Actividades de servicio**, es decir, cualquier actividad no señalada anteriormente o que sólo se lleve a cabo con mano de obra.

Pueden acogerse a este régimen los que cumplan con los siguientes requisitos:

- El monto de sus ingresos netos no debe superar los S/. 525,000 en el transcurso de cada año.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad con excepción de los predios y vehículos, no debe superar los S/. 126,000
- Se deben desarrollar las actividades generadoras de rentas de tercera categoría con personal afectado a la actividad que no supere las 10 personas por turno de trabajo.
- El monto acumulado de sus adquisiciones afectadas a la actividad, no debe superar los S/. 525,000 en el transcurso de cada año.

Cuadro N° 04: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS SEGÚN EL RER

<p>Tipo de comprobante de pago que puede emitir</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Factura o boleta de venta. ○ Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que no dan derecho al crédito fiscal ni pueden utilizarse para sustentar gastos o costo con efectos tributarios. ○ Guía de remisión = remitente y transportista. ○ Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que sustentan gastos o costos y dan derecho a crédito fiscal. ○ Otros comprobantes autorizados por el reglamento de comprobante de pago.
<p>Libros de contabilidad legalizados</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Registro de ventas. ○ Registro de compras.
<p>Tributos a los que esta afecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Impuesto a la Renta: pago de cuota mensual equivalente al 1.5% de tus ingresos netos mensuales. ○ Impuesto General a las Ventas (IGV): tasa del 19% (incluye el IPM). ○ Retenciones del IGV y Renta (contribuyentes no domiciliados, rentas de 2da. Y 5ta. categoría). ○ ESSALUD (9%) y ONP (13%).
<p>Medios para la declaración de pagos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ A través de los programas de Declaración Telemática (PDT) <ul style="list-style-type: none"> • PDT IGV – Renta. • PDT otras retenciones. • PDT planilla electrónica. ○ Excepcionalmente, las personas naturales pueden presentar sus declaraciones en formularios impresos, siempre que no se encuentren obligados a usar el PDT

Fuente: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-l/formaliza-b.pdf>

c. Régimen General del Impuesto a la Renta

Si eres una persona natural o jurídica también puedes acogerte al Régimen General del Impuesto a la Renta.

Debes tener en cuenta que este régimen te beneficia con la depreciación acelerada (3 años) y con la posibilidad de arrastrar pérdidas de años anteriores, lo cual te permite reducir el monto a pagar por impuestos. Por otro lado, si te encuentras en el RER y la

utilidad que obtienes por tus ventas es menor al impuesto que debes pagar, te convendrá acogerte a este Régimen General, a fin de darle continuidad al negocio, y no trabajar a pérdida.

Cuadro N° 05: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS SEGÚN RÉGIMEN GENERAL

<p>Tipo de comprobante de pago que puede emitir</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Factura o boleta de venta. ○ Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que no dan derecho al crédito fiscal ni pueden utilizarse para sustentar gastos o costo con efectos tributarios. ○ Guía de remisión = remitente y transportista. ○ Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que sustentan gastos o costos y dan derecho a crédito fiscal. ○ Otros comprobantes autorizados por el reglamento de comprobante de pago.
<p>Libros de contabilidad legalizados</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Si tu ingreso bruto anual no supera las 150 UIT, debes llevar: <ul style="list-style-type: none"> • Registro de ventas. • Registro de compras. • Libro de diario de formato simplificado. <p>En caso de tu ingreso bruto anual fuera mayor a 150 UIT, deberás llevar contabilidad completa.</p>
<p>Tributos a los que esta afecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Impuesto a la Renta: <ul style="list-style-type: none"> • Pagos a cuenta mensuales: <ul style="list-style-type: none"> Sistema A: coeficientes, para aquellos contribuyentes que tuvieron renta neta imponible en el ejercicio anterior. Sistema B: 2% de los ingresos netos, para los contribuyentes que no tuvieron renta neta imponible o los que inicien actividades en el ejercicio. ○ Declaración anual y pago de regularización: 30% de la renta neta imponible. ○ Impuesto temporal a los Activos Netos (ITAN): <ul style="list-style-type: none"> • Tasa: 0.4% por exceso de S/. 1 millón del activo neto. ○ Impuesto general a las Ventas (IGV): <ul style="list-style-type: none"> • Tasa del 18% (Incluye el Impuesto de Promoción Municipal). ○ Otros tributos. ○ Retenciones del IGV y Renta (contribuyentes no domiciliados, rentas de 2da., 4ta. Y 5ta. Categoría).

	○ ESSALUD (9%) y ONP (13%).
Medios para la declaración de pagos	○ A través de los programas de Declaración Telemática (PDT) <ul style="list-style-type: none"> • PDT IGV – Renta. • PDT otras retenciones. • PDT planilla electrónica. ○ Excepcionalmente, las personas naturales pueden presentar sus declaraciones en formularios impresos, siempre que no se encuentren obligados a usar el PDT

Fuente: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-l/formaliza-b.pdf>

2.2.6. Factores que inciden en la iniciativa emprendedora (EOI, 2006)

a. Motivacionales

Los estudios pioneros sobre las motivaciones del empresario son los de McClelland (1968) y Genescá y Veciana (1984), donde se pone de manifiesto que los motivos más relevantes son la necesidad de logro y la independencia personal por parte del emprendedor.

Las causas o motivos que llevan a las personas a involucrarse en procesos de carácter emprendedores pueden ser **internos** o **externos** a la propia persona. En las causas internas incluyen las habilidades, destrezas, sentimientos, esfuerzos, experiencias o conocimiento de los individuos; y en las externas incluyen la economía, competencia, demanda, consumidores o inversores.

Por otro lado, las motivaciones de los individuos para implicarse en procesos de creación de nuevas empresas se pueden deber a causas **estables** o **inestables**. Se considera causas estables a la demanda de un producto, la necesidad, las habilidades. Mientras que se considera como inestable o variables al esfuerzo, deseos personales, competencia o incremento de los ingresos personales.

b. Factores que facilitan la creación de empresas

- **Medidas Políticas:** Medidas políticas de apoyo tales como unos eficientes servicios de información y de asesoramiento, una oferta de formación adecuada para el empresario, unos canales accesibles a la financiación requerida y la mejora de las condiciones administrativas y legales pueden favorecer la creación de nuevas

empresas, teniendo un impacto positivo en la generación de empleo, el crecimiento económico y la innovación.

- **Instituciones públicas:** Los gobiernos, como instituciones públicas, tienen un papel clave al ser los responsables de las políticas y medidas de apoyo a la creación y puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales.
- **Habilidades:** Las habilidades educativas o técnicas han sido elementos que pueden influir en el proceso de creación de empresas. De manera especial pueden favorecer la creación de empresas las habilidades de los emprendedores en gestión de empresas, incluyendo en ese grupo su capacidad de liderazgo, iniciativa, negociación, orientación al logro, tolerancia al estrés, etc.
- **Recursos (capital, infraestructuras, tecnología, etc.):** La creación y puesta en marcha de un nuevo negocio requiere una dotación de recursos necesarios para llevar a cabo la actividad. Entre ellos hay que tener en cuenta, los diferentes factores productivos, acceso a las materias primas, proveedores, capital, infraestructuras, tecnología, etc.
- **Experiencia profesional:** La experiencia de trabajo previa juega un papel determinante para los emprendedores que deciden crear una empresa buscando su seguridad o libertad. Una experiencia profesional previa da a los emprendedores la confianza necesaria para pensar en tener éxito en su decisión actual.
- **Capital Social:** El capital social, en el contexto de la creación de empresas, es la buena voluntad y los recursos que emanan de la red de relaciones sociales de los individuos y sus efectos fluyen de la información, influencia y la solidaridad disponibles para el emprendedor. Dos beneficios directos de este tipo de capital social son relevantes para el emprendedor: la información y la influencia. El capital social facilita el acceso a la información. Dentro del capital social o redes de contactos de los emprendedores podríamos incluir las relaciones que ellos tienen con sus familias, futuros empleados, proveedores o clientes. En este sentido, el apoyo familiar favorece en todos los aspectos la puesta en marcha de nuevas empresas.

- **Condiciones del entorno:** Existen trabajos que reflejan cómo algunos factores del entorno, como las normas sociales, los estereotipos del emprendedor o las redes personales, generan efectos en el comportamiento de las personas pudiendo favorecer o dificultar la intención de una persona de crear una empresa.
- **Formación:** La formación recibida a través de programas específicos o en centros oficiales como son las universidades puede influir en los deseos de una persona de crear una empresa.

La Universidad tiene una importante función de desarrollo regional mediante la puesta en valor de su conocimiento, para ello, una condición necesaria es crear y fomentar el espíritu emprendedor, ya que son dinamizadoras del desarrollo económico y social. El papel de la Universidad en el fomento de la creación de empresas es mucho más amplio que la mera formación transmitida en las aulas debiéndose considerar por parte de estas instituciones universitarias otras medidas como el asesoramiento, orientación, adecuación de infraestructuras para emprendedores.

- **Contexto social y cultural:** Cada vez tiene más relevancia el papel del entorno en la decisión de crear una empresa, pero no sólo en lo referido a los aspectos legales, la política pública y los servicios de apoyo, sino sobre todo en lo relativo al contexto social y cultural. Las creencias, los valores y las actitudes de una sociedad determinada condicionan las decisiones y comportamientos de sus miembros. Así, las percepciones de deseo y de viabilidad en el caso concreto de la creación de una empresa, son en buena medida producto del entorno sociocultural y pueden afectar de una forma importante en la decisión de una persona para convertirse en empresario.

c. Factores que dificultan la creación de empresas

- **Percepción del riesgo y propensión al riesgo:** La propensión al riesgo se define como la tendencia general de un individuo a asumir o evitar riesgo dentro de un contexto particular de toma de decisiones. Los emprendedores con alta propensión a asumir riesgo dan relativamente menos valor al reto de obtener pérdida y relativamente más valor a la posibilidad de tener ganancias.

El riesgo de tomar la decisión de crear una nueva empresa hay que entenderlo con un doble sentido. Por un lado, hace referencia a la probabilidad de que la nueva empresa alcance ciertos resultados, que pueden ser ganancias o pérdidas. Por otro lado, los directivos de las empresas no ven el riesgo como una probabilidad sino como el tamaño de las pérdidas que una decisión puede desencadenar. En este caso el riesgo se refiere a la magnitud del peor resultado posible que se pudiera obtener suponiendo en este caso un obstáculo a la decisión de crear la empresa.

Es interesante señalar también que la asunción de riesgo de los nuevos emprendedores está relacionada con sus destrezas o habilidades. En este sentido, aquellos que tienen más destrezas en una determinada actividad son más probables que asuman riesgos más elevados

Por otro lado, la percepción del riesgo se puede definir como la valoración que hace la persona que toma la decisión del riesgo inherente a una situación particular. Por tanto, los individuos pueden variar en el grado en que ellos perciben un conjunto de decisiones alternativas y, basados en tales diferencias de percepción, pueden diferir en sus decisiones, de modo que el observador que vea el conjunto como menos arriesgado puede elegir la alternativa relativamente más arriesgada.

- **Falta de capital necesario:** La dificultad de acceso al mercado de capitales es un obstáculo a la creación de empresas y a la expansión de las existentes. En algunos casos podría suponer una traba u obstáculo no poder contar con los fondos suficientes para ello y tener que acudir a otras fuentes de financiación. La falta de apoyo financiero es una de las principales limitaciones a la creación de empresas.
- **Factores sociales:** Como un obstáculo importante para la decisión de crear una empresa es la escasa consideración de la sociedad hacia el papel que desempeñan los empresarios. Por tanto, la falta de reconocimiento por parte de la sociedad puede causar un freno para que algunos emprendedores potenciales entren en el proceso emprendedor.
- **Políticas y programas gubernamentales:** Al mismo tiempo que las instituciones públicas llevan a cabo programas o medidas orientadas al fomento de la actividad emprendedora, éstas se pueden convertir en verdaderos obstáculos si no se ajustan a las necesidades de los empresarios potenciales.

El comenzar un nuevo negocio requiere el permiso de una variedad amplia de administraciones públicas dependiendo del tipo de negocio que sea, y en este sentido las agencias gubernamentales podrían retrasar el incremento de nuevas empresas debido a la descoordinación existente entre ellas.

- **Legislación:** En la mayoría de los países, la creación de empresas es un proceso de cierta complejidad que está sujeto a un conjunto de requerimientos legales tanto antes como después de su fundación, que supone dedicar por parte de los emprendedores tiempo y dinero. Estas regulaciones a veces pueden suponer un obstáculo para la propia creación de la empresa y su gestión. Por otro lado, dentro de este punto podríamos incluir las barreras fiscales que se encuentran los emprendedores. Los problemas causados por el sistema fiscal son variados: altos tipos impositivos reducen en incentivo a la empresariedad, la existencia de gravámenes diferentes según la actividad económica distorsionan las decisiones de producción, las reformas fiscales suponen un coste en tiempo para las empresas.
- **Relaciones con los proveedores:** Aunque en el apartado anterior se ha puesto de manifiesto que los contactos que tienen los emprendedores, identificado como capital social, es un elemento que favorece la creación de nuevas empresas, en algunas ocasiones un contacto o relación no adecuado podría perjudicar al proceso emprendedor. Es el caso de las relaciones con los proveedores, que podrían llegar a paralizar todo el proceso desmotivando al emprendedor a tomar la decisión de crear el nuevo negocio.
- **Falta de planificación:** Una de las causas de fracaso de las nuevas empresas es la falta de planificación por parte de sus emprendedores.
- **Falta de espíritu emprendedor:** En algunos casos la falta de un espíritu emprendedor que motive lo suficiente se ha convertido en una barrera para la actividad emprendedora.
- **Procedimientos administrativos y trámites:** En general, existen barreras administrativas que obstaculizan la creación de una empresa, debido a su alto grado de complejidad. Sin embargo, hay que reconocer que el tiempo que los emprendedores tienen que invertir para crear una empresa ha seguido una tendencia

favorable. No obstante, se debe seguir trabajando para poner el tiempo y los costes de creación de una empresa al nivel de los puntos de preferencia. Se puede seguir mejorando en cuanto a procedimientos múltiples, puntos de contacto, formularios, licencias y pasos necesarios ya que los emprendedores potenciales consideran que son un obstáculo importante a la hora de tomar la decisión de crear un nuevo negocio.

- **Socios no adecuados:** El tener socios no adecuados sí es un factor considerable de fracaso en muchos países, no siendo consideradas por algunos.
- **Dinamismo del entorno:** Las características del sector también van a ser un tema que influye en la creación de empresas. En este sentido, en los sectores altamente innovadores, el ratio de fracaso de las empresas que entran suele ser bastante alto. Concretamente en los sectores dinámicos, elementos como los requisitos de capital industrial, la concentración de competidores o el exceso de capacidad del propio sector son obstáculos para la formación de nuevas empresas.

d. Factores que inciden en la consolidación

El crecimiento de las empresas, tanto de las grandes como pequeñas, indica el potencial de contribuciones económicas desde la creación de empresas.

La mayoría de las empresas nacen, crecen y mueren siendo pequeñas. Sin embargo, el crecimiento de las empresas más pequeñas sugiere que incluso aquellas empresas que tengan pocos recursos y un potencial modesto pueden contribuir sustancialmente a la economía.

- **Características de los individuos:** Existen algunas investigaciones que han demostrado que la motivación de crecimiento del propietario o gerente de la empresa y una visión y objetivos comunicados tienen efectos directos sobre el crecimiento de las empresas cuando tienen la orientación estratégica de la empresa. Los factores relacionados con la persona, como la motivación, formación, experiencia en gestión, número de fundadores y destrezas funcionales, tienen también un efecto positivo sobre el crecimiento de las empresas. Sin embargo, es curioso que el desempleo como razón o motivo fundamental para la creación de las empresas (lo que daría lugar a creación de empresas por necesidad), tiene un

efecto negativo sobre el crecimiento de las mismas, en contra de otras variables personales.

Otros autores se han preocupado de analizar la relación entre las características del equipo directivo, como el número de personas, la cohesión existente entre ellos, la experiencia previa de haber trabajado juntos o la composición del propio equipo, y el crecimiento.

- **Características de la empresa:** Entre las características de la empresa que la literatura ha relacionado con el crecimiento, y por tanto, con la consolidación de las empresas, encontramos la edad de la compañía, el tamaño, la afiliación sectorial, la forma legal y la localización. Las investigaciones sobre los patrones de crecimiento de las nuevas empresas indican que éstas varían ampliamente en cuanto a la forma de crecer y generar empleo, estando relacionado el tamaño de una empresa en un momento dado con su rendimiento posterior. Existen trabajos que indican que el tamaño de una empresa en un momento del tiempo está relacionado con el ratio de supervivencia de la misma. Otros autores sugieren que los objetivos de supervivencia, los proyectos de expansión e incluso la necesidad de experiencias de gestión están relacionados con el tamaño inicial de las empresas.

El tamaño inicial está claramente relacionado con los recursos financieros y humanos que deben ser necesarios y que podrían estar relacionados con la habilidad de la empresa para sobrevivir y crecer. También puede haber relaciones sistemáticas entre el tamaño inicial y las características de los emprendedores y los procesos por los cuales sus empresas han comenzado.

- **Entorno:** Los factores externos pueden determinar cuánto crecen las empresas más que las motivaciones y acciones estratégicas de sus gerentes. El apoyo a la financiación por parte de instituciones públicas y privadas es indispensable para el desarrollo y crecimiento de las empresas. Por eso, debería ayudarse a los empresarios a superar su resistencia a aceptar inversores externos, al mismo tiempo que los inversores necesitan información de calidad sobre las empresas, que los empresarios han de ser capaces de proporcionar.

Hay diversos estudios que han demostrado que las empresas que crecen rápidamente se encuentran en los sectores y regiones más dinámicos. En los sectores altamente innovadores, el ratio de fracaso de las empresas que entran

suele ser bastante alto, pero las que sobreviven durante los dos primeros años tienden a tener grandes tasas de crecimiento. El crecimiento de las empresas en los sectores que están estancados se produce en nichos de crecimiento dinámicos dentro de estos sectores.

Existen otras características del entorno, como su hostilidad y la heterogeneidad, que no tienen claros efectos directos sobre el crecimiento de las empresas. Además, en los mercados heterogéneos las oportunidades emprendedoras son más probables que surjan cuando el desarrollo de un mercado crea demandas para productos de áreas relacionadas de una empresa.

2.2.7. Estatuto de la universidad Nacional de Cajamarca - artículos relacionados a Empresa.

(COMISION ESPECIAL ESTATUTARIA, 2006) El estatuto de esta universidad hace referencia a aspectos de empresa e iniciativa empresarial, como se menciona a continuación:

a. Artículo 2º Fines

Promover la creatividad e iniciativa empresarial como mecanismos necesarios para superar las limitaciones sociales y económicas y el no aprovechamiento de oportunidades

b. Artículo 213º Centros de Producción y/o Servicios

Los Centros de Producción y Servicios son Facultativos o Inter facultativos. Los primeros dependen de las Facultades y los segundos, del Rector o Vicerrectores según corresponda.

Los Centros de Producción y Servicios cuentan con infraestructura y recursos para la producción de bienes, y se manejan con criterios de productividad, así como para apoyar la labor académica de los Institutos y Centros de Investigación y Extensión.

Las rentas que generan revierten en su mejoramiento y los excedentes sirven para fortalecer las labores de investigación y extensión de la Universidad. Su administración se rige por un Directorio.

c. Artículo 214° Personas jurídicas creadas por la Universidad

La Universidad puede constituir personas jurídicas de gestión autónoma, conforme a la legislación civil o comercial, que tengan por objetivo dotarle de los recursos económicos, financieros y tecnológicos necesarios para su desarrollo y cumplimiento de sus fines y funciones.

SISTEMA DE GESTIÓN PRODUCTIVA

d. Artículo 237° Definición

El sistema de gestión productiva es el conjunto de principios, normas jurídicas, técnicas, órganos administrativos y demás elementos vinculados por el objetivo de gestionar y generar recursos económicos, financieros y tecnológicos para el cumplimiento de los fines y funciones de la Universidad, así como de administrar su patrimonio, bienes, recursos, programas, actividades, órganos y unidades en forma tal que se obtenga de ellos la más alta productividad, según su naturaleza.

e. Artículo 238° Criterios rectores

El sistema de gestión productiva coadyuva a la actividad académica universitaria, y se rige por los criterios siguientes:

- Visión empresarial de los órganos, unidades, programas y actividades de producción de bienes y prestación de servicios, cuyo objetivo prioritario es la generación de utilidades.
- Administración auto sostenible de los programas, actividades y unidades autofinanciadas.
- Conducción rentable del patrimonio, bienes, recursos, programas, actividades, órganos y unidades, priorizando y fortaleciendo su productividad administrativa, académica, económica y tecnológica, según su naturaleza.
- Orientación hacia el auto sostenimiento de la gestión integral de la Universidad.
- Promoción permanente de los centros productivos que fomenten la competitividad empresarial, la transferencia de tecnologías y el desarrollo integral de la sociedad.

f. Artículo 254° Centro Preuniversitario

El Centro Preuniversitario, es un órgano desconcentrado dependiente del Rectorado y gestionado mediante un Directorio con representación de las Facultades, de acuerdo a Reglamento, a través del cual se innovan y desarrollan modelos de orientación

vocacional, formación de aptitudes y competencias universitarias, y de selección de futuros estudiantes ordinarios de la Universidad.

Es gestionado como un centro de prestación de servicios autofinanciado. Su personal se rige por las normas del servidor privado.

g. Artículo 255° Centro de Idiomas y Sistemas de Comunicación

El Centro de Idiomas y Sistemas de Comunicación, es un órgano desconcentrado dependiente del Rectorado. Es gestionado mediante un Directorio con representación de las Facultades, de acuerdo a Reglamento, a través del cual se innovan y desarrollan modelos de aprendizaje de idiomas nacionales y extranjeros, así como de otros sistemas de comunicación, que permitan asimilar la cultura global.

Es gestionado como un centro de prestación de servicios. Su personal se rige por las normas del servidor privado.

h. Artículo 150° Escuela de Post Grado

La Escuela de Post Grado es la unidad académica de altos estudios científicos dedicada a la formación de académicos del más alto nivel, docentes universitarios, especialistas e investigadores, con grados de maestro y doctor. Goza de autonomía académica, administrativa y económica, conforme a ley, el presente estatuto, el reglamento general y su reglamento interno.

2.3. TÉRMINOS BÁSICOS

- **Accionistas:** Dueño de una o varias acciones en una compañía comercial, industrial o de otra índole.
- **Actividad económica:** Son todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular.
- **Capital:** Total de recursos físicos y financieros que posee un ente económico, obtenidos mediante aportaciones de los socios o accionistas destinados a producir beneficios, utilidades o ganancias. Riqueza que se destina a la producción.
- **Eficacia:** Capacidad para obrar o para conseguir un resultado determinado. La eficacia está orientada al logro de objetivos.
- **Eficiencia:** Capacidad de alcanzar los objetivos y metas programadas con el mínimo de Recursos disponibles y Tiempo, logrando su optimización.
- **Emprendedor:** Personas con capacidad de ver una oportunidad para obtener el capital, el trabajo y otros insumos necesarios, así como los conocimientos para estructurar exitosamente una operación. También deben estar dispuestos a correr el riesgo personal del éxito o del fracaso.
- **Empresas:** La empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga, por tanto, de la organización de los factores de producción, capital y trabajo.
- **Estructura curricular:** Se entiende como un conjunto de componentes organizadores en relación con los fines de la educación, contenidos, experiencias formativas, recursos y valoraciones, a partir de las cuales se definen los planes de estudio. La estructura curricular es, en cierta forma, "la columna vertebral de los procesos formativos, pues de ella depende la orientación, la selección, la organización y la distribución de los conocimientos y de las prácticas que contribuyan con la formación profesional".
- **Factor:** Es un elemento que actúa como condicionante para la obtención de un resultado.

- **Marca:** Una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una persona o empresa de aquellos que son sus competidores. Estos signos pueden ser: Palabras, imágenes, figuras, gráficos, símbolos, letras, números, retratos, etiquetas, sonidos, colores, formas de productos, envases o envolturas o combinaciones de los mismos.
- **Nombre comercial:** El nombre comercial es el nombre con el que quieres que tus clientes te conozcan en el mercado, diferenciándote de otras empresas que realicen servicios similares a los tuyos. Esto es muy visto en los establecimientos comerciales de propiedad de personas naturales, que para efectos comerciales, de marketing o mercadeo, le colocan un nombre comercial atractivo a su establecimiento, pero la razón social del establecimiento es el nombre de la persona natural propietaria del mismo. El nombre comercial o razón comercial es optativo, mientras que la razón social es obligatoria; los dos pueden o no ser diferentes.
- **Plan de estudios:** El plan de estudios es el esquema estructurado de las áreas obligatorias y fundamentales y de áreas optativas con sus respectivas asignaturas que forman parte del currículo de los establecimientos educativos.
- **Plan de negocios:** Es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto.
- **Razón social:** Es el atributo legal que se encuentra en el documento de constitución de una compañía y de esta manera permite identificarla, así como también garantizar su constitución legal, es el nombre único y exclusivo dentro del territorio nacional que reciben las sociedades para fines jurídicos o administrativos. No pueden existir dos empresas, sociedad, o personas jurídicas con la misma razón social.
- **R.U.C:** Es un número de identificación del contribuyente ante la SUNAT y es de uso obligatorio para cualquier gestión que se realice ante la Administración Tributaria. Dicho número consta de once 11 dígitos, es único para cada contribuyente y es de uso exclusivo de su titular.

- **Socio:** Es el individuo que se une a otro para desarrollar algo en conjunto. Las personas que se vinculan con un objetivo en común (es decir, que se asocian) forman una sociedad. En este sentido, todo socio de una empresa o sociedad cuenta con una serie de derechos y, por supuesto, de obligaciones en base a la legislación y también en función de la forma societaria que se haya elegido.

- **U.I.T:** La Unidad Impositiva Tributaria es el monto de referencia utilizado en las normas tributarias a fin de mantener en valores constantes las bases imponibles, deducciones, límites de afectación y demás aspectos de los tributos que considere el legislador. También podrá ser utilizada para aplicar sanciones, determinar obligaciones contables, inscribirse en el registro de contribuyentes y otras obligaciones formales. La UIT para 2014 es de S/.3, 800.

2.4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

2.4.3 HIPÓTESIS:

La falta de visión a largo plazo, la limitada disponibilidad económica del alumno, el reducido aporte de las asignaturas y el poco apoyo por parte de los miembros de la universidad; fueron los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca.

2.4.4 VARIABLES:

- a. **Variable Independiente:** La falta de visión a largo plazo, la limitada disponibilidad económica del alumno, el reducido aporte de las asignaturas y el poco apoyo por parte de los miembros de la universidad.

- b. **Variable Dependiente:** Constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración.

- c. **Operacionalización de las variables.**

Cuadro N° 06: OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	INST.	
La falta de visión a largo plazo, la limitada disponibilidad económica del alumno, el reducido aporte de las asignaturas y el poco apoyo por parte de los miembros de la universidad; los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca.	La falta de visión a largo plazo, la limitada disponibilidad económica del alumno, el reducido aporte de las asignaturas y el poco apoyo por parte de los miembros de la universidad.	La falta de visión a largo plazo.	- Cierre de operaciones - Motivo de cierre de la empresa. - Fin de los bienes adquiridos por la empresa.	Encuesta	
		La limitada disponibilidad económica del alumno.	- Dificultades para aporte de capital. - Lugar de funcionamiento de la empresa.	Encuesta	
		El reducido aporte de las asignaturas.	- Utilidad de las asignaturas. - Utilidad del proyecto de empresa. - Utilidad de seminario taller de constitución de empresa I y II.	Encuesta	
		El poco apoyo por parte de los miembros de la universidad.	- Apoyo de la E.AP. Administración. - Apoyo de la UNC.	Encuesta	
		Constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración.	Constitución de las empresas formalizadas.	- Criterio para la asociatividad. - Tipo de empresa. - Elección del rubro.	Encuesta
			Permanencia de las empresas formalizadas.	- Funcionamiento de la empresa. - Dificultad con los proveedores. - Inconvenientes con socios y/o accionistas.	Encuesta

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO III

III. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

- **Exploratorio:** porque se está examinando un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes y de esa manera obtener información que sirva de base para llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular en base al tema abordado.
- **Descriptiva:** porque se describe la situación actual de las empresas constituidas en la E.A.P de administración, mediante la recolección de datos, así como identificar las relaciones que existen entre las variables a estudiar para luego analizar los resultados.

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se trata de una **investigación no experimental** puesto que no se va a manipular las variables, si no, solo se va a observar la situación real de las variables a estudiar. Dentro de este diseño de investigación, el estudio corresponde a una **investigación transeccional o transversal exploratorio** porque se trata de explorar un problema de investigación que es nuevo o poco conocido, se analiza y describe sus variables en un momento específico y puede servir de base para estudios posteriores.

3.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó a través de la aplicación de los métodos de la investigación que a continuación se indican:

- **Método deductivo:** Teniendo conocimiento acerca del final que han tenido las empresas constituidas en la Escuela Académico Profesional de Administración; partimos de lo general a lo particular, es decir, considerando que la mayoría de empresas cierran sus operaciones poco después de culminarse la asignatura, se deduce que han existido una serie de factores que han influido para la constitución, consolidación o cierre de operaciones de las mismas; llegando así a conclusiones particulares respecto al tema de investigación.

- **Método analítico:** Se procedió a identificar y analizar cada una de las partes de la investigación en estudio, estableciendo la relación causa-efecto entre los elementos que compone el objeto de la misma. Pues para conocer a ciencia cierta este problema es necesario descomponerlo en sus partes que la integran.

3.4. ALCANCE DE LA INVESTIGACION

- **Población y muestra**

Está conformada por todas las empresas formalizadas en las Escuela Académico Profesional de Administración, realizadas por las cuatro primeras promociones (2009-2011), haciendo un total de 33 empresas; considerándose en este caso en un **CENSO**.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. Técnicas de recolección de datos:

- **Técnica de la encuesta:**

En la encuesta aplicada, según el tipo de preguntas, se ha utilizado preguntas de respuesta abierta y de respuesta cerrada para obtener una mayor variedad de respuestas respecto al tema.

La forma de recolección de datos se ha realizado a través de **Encuestas telefónicas**, por la dificultad que representó ubicar físicamente a las personas de estudio; y **Encuestas postales**, aprovechando las facilidades que nos brindan las redes sociales (en esta ocasión Facebook) se ha podido ubicar a muchos de los involucrados, enviando a través de este medio las encuestas, las mismas que eran remitidas con las respuestas correspondientes por el mismo medio o el correo personal.

- **Técnica de la observación:** por ser un tema donde el investigador a formado parte de una de las promociones investigadas, se pudo conocer que las empresas cerraban sus operaciones poco después de haber culminado el curso, lo que se puede comprobar también realizando visitas a las direcciones establecidas como el lugar de operaciones, pudiendo comprobar mediante la observación – verificación.

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

3.6.1. Técnica de procesamiento de datos

- **Proceso manual:** en una primera fase se revisó que las encuestas estén llenas y conformes, para luego, proceder a la codificación y registrar datos con lápiz y papel, realizando el conteo respectivo de los resultados obtenidos por cada respuesta.
- **Proceso electrónico:** a través de una computadora, con la ayuda del procesador de textos Excel, se ingresa cada uno de los datos en un cuadro resumen, para luego, mediante las herramientas de este programa, insertar los gráficos correspondientes a cada una de las preguntas realizadas, obteniendo a través de este sistema información rápida y confiable.

3.6.2. Técnica de análisis e interpretación de resultados.

- El análisis de resultados se realizó en base a los datos obtenidos en los gráficos del Excel, mediante la observación y análisis de los mismos.
- Se analizó y evaluó cada una de las preguntas, obteniendo la información que servirá para determinar resultados de acuerdo a las variables e indicadores establecidos.
- Se validó la información obtenida mediante la contrastación de la hipótesis planteada.

CAPÍTULO IV

IV. UNIDAD DE ANÁLISIS Y VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS

4.1. Planes curriculares de estudios

4.1.1. Plan de estudios 2001 (UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA, 2001)

4.1.1.1. Plan de experiencias curriculares

a. Cultura general:

- Lenguaje
- Matemática básica I.
- Técnicas de estudio.
- Sociología organizacional
- Psicología organizacional.
- Introducción a la antropología.
- Redacción.
- Matemática básica II.
- Realidad nacional y regional.
- Ecología general.
- Introducción al derecho.
- Introducción a la sociología.

b. Formación básica:

- Introducción a la economía.
- Contabilidad I.
- Microeconomía.
- Estadística aplicada.
- Matemática para administradores.
- Derecho empresarial I.
- Contabilidad II.
- Macroeconomía.
- Estadística aplicada I.
- Metodología de la investigación científica.
- Derecho empresarial II.

c. Formación profesional:

- Administración general I y II.
- Proceso administrativo.
- Planeamiento empresarial.
- Teoría organizacional.
- Mercadotecnia.
- Administración de operaciones I.
- Administración de personal I.
- Costos y presupuestos.
- Investigación operativa.
- Dirección estratégica.
- Mercadotecnia de avanzada.
- Administración de operaciones II.
- Administración de personal II.
- Administración financiera I.
- Administración logística.
- Administración financiera II.
- Negocios internacionales.
- Evaluación y gestión de proyectos.
- Investigación de mercados.
- Administración turística.
- Comportamiento del consumidor.
- Auditoría administrativa.
- Seminario de calidad y excelencia.
- Seminario de estrategias de promoción, medios y publicidad.
- Administración agropecuaria.
- Gerencia de ventas.
- Reingeniería de los negocios.
- Seminario de toma de decisiones.
- Seminario de estrategia minera.
- Administración pública y municipal.
- Ética profesional.

- Sistemas de información gerencial.
- Promoción y gestión de PYMES.
- Gestión y docencia universitaria.

d. Practicas Pre Profesionales:

- Practica Pre Profesional I.
- Practica Pre Profesional II.
- Practica Pre Profesional III.
- Seminario taller generación de empresa I.
- Seminario taller generación de empresa II.

e. Experiencias extracurriculares

- **Informática:** Se exigirá que todos los alumnos sin excepción, demuestren un dominio equivalente a nivel de digitador y operador de computadora para poder ser matriculados en el quinto ciclo; así como, se exigirá que todos los alumnos sin excepción demuestren un dominio a nivel graficador y programador para poder ser matriculado en el noveno ciclo.
- **Inglés:** Todos los alumnos sin excepción, deben mostrar un dominio del idioma inglés equivalente al nivel de principiante para poder ser matriculado en el quinto semestre; así mismo, se exigirá un dominio del inglés equivalente al nivel intermedio; ofrecido por el centro de idiomas de la U.N.C. para poder matricularse en el noveno semestre.
- **Cultura, física – deporte y arte:** Todos los alumnos sin excepción demuestran haber cultivado alguna actividad de cultura física y/o deporte para poder matricularse en el quinto semestre; y alguna actividad artística para poder matricularse en el noveno semestre. Esta participación de los alumnos debe ser certificada por las oficinas generales de bienestar universitario y extensión y proyección universitaria de la UNC.

Cuadro N° 07: PLAN DE ESTUDIOS POR CICLOS, HORAS, CRÉDITOS Y PRE-REQUISITOS

S.	Código	Cursos	HT	HP	TH	Cre- ditos	PRE - REQUISITO
I	020101	Lenguaje y Comunicación I	2	2	4	3	
	020102	Matemática Básica I	4	2	6	5	
	020103	Lógica General	2	2	4	3	
	020104	Contabilidad Básica I	4	2	6	5	
	020105	Economía General I	4	2	6	5	
	020106	Administración General I	4	2	6	5	
	SUB TOTAL		20	12	32	26	
II	020201	Lenguaje y Comunicación II	2	2	4	3	Lenguaje y Comunicación
	020202	Matemática Básica II	2	4	6	4	Matemática Básica I
	020203	Metodología de las Cien. Económicas	2	2	4	3	
	020204	Contabilidad Básica II	4	2	6	5	Contabilidad Básica I
	020205	Economía General II	4	2	6	5	Economía General I
	020206	Administración General II	4	2	6	5	Administración General I
	SUB TOTAL		18	14	32	25	
III	020301	Proceso Administrativo	4	2	6	5	Administración General II
	020302	Sociología organizativa	2	2	4	3	
	020303	Técnicas de Estudio	2	2	4	3	
	020304	Psicología Organizativa	2	2	4	3	
	020305	Estadística Aplicada I	3	3	6	4	
	020306	Derecho empresarial I	2	2	4	3	
	SUB TOTAL		15	13	28	21	
IV	020401	Planeamiento Empresarial	4	2	6	5	Proceso Administrativo
	020402	Administración del Medio Ambiente	2	2	4	3	
	020403	Realidad Nacional y Regional	2	2	4	3	
	020404	Estadística Aplicada II	3	2	5	4	Estadística Aplicada I
	020405	Metodología de la Inves. Científica	2	2	4	3	Lógica General
	020406	Derecho Empresarial II	2	2	4	3	Derecho empresarial I
	SUB TOTAL		15	12	27	21	
V	020501	Teoría Organizacional	4	2	6	5	Planeamiento Empresarial
	020502	Mercadotecnia	3	3	6	4	Técnicas de Estudio
	020503	Administración de Operaciones I	3	3	6	4	Proceso Administrativo

"ESTUDIO DE LOS FACTORES QUE INFLUYERON EN LA CONSTITUCIÓN Y PERMANENCIA DE LAS EMPRESAS FORMALIZADAS
POR LOS ALUMNOS DE LAS CUATRO PRIMERAS PROMOCIONES (2009 - 2011) DE LA E.A.P.A DE LA U.N.C"

	020504	Administración de Personal I	4	2	6	5	
	020505	Costos y Presupuestos	3	3	6	4	Administración del Medio Ambiente
	020506	Investigación Operativa	2	3	5	3	Estadística Aplicada II
	SUB TOTAL		19	16	35	25	
VI	020601	Dirección Estratégica	3	3	6	4	Teoría Organizacional
	020602	Mercadotecnia de Avanzada	3	3	6	4	Mercadotecnia
	020603	Administración de Operaciones II	3	3	6	4	Administración de Operaciones I
	020604	Administración de Personal II	3	2	5	4	Administración de Personal I
	020605	Administración Financiera I	3	3	6	4	Costos y Presupuestos
	020606	Administración Logística	3	3	6	4	Investigación Operativa
	020607	Practica Pre-Profesional I	0	4	4	2	V SEMESTRE
	SUB TOTAL		18	21	39	26	
VII	020701	Administración Financiera II	3	3	6	4	Administración Financiera I
	020702	Negocios Internacionales	3	1	4	3	Realidad Nacional y Regional
	020703	Evaluación y Gest. de Proyectos	3	3	6	4	
	020704	Investigación de mercados	3	3	6	4	Mercadotecnia de Avanzada
	020705	Administración Turística (E)	2	2	4	3	
	020706	Comportamiento del Consumidor (E)	2	2	4	3	
	020707	Practica Pre-Profesional II	0	6	6	3	Practica Pre-Profesional I
	SUB TOTAL		14	18	32	21	
VIII	020801	Auditoria Administrativa	3	3	6	4	Dirección Estratégica
	020802	Sem. De Calidad y Excelencia	3	3	6	4	Teoría Organizacional
	020803	Sem. Estrategias de Promoción	3	3	6	4	Mercadotecnia de Avanzada
	020804	Administración Agropecuaria (E)	2	2	4	3	Evaluación y Gest. de Proyectos
	020805	Gerencia de Ventas (E)	2	2	4	3	
	020806	Practica Pre-Profesional III	0	6	6	3	Practica Pre-Profesional II
	SUB TOTAL		11	17	28	18	
IX	020901	Reingeniería de los Negocios	3	3	6	4	Dirección Estratégica
	020902	Sem. Sobre Toma de Decisiones	3	3	6	4	Administración de Operaciones II
	020903	Sem. de Estrat. y Políticas de Precios	3	3	6	4	Mercadotecnia de Avanzada
	020904	Sem. Taller de Generac. de	3	5	8	5	Evaluación y Gest. de

	Empresas I					Proyectos
020905	Administración Minera (E)	2	2	4	3	
020906	Administración Pública y Municipal (E)	2	2	4	3	
SUB TOTAL		14	16	30	20	

X	021001	Ética Profesional	3	1	4	3	
	021002	Sistema de Formación Gerencial	4	2	6	5	
	021003	Sem.Taller de Generc. de Empresas II	3	8	11	7	Sem.Taller de Generac. de Empresas I
	021004	Promoción y Gestión de PYMES	2	2	4	3	
	021005	Gestión y Docencia Universitaria(E)	2	2	4	3	
SUB TOTAL			12	13	25	18	
TOTAL			156	152	308	221	

Fuente: Estudio curricular de la Escuela Académico Profesional de Administración (2001).

4.1.2. Plan de estudios 2006 (UNIVERSIDAD NACIOANL DE CAJAMARCA & ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION, 2006)

4.1.2.1. Plan de experiencias curriculares

A. Área de formación general:

a. Línea curricular de Cultura general y Humanidades

- Lenguaje y comunicación.
- Lenguaje y redacción.
- Filosofía de la ciencia.
- Lógica General.
- Inglés I.
- Inglés II.
- Métodos y técnicas de estudio.
- Ecología y medio ambiente.
- Cultura y realidad nacional.
- Informática I.
- Informática II.
- Defensa nacional y derechos humanos.
- Deontología.

B. Área de formación Profesional:

Sub área básica

b. Línea curricular básica y propedéutica:

- Matemática básica.
- Matemática General.
- Economía General I.
- Economía general II.
- Contabilidad Básica I.
- Contabilidad Básica II.
- Sociología organizativa.
- Psicología Organizativa.
- Derecho Empresarial I.
- Derecho Empresarial II.

Sub área especializada

c. Línea curricular Teoría Administrativa y Empresarial:

- Administración general I.
- Administración general II.
- Proceso administrativo.
- Planeamiento empresarial.
- Teoría organizacional.
- Administración Logística.
- Administración del medio ambiente.
- Administración Agropecuaria.
- Economía y gestión empresarial.
- Administración de operaciones I.
- Administración de operaciones II.
- Dirección estratégica.
- Seminario sobre toma de decisiones.
- Seminario de calidad y excelencia.
- Sistemas de formación gerencial.
- Administración de personal I.

- Administración de personal II.
 - Auditoría administrativa.
 - Elaboración de proyectos de desarrollo.
 - Administración minera.
 - Administración pública y municipal.
 - Gestión y docencia universitaria.
 - Administración turística.
- d. Línea curricular mercadotecnia de los negocios:**
- Mercadotecnia.
 - Mercadotecnia de avanzada.
 - Investigación de mercados.
 - Seminario de estrategias de promoción.
 - Reingeniería de los negocios.
 - Negocios internacionales.
 - Comportamiento del consumidor.
 - Gerencia de ventas.
 - Seminario de estrategias y políticas de precios.
 - Promoción y gestión de PYMES.
 - Seminario taller de generación de empresas I.
 - Seminario taller de generación de empresas II.
- e. Línea curricular finanzas y contabilidad:**
- Administración financiera I.
 - Administración financiera II.
 - Costos y presupuestos.
- f. Línea curricular investigación:**
- Investigación operativa.
 - Metodología de la investigación científica.
 - Metodología de la investigación en Ciencias Administrativas.
 - Estadística Básica.
 - Estadística Aplicada.

C. Área Prácticas Profesionales:

- **Practica Pre Profesional I:** que se realiza en una organización (pública o privada) en el noveno ciclo y que consiste en: Identificar las características de la organización, el desarrollo del proceso administrativo, el manejo de la información técnica para la toma de decisiones, la identificación de problemas administrativos y una propuesta de reingeniería de la organización.
- **Practica Pre Profesional II:** Elaboración de un proyecto de generación de su propia empresa, que incluya los procedimientos para su implementación y puesta en funcionamiento.

D. Área de actividades:

A la par con el desarrollo de las actividades normales del plan de estudios, se considera importante que el alumno a lo largo de su carrera desarrolle otras actividades que vengán a enriquecer su formación, así podemos mencionar algunas:

- Implementación de la semana de Administración, donde se abordan temas de interés sobre esta disciplina con invitados especialistas.
- Ciclos de talleres sobre habilidades sociales, de comunicación, autoestima, toma de decisiones, de personalidad, manejo de situaciones de conflicto, trabajo bajo presión, etc.
- Organización de concursos y exposiciones al aire libre, donde se promueva la creatividad artística y empresarial.
- Desarrollo de eventos que promuevan la cultura empresarial emprendedora y el desarrollo sustentable, integrando a los estudiantes y profesores, promoviendo concursos, conferencias, talleres e interacción con empresas e instituciones locales, nacionales e internacionales.
- Incorporación de estudiantes a actividades de investigación de la escuela.
- Fomento de la cultura física y el deporte para el desarrollo de la condición física y de salud para contrarrestar el sedentarismo en la sociedad moderna. Se exigirá que todos los alumnos sin excepción demuestren haber cultivado alguna actividad de cultura física y/o deporte para poder matricularse en el quinto semestre: gimnasia, deportes (fútbol, básquetbol, atletismo), acreditadas por la Oficina General de Bienestar Universitario, Deporte y Cultura de la U.N.C.

- Fomento de actividades artísticas para la recreación del espíritu. Se exigirá que todos los alumnos sin excepción demuestren haber cultivado alguna actividad artística, para poder matricularse en el sexto semestre: danzas, canto, música, acreditadas por la Oficina General de Extensión, Proyección y Responsabilidad Social de la U.N.C.

Cuadro N° 08: PLAN DE ESTUDIOS POR CICLOS, HORAS, CRÉDITOS Y PRE-REQUISITOS

S.	Código	Cursos	HT	HP	TH	Cre-ditos	PRE - REQUISITO
I	06101	Lenguaje y Comunicación	2	2	4	3	
	06102	Filosofía de la Ciencia	2	2	4	3	
	06103	Métodos y Técnicas de estudio	2	2	4	3	
	06104	Informática I	2	2	4	3	
	06105	Matemática Básica	2	2	4	3	
	06106	Contabilidad Básica I	2	2	4	3	
	06107	Administración General I	4	2	6	5	
SUB TOTAL			16	14	30	23	
II	06201	Lenguaje y Redacción	2	2	4	3	Lenguaje y Comunicación
	06202	Lógica General	2	2	4	3	
	06203	Ecología y medio Ambiente	2	2	4	3	
	06204	Informática II	2	2	4	3	Informática I
	06205	Matemática General	2	2	4	3	Matemática Básica
	06206	Contabilidad Básica II	2	2	4	3	Contabilidad Básica I
	06207	Administración General II	4	2	6	5	Administración General I
SUB TOTAL			16	14	30	23	
III	06301	Ingles I	2	2	4	3	
	06302	Cultura y Realidad Nacional	2	2	4	3	
	06303	Defensa Nacional y Derechos Humanos	2	2	4	3	
	06304	Economía General I	2	2	4	3	
	06305	Sociología organizativa	2	2	4	3	
	06306	Derecho empresarial I	2	2	4	3	
	06307	Proceso Administrativo	4	2	6	5	Administración General II
SUB TOTAL			16	14	30	23	
IV	06401	Ingles II	2	2	4	3	Ingles I
	06402	Economía General II	2	2	4	3	Economía General I

	06403	Psicología Organizativa	2	2	4	3	
	06404	Derecho Empresarial II	2	2	4	3	Derecho Empresarial I
	06405	Planeamiento Empresarial	4	2	6	5	Proceso Administrativo
	06406	Economía y Gestión Empresarial	2	2	4	3	
	06407	Investigación Operativa	2	2	4	3	
SUB TOTAL			16	14	30	23	

V	06501	Teoría Organizacional	4	2	6	5	Planeamiento Empresarial
	06502	Administración de Operaciones I	2	2	4	3	Proceso Administrativo
	06503	Administración de Personal I	2	2	4	3	
	06504	Mercadotecnia	2	2	4	3	
	06505	Administración Financiera I	2	2	4	3	
	06506	Metodología de la Investigación Científica	2	2	4	3	Métodos y Técnicas de Estudio
	06507	Estadística Básica	2	2	4	3	Matemática Básica II
SUB TOTAL			16	14	30	23	

VI	06601	Administración Logística	4	2	6	5	Teoría Organizacional
	06602	Administración de Operaciones II	2	2	4	3	Administración de Operaciones I
	06603	Administración de Personal II	2	2	4	3	Administración de Personal I
	06604	Mercadotecnia de Avanzada	2	2	4	3	Mercadotecnia
	06605	Administración Financiera II	2	2	4	3	Administración Financiera I
	06606	Metodología de la Investigación en Ciencias Administrativas	2	2	4	3	Metodología de la Investigación Científica
	06607	Estadística Aplicada	2	2	4	3	Estadística Básica
SUB TOTAL			16	14	30	23	

VII	06701	Administración de Medio Ambiente	2	2	4	3	
	06702	Dirección Estratégica	4	2	6	5	Administración de Operaciones II
	06703	Auditoría Administrativa	2	2	4	3	
	06704	Administración Minera	2	2	4	3	
	06705	Investigación de mercados	2	2	4	3	Mercadotecnia de Avanzada
	06706	Comportamiento del Consumidor	2	2	4	3	
	06707	Costos y presupuestos	2	2	4	3	
SUB TOTAL			16	14	30	23	

VIII	06801	Administración Agropecuaria	2	2	4	3	
	06802	Sem. Sobre Toma de Decisiones	2	2	4	3	
	06803	Elaboración de Proyectos de Desarrollo	2	2	4	3	

	06804	Administración Pública Municipal	2	2	4	3	
	06805	Administración Turística	2	2	4	3	
	06806	Sem. Estrategias de Promoción	2	2	4	3	Investigación de Mercados
	06807	Gerencia de Ventas	2	2	4	3	Comportamiento del Consumidor
	SUB TOTAL		14	14	28	21	
IX	06901	Seminario de Calidad y Excelencia	2	2	4	3	Teoría Organizacional
	06902	Gestión y Docencia Universitaria	2	2	4	3	
	06903	Reingeniería de los Negocios	2	2	4	3	Dirección Estratégica
	06904	Sem. De Estrat. Y Políticas de Precios	2	2	4	3	Mercadotecnia de avanzada
	06905	Sem.Taller de Generac. de Empresas I	2	2	4	3	Evaluación y Gestión de Proyectos
	SUB TOTAL		10	10	20	15	
X	061001	Deontología	3	0	3	3	
	061002	Sistema de Formación Gerencial	2	2	4	3	
	061003	Negocios Internacionales	2	2	4	3	Reingeniería de los Negocios
	061004	Promoción y Gestión de PYMES	2	2	4	3	
	061005	Sem.Taller de Generac. De Empresas II	2	2	4	3	Sem.Taller de Generac. de Empresas I
	SUB TOTAL		11	8	19	15	
	TOTAL		146	132	278	212	

Fuente: Estudio curricular de la Escuela Académico Profesional de Administración (2006).

Análisis de los planes curriculares y asignaturas:

Los planes curriculares 2001 y 2006 de la E.A.P de Administración tienen una variación básicamente en el número de créditos, cantidad de horas dictadas, cantidad de asignaturas, modificación de los nombres, movimiento de asignaturas para dictarse en otros ciclos; así mismo, en la primera currícula existen cursos electivos como no existen en segunda, del mismo modo, en el plan curricular 2001 se llevaban 03 practicas pre profesionales las mismas que eran curriculares mientras que en el plan curricular 2006 tan solo se llevan 2 prácticas y son extracurriculares.

Sin embargo, este estudio no pretende hacer una análisis profundo en cada uno de los planes curriculares ni de las asignaturas, sino hacer un análisis desde el punto de vista de las personas en estudio y la percepción que estas tienen respecto a la contribución de las

asignaturas dictadas para la constitución y puesta en marcha de cada una de las empresas, teniendo como finalidad mostrar a las autoridades de la escuela el nivel de aceptación/rechazo que tienen respecto a las mismas y sean ellas las que tomen las decisiones correspondientes.

Según esta percepción (obtenida a través de una encuesta) tenemos que las asignaturas que han aportado en mayor medida para las empresas son como se muestran a continuación (de acuerdo al número de respuestas):

- **Mercadotecnia / Marketing** _____ 25
- **Comportamiento del consumidor** _____ 19
- **Administración logística** _____ 15
- **Gerencia de ventas** _____ 15
- **Investigación de mercados** _____ 14
- **Costos y presupuestos** _____ 14
- **Administración financiera** _____ 12
- **Seminario de estrategias de promoción, medios y publicidad** _____ 9
- **Planeamiento empresarial / planes de negocio** _____ 6
- **Administración de personal** _____ 5
- **Contabilidad** _____ 4
- **Seminario taller de generación de empresas I y II** _____ 4
- **Dirección estratégica** _____ 3
- **Seminario de estrategias y políticas de precios** _____ 2
- **Derecho empresarial** _____ 2
- **Administración de operaciones** _____ 2
- **Promoción y gestión de PYMES** _____ 1
- **Administración organizacional** _____ 1
- **Administración del medio ambiente** _____ 1
- **Administración agropecuaria** _____ 1
- **Administración turística** _____ 1
- **Administración** _____ 1
- **Evaluación y gestión de proyectos** _____ 1
- **Prácticas** _____ 1

- Seminario de calidad y excelencia _____ 1

Como se puede mostrar, las asignaturas de mayor aceptación por parte de los alumnos es: mercadotecnia / marketing, comportamiento del consumidor, administración logística, gerencia de ventas, investigación de mercados, costos y presupuestos, administración financiera, seminario de estrategias de promoción, medios y publicidad; asignaturas que no representan ni siquiera el 50% de las llevadas en toda la formación académica; situación que pone en manos de las autoridades competentes tomarlas a no en cuenta para el futuro de los alumnos formados por la Escuela Académico Profesional de Administración.

4.2. Lista de las empresas formalizadas y rubro/actividad

Cuadro N° 09: EMPRESAS FORMALIZADAS SEGÚN RAZÓN SOCIAL Y RUBRO.

RAZON SOCIAL	RUBRO/ACTIVIDAD
1. ALTA CALIDAD J' LAE CAXAS SAC	Producción y comercialización de productos naturales.
2. BIG CUY S.R.L	Compra, venta, producción, comercialización y distribución de cuyes. Crianza y comercialización de animales menores. Compra y venta de alimento balanceado, forraje y sus derivados.
3. BODEGA D'A LUK' S.C.R.L	Producción y comercialización de productos de primera necesidad.
4. BON APPETIT SERVICIO DE CATERING Y ALIMENTACION A BORDO S.C.R.L	Servicios de catering. Servicios de alimentación o bordo. Servicio de atención de eventos sociales como matrimonios, quinceañeros, bautizos, fiestas de promoción, graduaciones, conferencias magistrales, seminarios.
5. CAJAMARQUINOS ASOCIADOS S.R.L	Compra y venta de toda clase de productos de bazar y librería.
6. CALZADOS YUPI S.R.L.	Comercialización de calzado, carteras y accesorios afines.

<p>7. CAMAROS SERVICIOS GENERALES S.R.L</p>	<p>Alquiler de maquinarias para construcción. Comercialización de artículos de ferretería. Servicios de carpintería en madera, melanina y pintura. Asesoría y consultoría contable administrativa. Servicios de decoración y animación de eventos sociales. Servicios de internet y creación de páginas web.</p>
<p>8. CASA TORO S.R.L</p>	<p>Servicio de venta de productos veterinarios; servicios agrícolas y ganaderas.</p>
<p>9. CETA MARKETING CONSULTING S.R.L.</p>	<p>Asesoramiento empresarial.</p>
<p>10. DULCE FIESTA E.I.R.L</p>	<p>Servicio de decoración y animación de fiestas infantiles, bautizos, quinceaños, adornos.</p>
<p>11. D'VELODICAV S.R.L</p>	<p>Comercialización de prendas de vestir.</p>
<p>12. EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MACERADOS DE FRUTAS PISA DIABLOS S.R.L</p>	<p>Elaboración y comercialización de macerados de frutas nativas.</p>
<p>13. EMPRESA INDUSTRIAL LANDHER S.R.L</p>	<p>Industrialización y comercialización de productos andinos como: lacón, piña, tomatillo, chirimoya, poro poro, entre otros. Así como jugos, néctares, conservas, mermeladas y bebidas en general.</p>
<p>14. FRUTALÉ S.R.L</p>	<p>Juguería.</p>
<p>15. GRUPO EJ S.R.L</p>	<p>Producción y comercialización de agua mineral.</p>
<p>16. HECHIZOS EVENTOS S.R.L</p>	<p>Organización y celebración de eventos como: matrimonios, quinceaños, promociones, aniversarios.</p>
<p>17. KILLA WARMY S.R.L.</p>	<p>Artesanía (producción de muñecas artesanales).</p>
<p>18. LA CASA DE LA ABEJITA E.I.R.L</p>	<p>Supervisión de proceso que corresponde a la apicultura: supervisar el proceso de obtención de miel de abeja, polen, propóleos y jalea.</p>
<p>19. LA FIESTA SERVICIOS GENERALES S.C.R.L</p>	<p>Servicio integral personalizado y asesoramiento en la organización de eventos como: matrimonios, bautizos, misa de honras, reuniones políticas, quince años, fiesta de promociones, aniversarios, fiestas infantiles,</p>

	baby shower, Halloween y fiestas navideñas.
20. LICORES XPRESS S.R.L	Venta de licores y piqueos.
21. MI DULCE ANTOJO S.R.L	producción y comercialización de productos de pastelería
22. PENSANDO EN TU HOGAR S.R.L	Prestación de servicios de guardería de niños y servicios domésticos.
23. POLOS MODEXX S.R.L	Venta de polos para caballero.
24. PUMAR TEAM S.R.L	Producción y comercialización de comida rápida.
25. QUISAN E.I.R.L	Construcción de edificios, venta de artículos de ferretería, alquiler de maquinaria y equipo de construcción.
26. SERVICIOS ASOCIADOS BON APETIT S.R.L	Venta de refrigerios a delivery.
27. SERVICIOS GENERALES Y ESPECIALES DE ENFERMERIA S.A.C	Brindar servicios y cuidados especiales de enfermería en la salud humana.
28. SERVINET SERVICIOS GENERALES S.R.L.	Venta de materiales de oficina, mantenimiento y reparación de máquinas de oficina.
29. STYLOS TU & YO S.R.L.	Peluquería y otros.
30. TALENTOS ASOCIADOS S.A.C.	Servicios generales en recreación y esparcimiento, comercialización de bienes, prestación de servicios en asesoramiento y consultoría, servicio de catering, publicidad y marketing, organización de eventos.
31. WARMI & NUNA CHOCOLATERIA S.C.R.L.	Producción y distribución de productos hechos a base de chocolate bitter artesanales y otros afines.
32. YUPI QUMIR S.R.L	Exportación y comercialización de pañales ecológicos.
33. ZONA 7 DISCOTEK S.C.R.L	Discoteca y venta de bebidas.

Fuente: Encuesta

4.3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

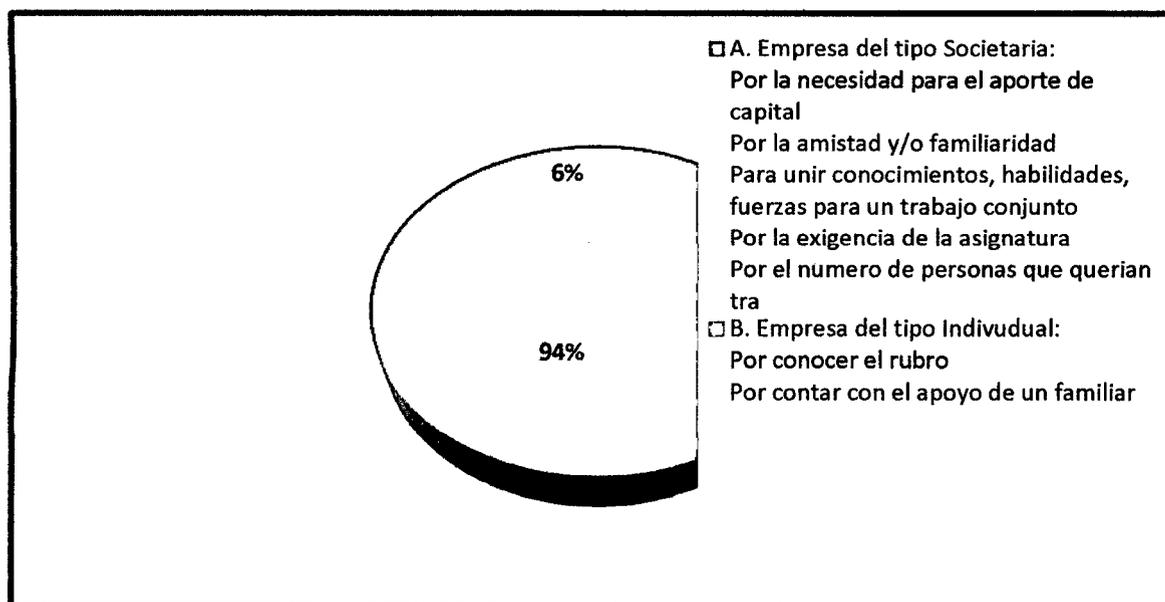
4.3.1. ASPECTOS DE CONSTITUCIÓN Y OPERACIONES

Cuadro N° 01: MOTIVO POR EL QUE SE CONSTITUYÓ UNA EMPRESA DEL TIPO INDIVIDUAL/SOCIETARIA

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Empresa del tipo Societaria: Por la necesidad para el aporte de capital Por la amistad y/o familiaridad Para unir conocimientos, habilidades, fuerzas para un trabajo conjunto Por la exigencia de la asignatura Por el número de personas que querían trabajar y/o asociarse Por la igualdad en las participaciones.	31	94%
B. Empresa del tipo Individual: Por conocer el rubro Por contar con el apoyo de un familiar	2	6%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 01 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 01: MOTIVO POR EL QUE SE CONSTITUYÓ UNA EMPRESA DEL TIPO INDIVIDUAL/SOCIETARIA



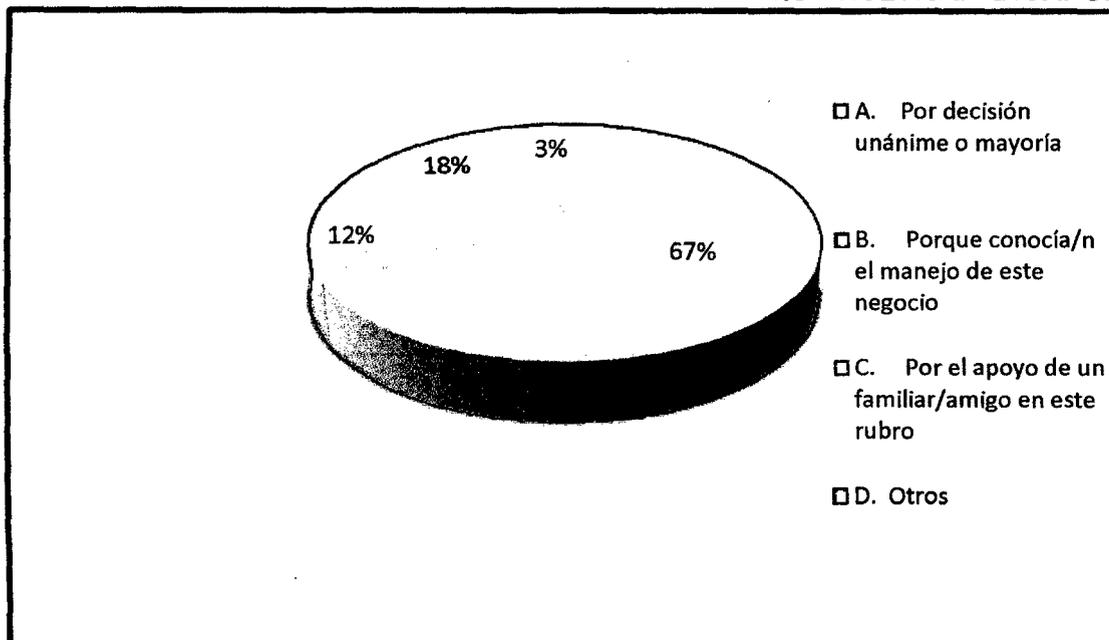
Fuente: cuadro N° 01

Cuadro N° 02: MANERA UTILIZADA PARA DECIDIR A QUE RUBRO DEDICARSE

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Por decisión unánime o mayoría	22	67%
B. Porque conocía/n el manejo de este negocio	4	12%
C. Por el apoyo de un familiar/amigo en este rubro	6	18%
D. Otros	1	3%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 02 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 02: MANERA UTILIZADA PARA DECIDIR A QUE RUBRO DEDICARSE



Fuente: cuadro N° 02

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

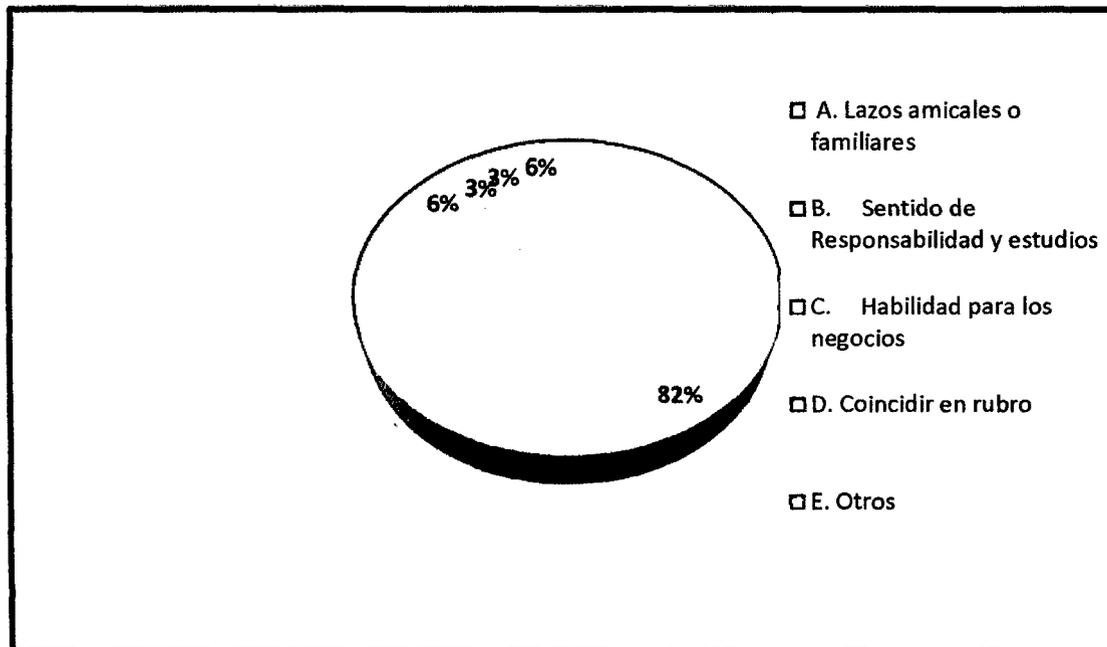
De las personas encuestadas, el 67% decidió dedicarse a este rubro por decisión unánime o mayoría, 12% porque conocía el manejo de este negocio, 18% por el apoyo de un familiar/amigo en dicho rubro y un 3% por otros motivos.

Cuadro N° 03: CRITERIO UTILIZADO PARA DECIDIR CON QUIENES ASOCIARSE

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Lazos amicales o familiares	27	82%
B. Sentido de Responsabilidad y estudios	2	6%
C. Habilidad para los negocios	1	3%
D. Coincidir en rubro	1	3%
E. Otros	2	6%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 03 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 03: CRITERIO UTILIZADO PARA DECIDIR CON QUIENES ASOCIARSE



Fuente: cuadro N° 03

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

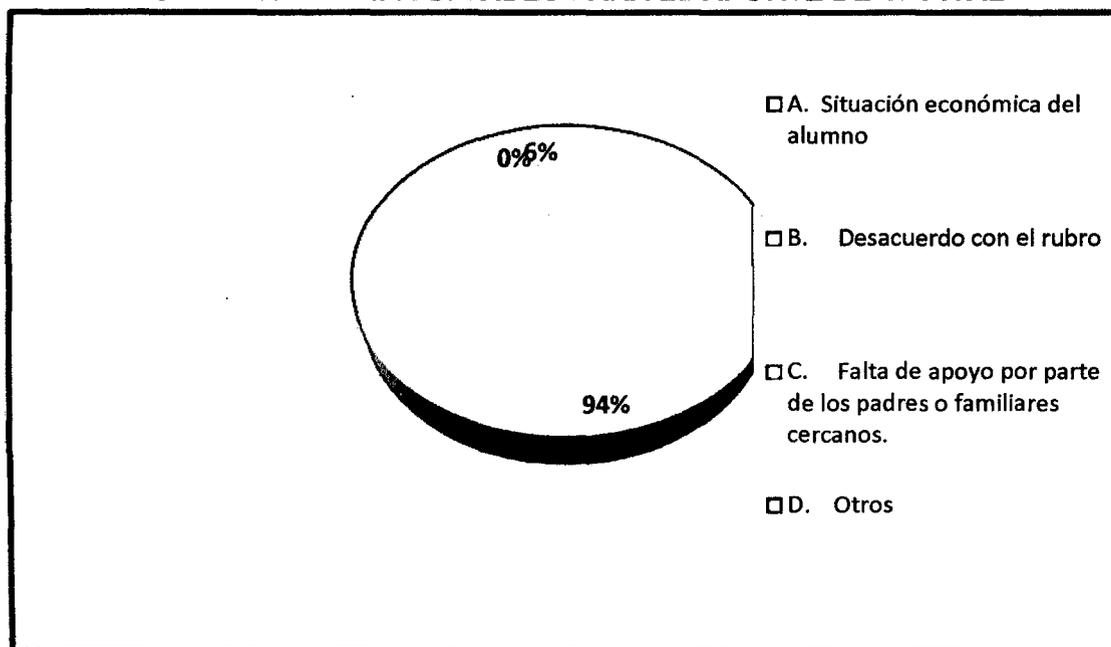
De las personas encuestadas, lo que han considerado para asociarse es: el 82% lazos amicales o familiares, 6% sentido de responsabilidad y estudios, 3% habilidad para los negocios, otros 3% coincidir con el rubro y un 6% por otros motivos.

Cuadro N° 04: DIFICULTADES PARA EL APORTE DE CAPITAL

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Situación económica del alumno	31	94%
B. Desacuerdo con el rubro	0	0%
C. Falta de apoyo por parte de los padres o familiares cercanos.	0	0%
D. Otros	2	6%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 04 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 04: DIFICULTADES PARA EL APORTE DE CAPITAL



Fuente: cuadro N° 04

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

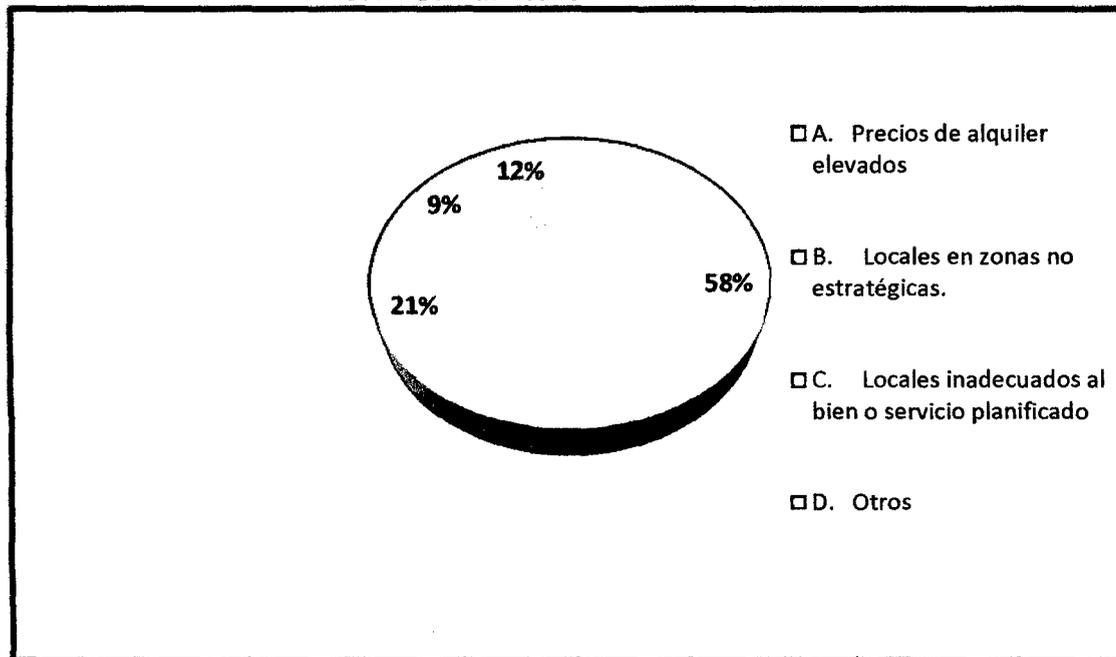
De las personas encuestadas, las dificultades para el aporte de capital se debieron a: la situación económica del alumno 94%, y por otros motivos 6%.

Cuadro N° 05: DIFICULTADES PARA DETERMINAR EL LUGAR DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Precios de alquiler elevados	19	58%
B. Locales en zonas no estratégicas.	7	21%
C. Locales inadecuados al bien o servicio planificado	3	9%
D. Otros	4	12%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 05 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 05: DIFICULTADES PARA DETERMINAR EL LUGAR DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA



Fuente: cuadro N° 05

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

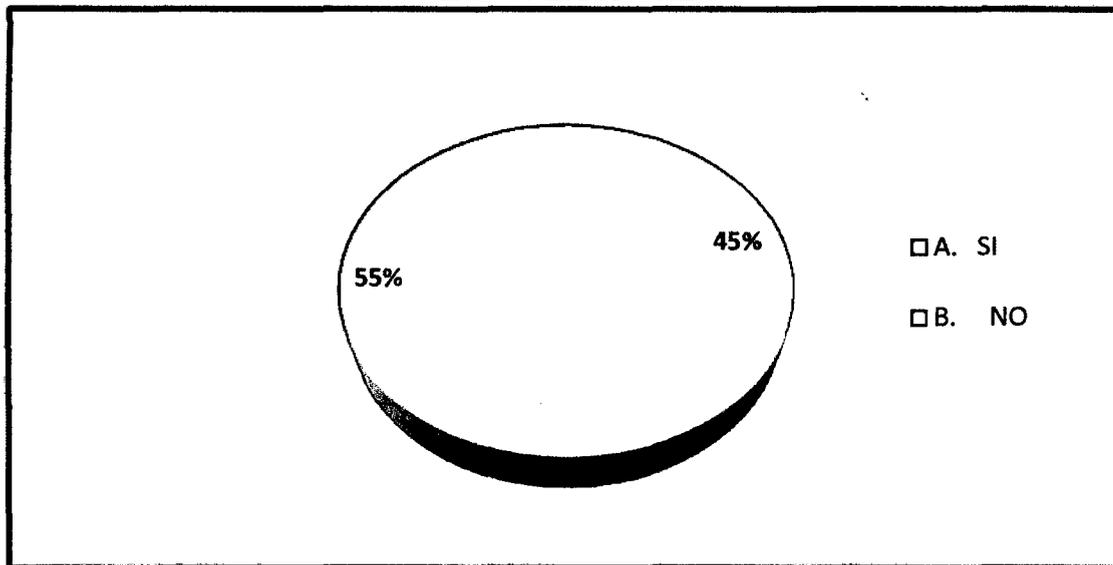
De las personas encuestadas, consideran que las dificultades para determinar el lugar de funcionamiento de la empresa se debió: 58% a precios de alquiler elevados, 21% a locales ubicados en zonas no estratégicas, 9% a locales inadecuados al bien o servicio planificado y 12% por otros motivos.

Cuadro N° 06: INCONVENIENTES CON LOS SOCIOS/ACCIONISTAS DURANTE LAS OPERACIONES

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. SI	15	45%
B. NO	18	55%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 06 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 06: INCONVENIENTES CON LOS SOCIOS/ACCIONISTAS DURANTE LAS OPERACIONES



Fuente: cuadro N° 06

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

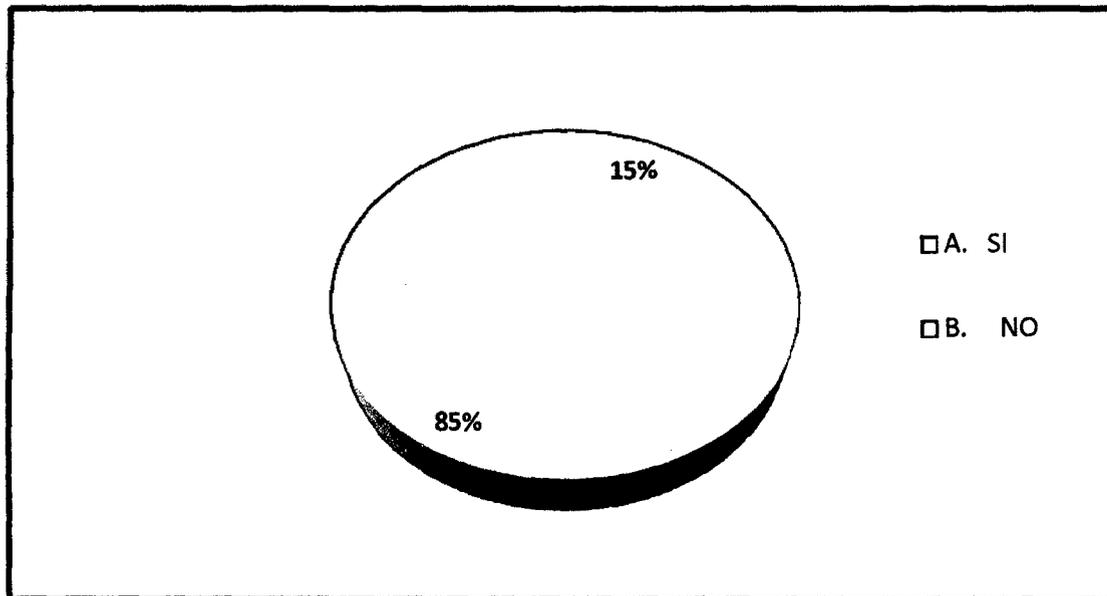
De las personas encuestadas, el 55% no ha tenido inconvenientes con sus socios o accionistas durante sus operaciones, mientras que el 45% si lo ha tenido.

Cuadro N° 07: DIFICULTADES CON LOS PROVEEDORES

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. SI	5	15%
B. NO	28	85%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 07 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 07: DIFICULTADES CON LOS PROVEEDORES



Fuente: cuadro N° 07

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

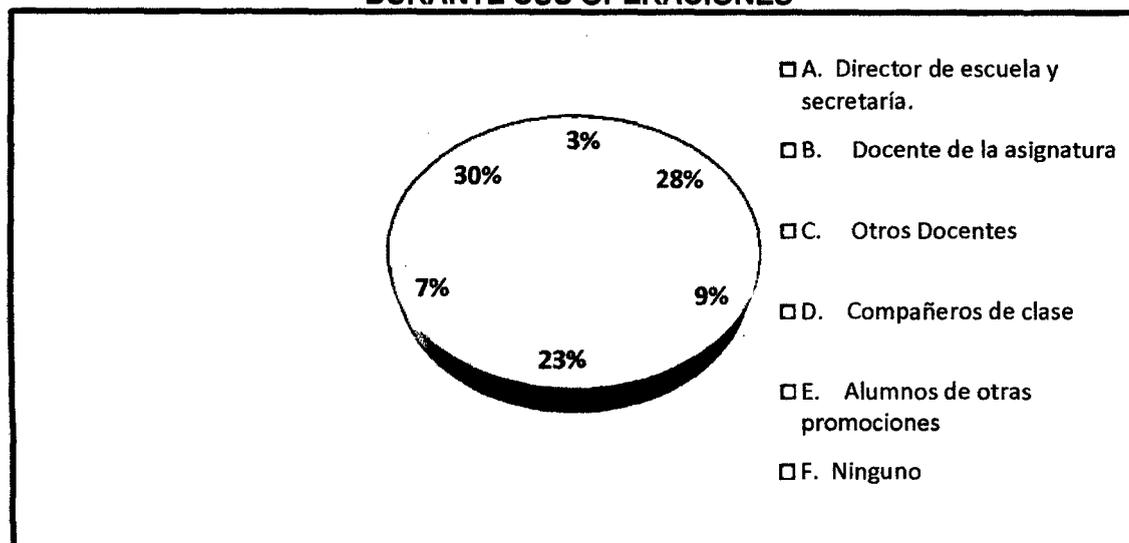
De las personas encuestadas, el 85% no ha tenido dificultades con sus proveedores, mientras que un 15% si lo ha tenido.

Cuadro N° 08: MIEMBROS DE LA E.A.P. ADMINISTRACION QUE HAN APOYADO DURANTE SUS OPERACIONES

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Director de escuela y secretaria.	1	3%
B. Docente de la asignatura	12	28%
C. Otros Docentes	4	9%
D. Compañeros de clase	10	23%
E. Alumnos de otras promociones	3	7%
F. Ninguno	13	30%
TOTAL	43	100%

Fuente: pregunta N° 08 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 08: MIEMBROS DE LA E.A.P. ADMINISTRACION QUE HAN APOYADO DURANTE SUS OPERACIONES



Fuente: cuadro N° 08

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

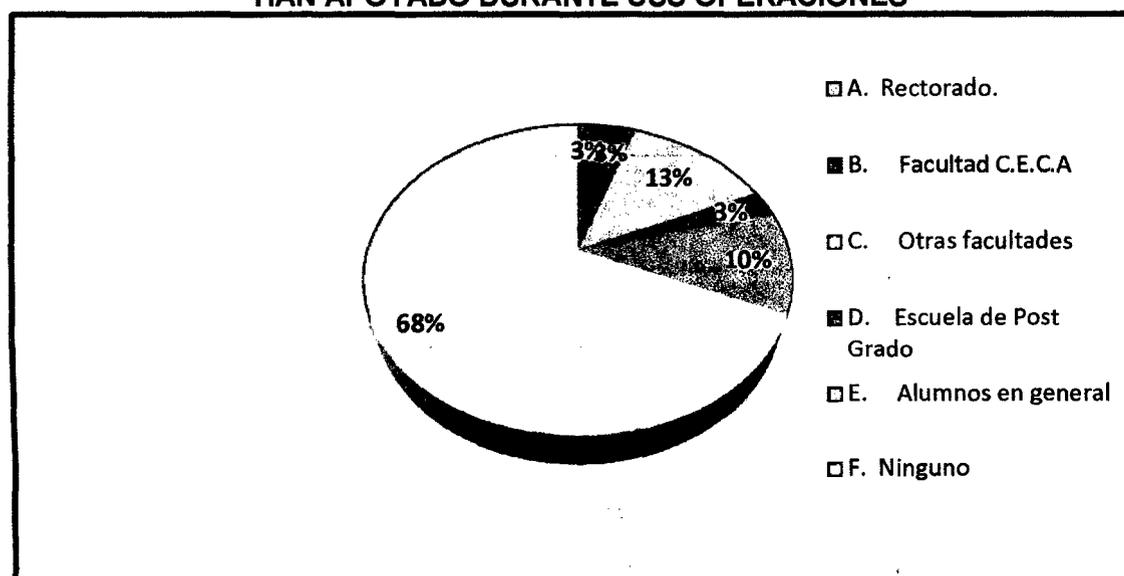
Del número de respuestas de las personas encuestadas, consideran que de la E.A.P.A quienes les han apoyado durante el desarrollo de sus actividades son: 28% el docente de la asignatura, 23% compañeros de clases, 9% otros docentes, 7% alumnos de otras promociones, 3% director de escuela y secretaria, y el 30% considera que no se ha contado con el apoyo de los miembros de la escuela.

Cuadro N° 09: MIEMBROS DE UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA QUE HAN APOYADO DURANTE SUS OPERACIONES

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Rectorado.	1	3%
B. Facultad C.E.C.A	1	3%
C. Otras facultades	5	13%
D. Escuela de Post Grado	1	3%
E. Alumnos en general	4	10%
F. Ninguno	26	68%
TOTAL	38	100%

Fuente: pregunta N° 09 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 09: MIEMBROS DE UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA QUE HAN APOYADO DURANTE SUS OPERACIONES



Fuente: cuadro N° 09

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

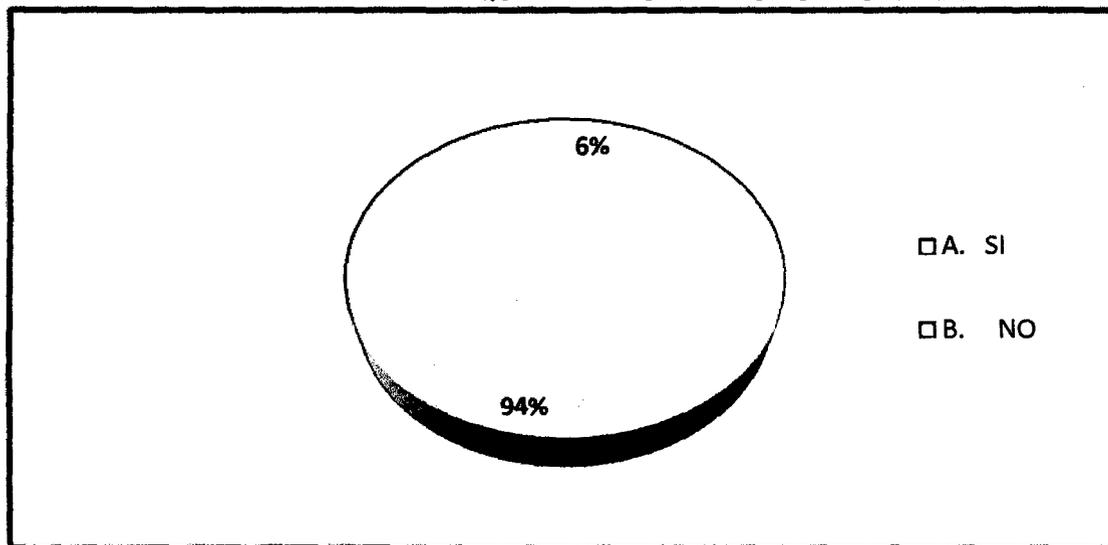
Del número de respuestas de las personas encuestadas, consideran que a nivel de la U.N.C, los que les han apoyado durante el funcionamiento de su empresa son: 13% otras facultades, 10% alumnos en general, 3% rectorado, 3% facultad C.E.C.A, 3% escuela de post grado; mientras que el 68% considera que no se ha contado con el apoyo de los miembros de dicha casa superior de estudios.

Cuadro N° 10: EMPRESAS QUE CONTINÚAN O NO FUNCIONANDO

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. SI	2	6%
B. NO	31	94%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 10 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 10: EMPRESAS QUE CONTINÚAN O NO FUNCIONANDO



Fuente: cuadro N° 10

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

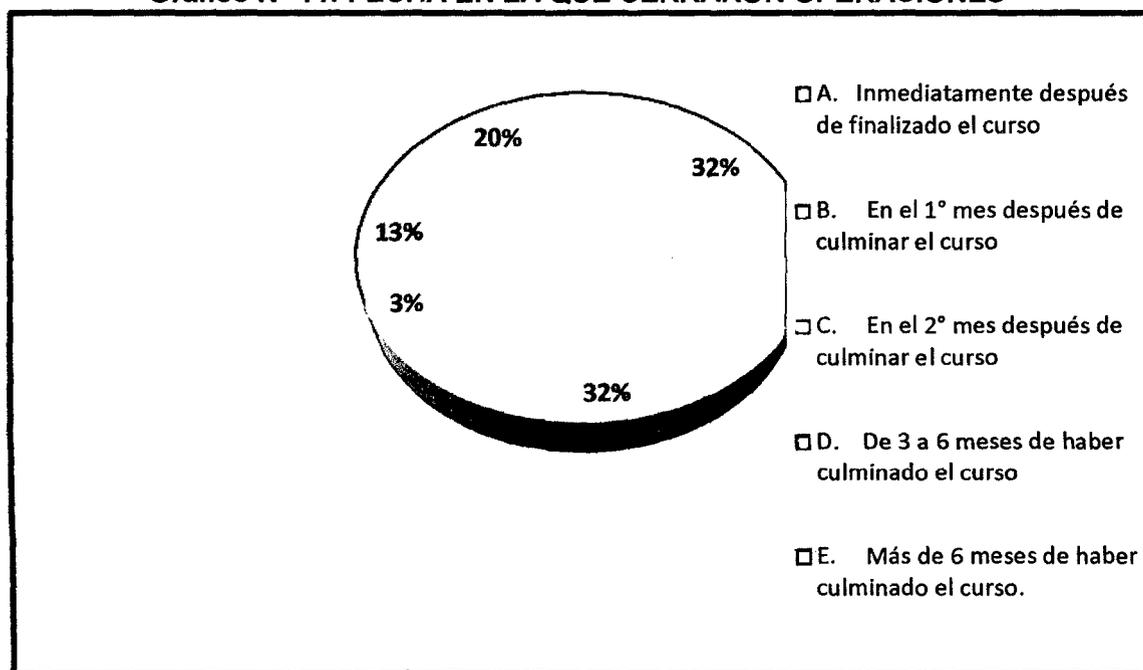
De las personas encuestadas, el 94% responde que a la fecha su empresa no se encuentra en funcionamiento, mientras que tan solo el 6% indica que continúa con sus operaciones.

Cuadro N° 11: FECHA EN LA QUE CERRARON OPERACIONES

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Inmediatamente después de finalizado el curso	10	32%
B. En el 1° mes después de culminar el curso	10	32%
C. En el 2° mes después de culminar el curso	1	3%
D. De 3 a 6 meses de haber culminado el curso	4	13%
E. Más de 6 meses de haber culminado el curso.	6	20%
TOTAL	31	100%

Fuente: pregunta N° 11 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 11: FECHA EN LA QUE CERRARON OPERACIONES



Fuente: cuadro N° 11

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

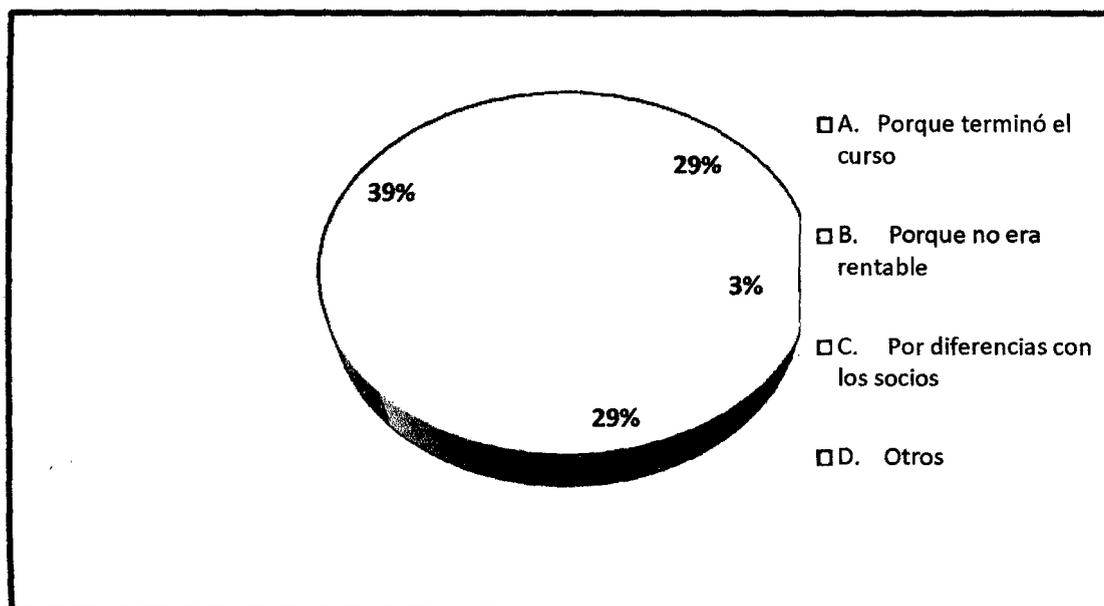
De las personas encuestadas, el cierre de operaciones se dio: 32% inmediatamente después de finalizado el curso, 32% en el primer mes de finalizado el curso, 20% después de 6 meses de haber culminado el curso, 13% de 3 a 6 meses después de haber culminado el curso y 3% en el segundo mes después de haber culminado el curso.

Cuadro N° 12: FACTORES QUE MOTIVARON EL CIERRE DE LA EMPRESA

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Porque terminó el curso	9	29%
B. Porque no era rentable	1	3%
C. Por diferencias con los socios	9	29%
D. Otros	12	39%
TOTAL	31	100%

Fuente: pregunta N° 12 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 12: FACTORES QUE MOTIVARON EL CIERRE DE LA EMPRESA



Fuente: cuadro N° 12

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

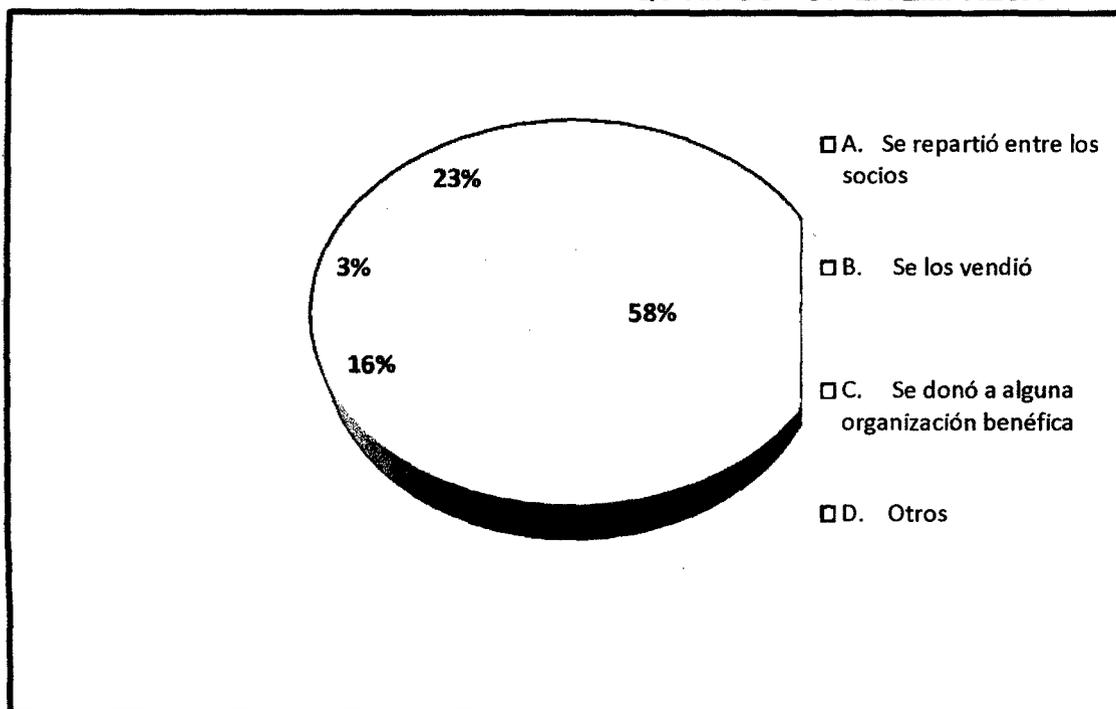
De las personas encuestadas, el motivo por el que cerraron su empresa se debió: 29% porque terminó el curso, 29% por diferencias con los socios, 3% porque no era rentable y 39% por otros motivos.

Cuadro N° 13: FIN DE LOS BIENES ADQUIRIDOS POR LA EMPRESA

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Se repartió entre los socios	18	58%
B. Se los vendió	5	16%
C. Se donó a alguna organización benéfica	1	3%
D. Otros	7	23%
TOTAL	31	100%

Fuente: pregunta N° 13 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 13: FIN DE LOS BIENES ADQUIRIDOS POR LA EMPRESA



Fuente: cuadro N° 13

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

De las personas encuestadas, respecto al fin de los bienes adquiridos por la empresa, respondieron: 58% se los repartió entre los socios, 16% se los vendió, 3% se donó a una organización benéfica y 23% otros.

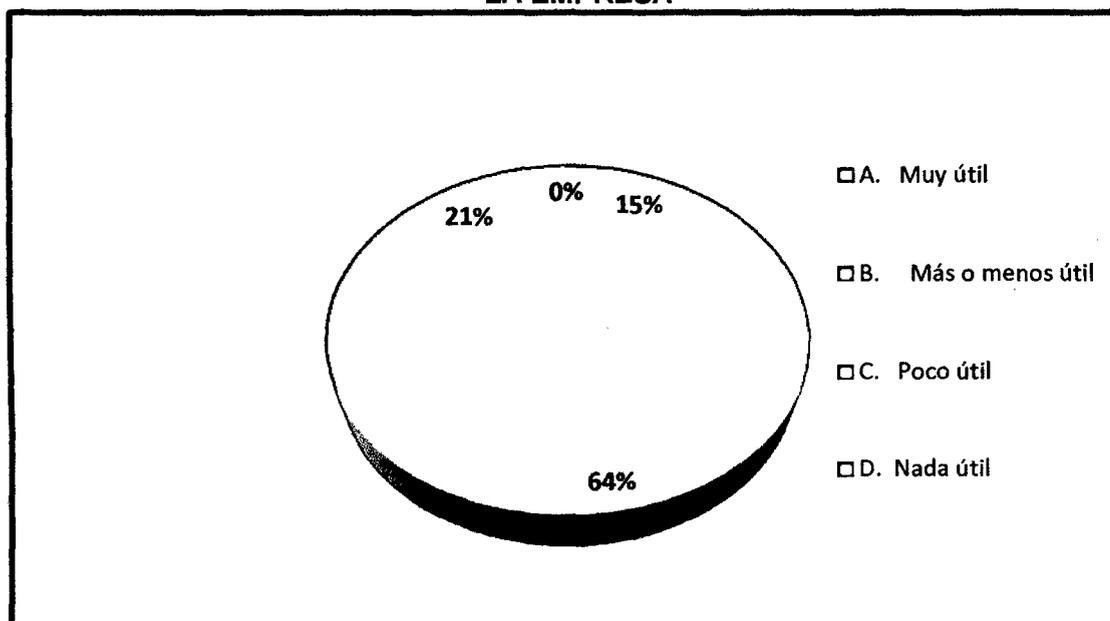
4.3.2. ASPECTOS ACADÉMICOS

Cuadro N° 14: UTILIDAD DE LAS ASIGNATURAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Muy útil	5	15%
B. Más o menos útil	21	64%
C. Poco útil	7	21%
D. Nada útil	0	0%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 14 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 14: UTILIDAD DE LAS ASIGNATURAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA



Fuente: cuadro N° 14

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

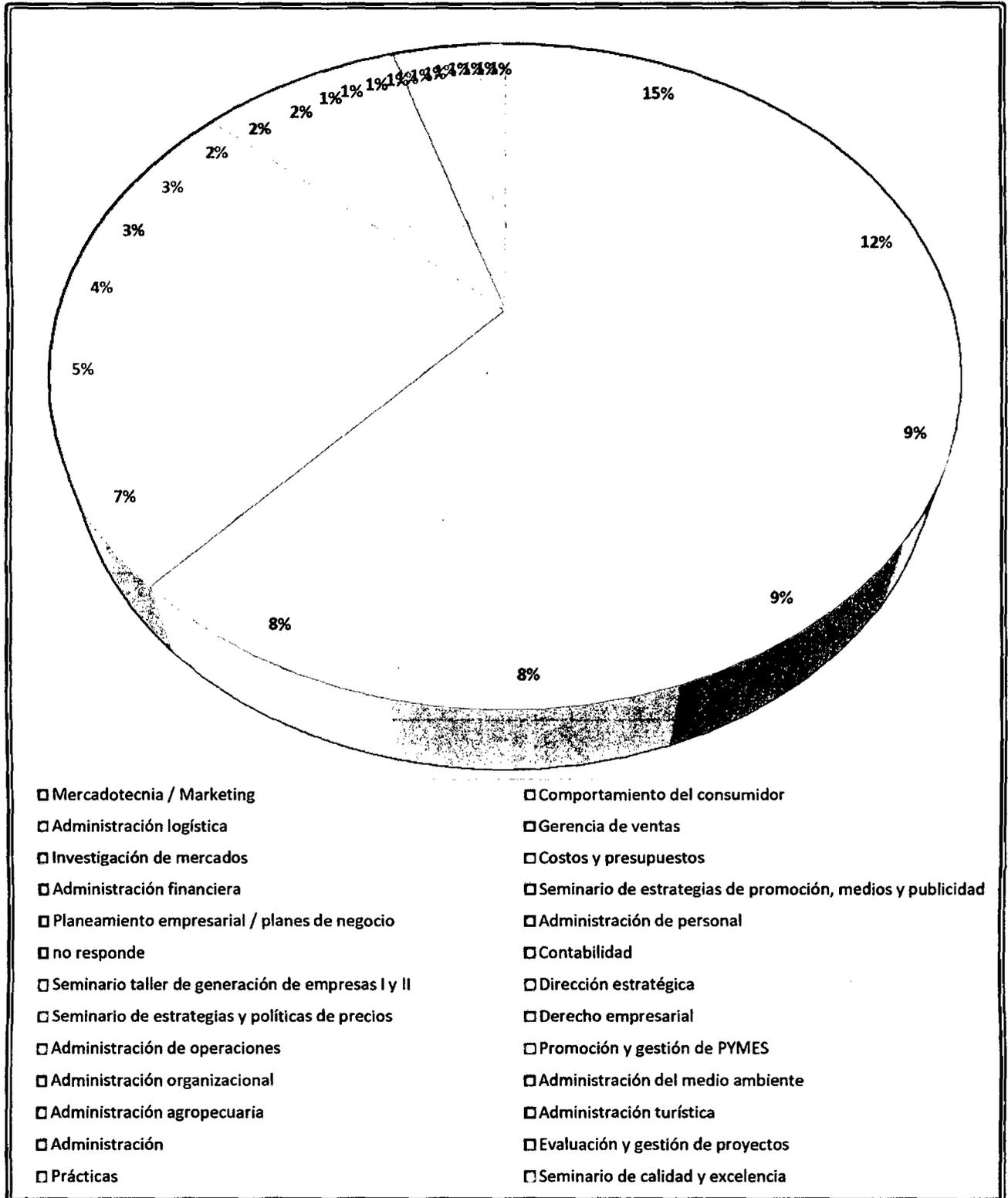
De las personas encuestadas, su opinión respecto a la utilidad de las asignaturas para el funcionamiento de la empresa tenemos: 64% más o menos útil, 21% poco útil y 15% muy útil.

**Cuadro N° 15: ASIGNATURAS CONSIDERADAS QUE HAN SIDO DE MAYOR
 UTILIDAD PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mercadotecnia / Marketing	25	15%
Comportamiento del consumidor	19	12%
Administración logística	15	9%
Gerencia de ventas	15	9%
Investigación de mercados	14	8%
Costos y presupuestos	14	8%
Administración financiera	12	7%
Seminario de estrategias de promoción, medios y publicidad	9	5%
Planeamiento empresarial / planes de negocio	6	4%
Administración de personal	5	3%
no responde	5	3%
Contabilidad	4	2%
Seminario taller de generación de empresas I y II	4	2%
Dirección estratégica	3	2%
Seminario de estrategias y políticas de precios	2	1%
Derecho empresarial	2	1%
Administración de operaciones	2	1%
Promoción y gestión de PYMES	1	1%
Administración organizacional	1	1%
Administración del medio ambiente	1	1%
Administración agropecuaria	1	1%
Administración turística	1	1%
Administración	1	1%
Evaluación y gestión de proyectos	1	1%
Prácticas	1	1%
Seminario de calidad y excelencia	1	1%
TOTAL	165	100%

Fuente: pregunta N° 15 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 15: ASIGNATURAS CONSIDERADAS QUE HAN SIDO DE MAYOR UTILIDAD PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA



Fuente: cuadro N° 15

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

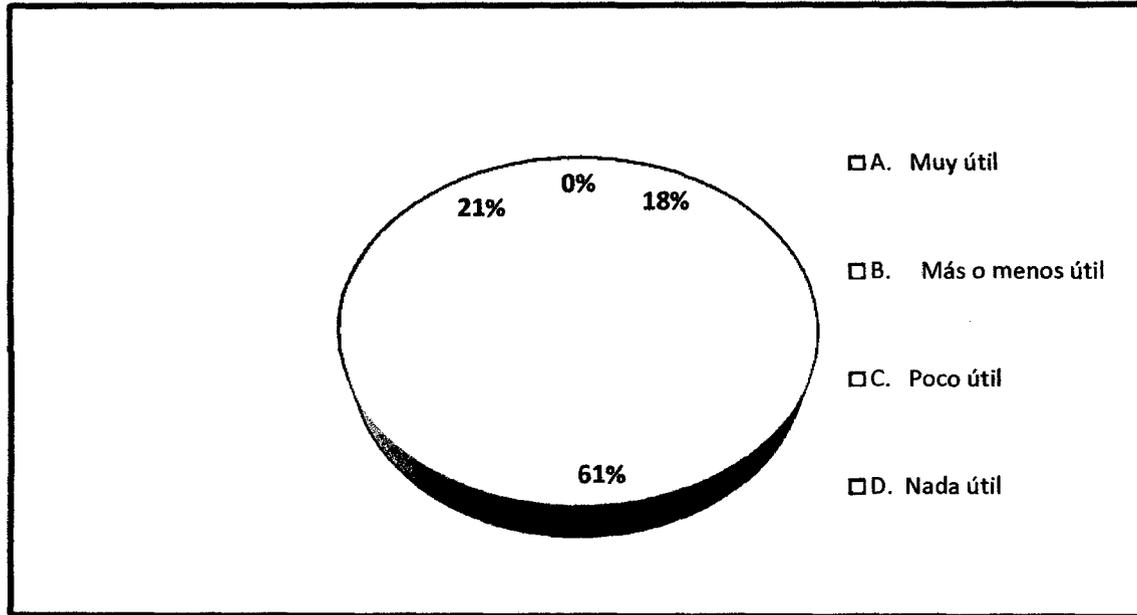
Respecto a las asignaturas que han sido de mayor utilidad durante el funcionamiento de las empresas, según la respuesta de las personas encuestadas tenemos: 15% marketing, 12% comportamiento del consumidor, 9% administración logística y gerencia de ventas, 8% costos y presupuestos e investigación de mercados, 7% administración financiera, 5% seminario de estrategias de promoción, 4% planeamiento empresarial, 3% administración de personal, 2% contabilidad, seminario de generación de empresas y dirección estratégica, 1 % seminario de estrategias y políticas de precios, derecho empresarial, administración de operaciones, promoción y gestión de PYMES, administración organizacional, administración del medio ambiente, administración agropecuaria, administración turística, administración, evaluación y gestión de proyectos, prácticas, seminario de calidad y excelencia y, un 3% que no llenó todos los campos.

**Cuadro N° 16: UTILIDAD DEL PROYECTO DE EMPRESA PARA EL
FUNCIONAMIENTO DE LA MISMA**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Muy útil	6	18%
B. Más o menos útil	20	61%
C. Poco útil	7	21%
D. Nada útil	0	0%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 16 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 16: UTILIDAD DEL PROYECTO DE EMPRESA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MISMA



Fuente: cuadro N° 016

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

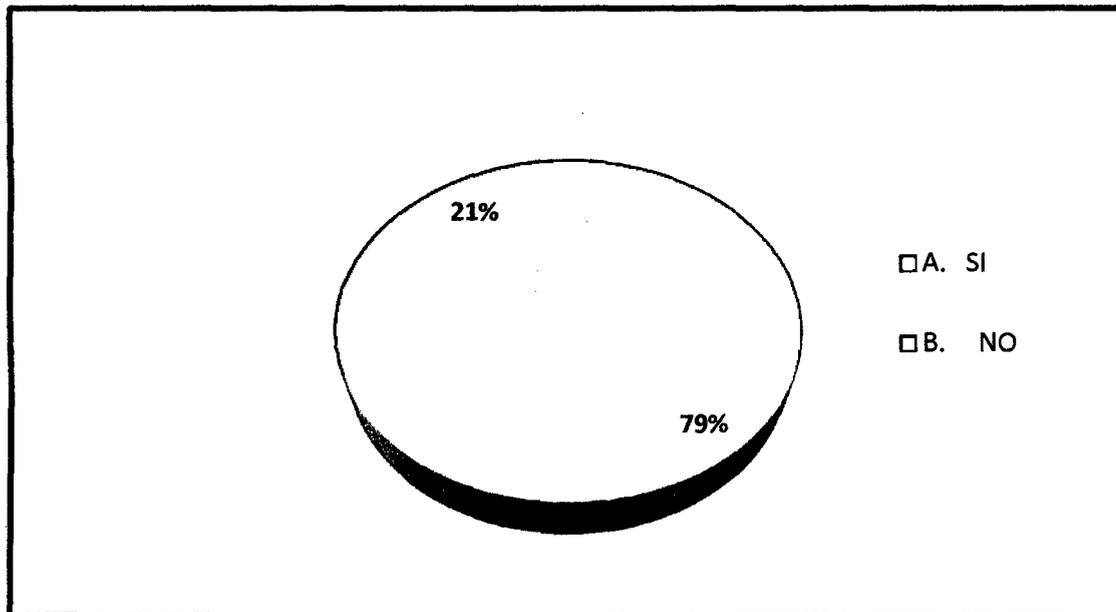
Acerca de la utilidad del proyecto de empresa para la puesta en marcha de la misma, las personas encuestadas consideran que: 61% más o menos útil, 21% poco útil y 18% muy útil.

Cuadro N° 17: OPINIÓN ACERCA DE LA EXISTENCIA O NO DE LA ASIGNATURA SEMINARIO TALLER DE GENERACIÓN DE EMPRESA

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. SI	26	79%
B. NO	7	21%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 17 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 17: OPINIÓN ACERCA DE LA EXISTENCIA O NO DE LA ASIGNATURA SEMINARIO TALLER DE GENERACIÓN DE EMPRESA



Fuente: cuadro N° 17

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

De las personas encuestadas, el 79% considera que debe existir el seminario de constitución de empresa como parte de la formación académica en la E.A.P.A, mientras que un 21% considera que no debe existir.

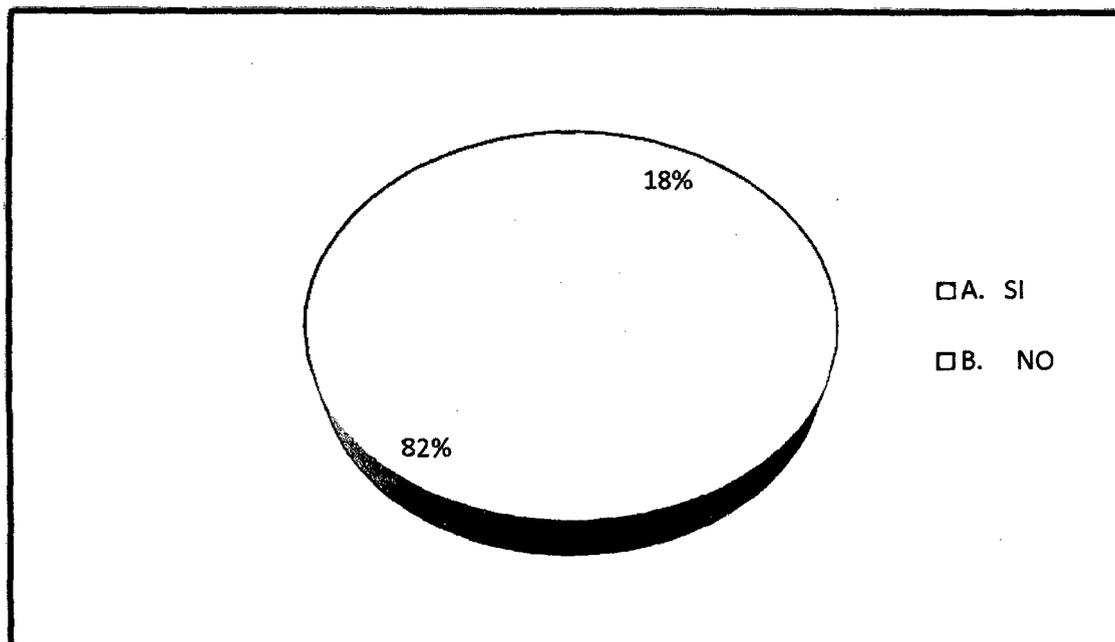
4.3.3. ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS

Cuadro N° 18: OPINIÓN ACERCA DE LOS BENEFICIOS E INCENTIVOS QUE BRINDAN LAS MEDIDAS POLITICAS PARA LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. SI	6	18%
B. NO	27	82%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 19 de la encuesta aplicada

Gráfico N° 18: OPINIÓN ACERCA DE LOS BENEFICIOS E INCENTIVOS QUE BRINDAN LAS MEDIDAS POLITICAS PARA LA INICIATIVA EMPRENDEDORA



Fuente: cuadro N° 18

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

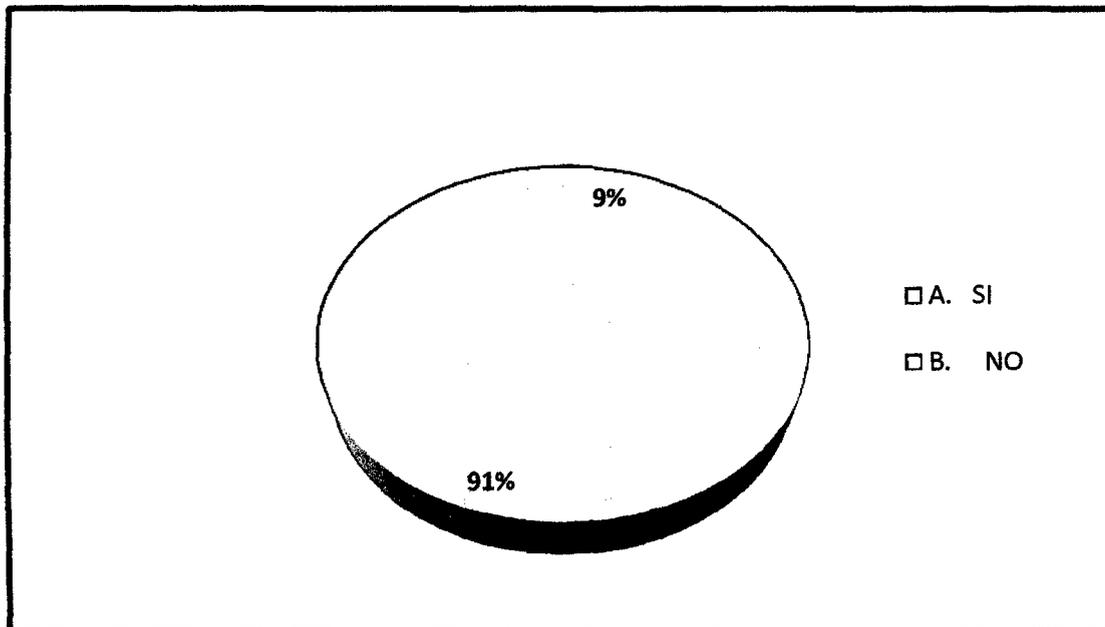
De las personas encuestadas, el 82% considera que las medidas políticas no benefician ni incentivan la iniciativa emprendedora, mientras que un 18% considera que sí benefician.

**Cuadro N° 19: OPINIÓN ACERCA DEL APOYO QUE BRINDAN LAS
INSTITUCIONES PÚBLICAS Y GOBIERNOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE
NUEVAS EMPRESAS**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. SI	3	9%
B. NO	30	91%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 20 de la encuesta aplicada

**Gráfico N° 19: OPINIÓN ACERCA DEL APOYO QUE BRINDAN LAS INSTITUCIONES
PÚBLICAS Y GOBIERNOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE NUEVAS EMPRESAS**



Fuente: cuadro N° 19

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

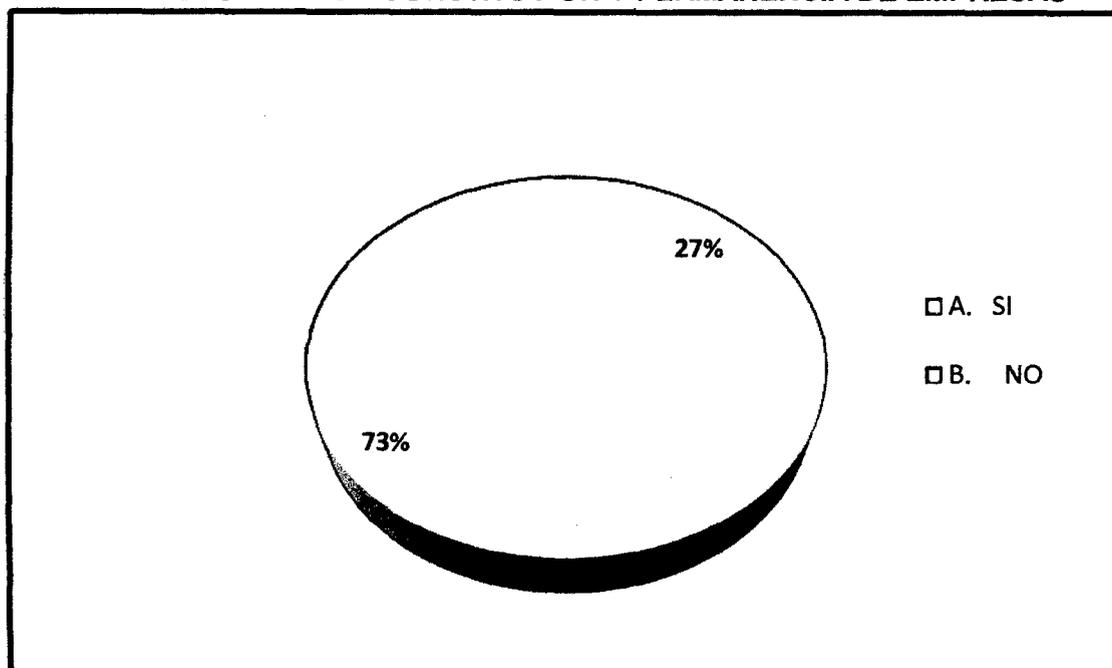
De las personas encuestadas, el 91% considera que las instituciones públicas y gobiernos (nacionales y/o locales) no apoyan la constitución de nuevas empresas, y el 9% considera que si lo hacen.

**Cuadro N° 20: OPINIÓN ACERCA DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES
Y SU APOYO PARA LA CONSTITUCIÓN Y PERMANENCIA DE LAS EMPRESAS**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. SI	9	27%
B. NO	24	73%
TOTAL	33	100%

Fuente: pregunta N° 21 de la encuesta aplicada

**Gráfico N° 20: OPINIÓN ACERCA DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES Y
SU APOYO PARA LA CONSTITUCIÓN Y PERMANENCIA DE EMPRESAS**



Fuente: cuadro N° 20

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

De las personas encuestadas, el 73% considera que las normas sociales y culturales no contribuyen en la constitución y permanencia de las empresas, mientras que un 27% considera que si lo hacen.

4.4. VALIDACION DE HIPÓTESIS

HIPOTESIS:

La falta de visión a largo plazo, la limitada disponibilidad económica del alumno, el reducido aporte de las asignaturas y el poco apoyo por parte de los miembros de la universidad; fueron los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca.

Comprobación

Falta de visión a largo plazo:

De acuerdo a la información obtenida, se ha determinado que el 94% de empresas constituidas por los alumnos de las cuatro primeras promociones de Administración (2009 - 2011) ya no se encuentran funcionando, y el 64% cerro sus operaciones en el primer mes después de finalizado el curso, mostrando claramente que la mayor parte de los alumnos de las promociones mencionadas solo han constituido su empresa con fines académicos, mas no con visión empresarial.

Limitada disponibilidad económica del alumno:

De las personas encuestadas, el 94% considera que las dificultades para el aporte del capital se han debido a la situación económica del alumno, representando una limitante para la formalización en sí de la empresa y puesta en marcha de la misma.

Reducido aporte de las asignaturas:

De acuerdo a la percepción de los alumnos encuestados, el 64% considera que las asignaturas dictadas en la E.A.P de Administración han sido "más o menos útil" para el funcionamiento de las empresas, asimismo, se hace referencia las que consideran que han aportado algo más que otras, siendo en porcentajes poco significativos, pero más altos las asignaturas de: mercadotecnia/marketing, comportamiento del consumidor, administración logística, gerencia de ventas, investigación de mercados y costos y presupuestos con 15%, 12%, 9%, 9%, 8% y 8% respectivamente, entre otras con menores rangos.

Así mismo, el 61% de los encuestados considera que el proyecto de empresa ha sido "más o menos útil" para el momento del funcionamiento de la empresa, pues muchos se han enfrentado a una realidad diferente a la que soñó y planificó; a pesar de ello, los encuestados consideran con un 79% que la signatura de seminario taller de generación de empresas debe continuar siendo parte de la malla curricular de la E.A.P de administración.

Poco apoyo por parte de los miembros de la universidad:

Respecto al apoyo que han recibido los alumnos empresarios por parte de los miembros de la E.A.P de Administración se ha obtenido que un 30% no ha recibido el apoyo de ninguna persona que integre dicha escuela, mientras que 28% recibió apoyo por parte del docente de la asignatura y 23% compañeros de clase; así mismo el 68% de las respuestas dadas por los encuestados consideran que a nivel de la universidad tampoco ha contado con el apoyo de los otros miembros integrantes de la casa superior de estudios.

Constitución de las empresas formalizadas:

De las empresas formalizadas, el 94% ha optado por constituir en forma societarias, considerando básicamente la amistad/ familiaridad (82%) como criterio para asociarse, determinado a través de decisión unánime/mayoría el rubro al cual iban a dedicarse.

Permanencia de las empresas formalizadas:

Durante sus operaciones, el 85% no ha tenido dificultades con sus proveedores, así como un 55% tampoco ha tenido inconvenientes con sus socios o accionistas durante las operaciones en sí de sus empresas, aunque un porcentaje de 45% si los ha tenido; terminando el 94% cerrando sus actividades empresariales, donde el 58% se repartió los bienes adquiridos por la empresa.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Los factores que han influido en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca son: Falta de visión a largo plazo, Limitada disponibilidad económica del alumno, reducido aporte de las asignaturas y poco apoyo por parte de los miembros de la universidad.
 - La falta de visión a largo plazo se ha determinado puesto que la mayoría de empresas cerro sus operaciones en el primer mes después de finalizado el curso, considerando que mayoría ha formalizado su empresa con la finalidad de aprobar la asignatura mas no con una visión empresarial a largo plazo.
 - La limitada disponibilidad económica del alumno, pues la mayor dificultad que han tenido que afrontar los estudiantes ha sido el aporte de capital debido a la situación económica de cada uno de ellos.
 - El reducido aporte de las asignaturas, determinado de acuerdo a la percepción de los alumnos encuestados, los mismos que consideran que las asignaturas dictadas en la E.A.P de Administración han sido "más o menos útil" para el funcionamiento de las empresas.
 - El poco apoyo por parte de los miembros de la universidad, pues los alumnos en estudio consideran que no han contado con el apoyo de los miembros de la Escuela Académico Profesional de Administración así como tampoco lo han recibido de la población universitaria en general.
- De manera general, estos factores específicos se pueden agrupar en 03 factores generales como son: individuales, inter personales y ambientales.
 - Factores individuales: el mismo que agrupa a la visión a largo plazo y la limitada disponibilidad económica del alumno.
 - Factores inter personales: el poco apoyo recibido por los miembros de la Escuela Académico Profesional de Administración y de la Universidad Nacional de

Cajamarca en general. Así como el poco aporte de las asignaturas dictadas en la E.A.P. de Administración para la puesta en marcha de las empresas.

- Factores ambientales: de acuerdo a la percepción de los encuestados, la mayor parte considera que las medidas políticas, las instituciones públicas y gobiernos, así como las normas sociales y culturales, no apoyan ni benefician la iniciativa emprendedora.

- Se han constituido un total de 33 empresas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca, de las cuales, 31 son del tipo societarias y 02 del tipo individual, considerando básicamente lazos de amistad/ familiaridad como criterio para asociarse y determinado por decisión unánime/mayoría el rubro al cual iban a dedicarse.

- En la actualidad se cuentan con tan solo 2 empresas que aún se encuentran funcionando y 31 que han cerrado sus operaciones.

- Las asignaturas dictadas en la E.A.P de Administración no han sido de gran utilidad para el funcionamiento y puesta en marcha de las empresas constituidas, así como tampoco lo ha hecho el proyecto de empresa dictada en un ciclo académico. Sin embargo, las personas en investigación consideran que la signatura de seminario taller de generación de empresas I y II debe continuar formando parte de la malla curricular de la E.A.P de Administración, por los beneficios que brinda a los alumnos al tener una primera experiencia empresarial.

- La mayoría de empresas no ha tenido dificultades con sus proveedores así como tampoco lo han tenido con sus socios o accionistas durante sus operaciones.

5.2. RECOMENDACIONES

Elementos que permitan la sostenibilidad de las empresas en el tiempo.

- **Evaluar el plan curricular actual y las asignaturas.**
 - Considerar un rediseño del plan curricular actual.
 - Reestructurar el curso de seminario taller de generación de empresa I y II, considerando se lleve durante los primeros años académicos.
 - Evaluar las asignaturas, los contenidos, las horas y créditos, determinado si realmente la estructuración de estas aportan a la formación profesional y empresarial.

- **Promover la actualización del cuerpo docente**
 - **Evaluación del desempeño académico:** se recomienda hacer una evaluación del desempeño académico a fin de adoptar las medidas correctivas oportunas que garanticen el mejoramiento continuo de la calidad de servicio del docente.
 - **Perfeccionamiento académico docente:** los docentes deben llevar cursos de formación continua, en áreas como pedagogía, uso de tecnologías en educación, modelos educativos, temas específicos de la carrera para mejorar el nivel de enseñanza - aprendizaje.

- **Planificación de recursos logísticos de apoyo a la labor docente**
 - Organización y Actualización Continua de bibliografía especializada, acorde a los objetivos de la escuela y las asignaturas.
 - Renovación de equipos de última generación de modo que se cuente con los recursos necesarios y se encuentren disponibles para docentes y alumnos cuando los necesiten.

- **Desarrollo de alumnos y empresas.**
 - Gestionar la creación de un centro de incubadoras de empresas dentro de la E.A.P de Administración.
 - Gestionar con las autoridades de la Universidad Nacional de Cajamarca para que la entidad apoye con un porcentaje para la constitución e implementación de las empresas.
 - Respecto a las practicas pre profesionales se recomienda:

- De constituirse la empresa en los primeros años, las prácticas pre profesionales deben excluirse del plan curricular, o ser válido que se lleve dentro de la misma empresa constituida.
 - En caso de continuar con el plan curricular actual, las prácticas pre profesionales deben realizarse desde el tercer año de estudios, para que durante el último año, los alumnos puedan dedicarse por completo a su empresa. En este caso, es necesario que a través de la dirección de escuela se gestione convenios con empresas públicas y privadas para que los alumnos sean considerados para realizar sus prácticas.
-
- En el último año académico debe considerarse un curso de seminario de elaboración de tesis, que sirva de base para el egresado si opta por la modalidad de tesis para su titulación.
 - Con el fin de motivar el desempeño y rendimiento del alumno, por ende mejorar la imagen de la Escuela Académico Profesional de Administración, se recomienda que en cada una de las asignaturas de carrera, a los alumnos con promedio ponderado mayor a 14, se les brinde un certificado como aptos para desempeñarse como: asistente en el área de finanzas, marketing, logística y recursos humanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

- 30 MyPEs de turismo cerraron por paro. (20 de junio de 2012). *Panorama cajamarquino*, pág. 1.
- Ayllon Torres, M. T. (2004). *Geografía económica*. Mexico: Limusa.
- Camacho Corredor, D. Y. (05 de junio de 2007). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. *Apuntes del cenes*. Colombia, Colombia.
- Comision especial estatutaria. *Estatuto propuesta final*. Universidad nacional de Cajamarca, Cajamarca.
- Congreso. (2008). Decreto legislativo que aprueba la ley de promocion de la competitividad, formalizacion y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente.
- EOI. (2006). Factores que influyen en la creacion y consolidacion de empresas en andalucia. Andaluca, España.
- Komiya, A. (25 de setiembre de 2012). Pasos para constituir una empresa. Peru.
- Liseras Natacha, de rearte ana género y graña fernando. (octubre de 2003). Factores asociaados a la vocacion emprendedora de alumnos universitarios. Mar del Plata, Argentina.
- Mollo Brisco, G. F. (julio de 2008). La formacion universitaria y su relacion con el desarrollo de las actitudes emprendedoras. Un estudio comparativo entre facultades de la Universidad Nacional de La Plata. La plata, Argentina.
- Perez Palacios, E. (julio de 2009). La universidad en la formacion de emprendedores empresariales y el apoyo en la creacion de nuevas empresas. Lima, peru.
- Rodriguez Valencia, J. (2011). *Administracion de pequeñas y medianas empresas*. Mexico: cengage learningi.

- Thompson, i. (2006). Definicion de empresa. *Promonegocios.net*, 1.
- Universidad Nacional de Cajamarca, & Escuela Academico Profesional de Administracion. (2006). Curriculo de estudios 2006. Cajamarca.
- Universidad Nacional de Cajamarca, (2001). Estudio integral de justificacion para la creacion de la carrera profesional de administracion. Cajamarca.
- Valdiviezo, C. (06 de febrero de 2014). Cajamarca no va: una larga recesion de conga y cafe. Cajamarca, Perú.

LINKOGRAFÍA

- Congreso. (2008). decreto legislativo que aprueba la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente. recuperado el 12 de abril de 2013, de perupymes.com: <http://perupymes.com/noticias/alcances-de-la-ley-de-micro-y-pequena-empresapyme>
- Creación de empresas. (octubre de 2012). obtenido de buenas tareas.com: <http://www.buenastareas.com/ensayos/creacion-de-empresas/5739827.html>
- Crecemype. (2012). recuperado el 17 de noviembre de 2013, de crecemype: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-iformaliza-b.pdf>
- Escalante Ramos , E., & Escalante Ramos, C. (2006). *guía constitución*. recuperado el 03 de 2013, de guía constitución: http://www.mep.pe/intranetmep/constitucion/mep_guia_constitucion.pdf
- Idacción business news. (2013). recuperado el 10 de abril de 2013, de idacción business news: <http://idnews.idaccion.com/el-ciclo-de-vida-de-las-empresas/#comments>
- M., A. (13 de marzo de 2012). *gocios.com*. recuperado el 12 de noviembre de 2013, de gocios.com: <http://www.gocios.com/2012031366/empresas-multinacionales-creadas-jovenes-universitarios>
- Scribd. (21 de marzo de 2009). recuperado el 29 de enero de 2014, de scribd.: <http://es.scribd.com/doc/13483227/la-importancia-de-la-empresa>
- Wikipedia. (28 de febrero de 2013). recuperado el 16 de enero de 2014, de wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/actividad_econ%3%b3mica

ANEXOS

- **ANEXO N° 01:** Matriz de consistencia
- **ANEXO N° 02:** Modelo de encuesta aplicada.
- **ANEXO N° 03:** Consulta de Registro Único del Contribuyente de cada una de las empresas.

ANEXO N° 01:

MATRIZ DE CONSISTENCIA.

“Estudio de los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca”

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS		HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	CONCLUSIONES
<p>¿Cuáles son los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca.</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar el número de empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración. Conocer los factores utilizados para decidir qué tipo de empresa constituir y el rubro a dedicarse. Determinar la situación actual de las empresas formalizadas en la Escuela Académico Profesional de Administración al 2011. Analizar el aporte de los planes curriculares y las asignaturas para el funcionamiento y la permanencia de las empresas en función a la percepción de las personas en investigación. Sugerir elementos que permitan la sostenibilidad de las empresas en el tiempo. 	<p>La falta de visión a largo plazo, la limitada disponibilidad económica del alumno, el reducido aporte de las asignaturas y el poco apoyo por parte de los miembros de la universidad; fueron los factores que influyeron en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca.</p>	<p>Variable Independiente: La falta de visión a largo plazo, la limitada disponibilidad económica del alumno, el reducido aporte de las asignaturas y el poco apoyo por parte de los miembros de la universidad.</p> <p>Variable Dependiente: Constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración.</p>	<p>TIPO DE NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Exploratorio Descriptiva <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Se trata de una investigación no experimental. Dentro de este diseño de investigación, el estudio corresponde a una investigación transaccional o transversal exploratorio porque se trata de explorar un problema de investigación que es nuevo o poco conocido, se analiza y describe sus variables en un momento específico y puede servir de base para estudios posteriores.</p> <p>MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Método deductivo Método analítico. <p>ALCANCE DE LA INVESTIGACION</p> <ul style="list-style-type: none"> Población y muestra Está conformada por todas las empresas formalizadas en la Escuela Académico Profesional de Administración, realizadas por las cuatro primeras promociones (2009-2011), haciendo un total de 33 empresas; considerándose en este caso en un CENSO. <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Técnicas de recolección de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Técnica de la encuesta: Encuestas telefónicas y encuestas postales Técnica de la observación <p>TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS Técnica de procesamiento de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> Proceso manual: codificación y registrar datos con lápiz y papel, realizando el conteo respectivo de los resultados obtenidos por cada respuesta. Proceso electrónico: a través del procesador de textos Excel, se ingresa cada uno de los datos para luego insertar los gráficos correspondientes. <p>Técnica de análisis e Interpretación de resultados.</p> <ul style="list-style-type: none"> El análisis de resultados se realizó en base a los datos obtenidos en los gráficos del Excel, mediante la observación y análisis de los mismos. Se analizó y evaluó cada una de las preguntas, obteniendo la información que servirá para determinar resultados de acuerdo a las variables e indicadores establecidos. Se validó la información obtenida mediante la contrastación de la hipótesis planteada. 	<ul style="list-style-type: none"> Los factores que han influido en la constitución y permanencia de las empresas formalizadas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca son: Falta de visión a largo plazo, Limitada disponibilidad económica del alumno, reducido aporte de las asignaturas y poco apoyo por parte de los miembros de la universidad. La falta de visión a largo plazo se ha determinado puesto que la mayoría de empresas cerro sus operaciones en el primer mes después de finalizado el curso, considerando que mayoría ha formalizado su empresa con la finalidad de aprobar la asignatura mas no con una visión empresarial a largo plazo. La limitada disponibilidad económica del alumno, pues la mayor dificultad que han tenido que afrontar los estudiantes ha sido el aporte de capital debido a la situación económica de cada uno de ellos. El reducido aporte de las asignaturas, determinado de acuerdo a la percepción de los alumnos encuestados, los mismos que consideran que las asignaturas dictadas en la E.A.P de Administración han sido "más o menos útil" para el funcionamiento de las empresas. El poco apoyo por parte de los miembros de la universidad, pues los alumnos en estudio consideran que no han contado con el apoyo de los miembros de la Escuela Académico Profesional de Administración así como tampoco lo han recibido de la población universitaria en general. De manera general, estos factores específicos se pueden agrupar en 03 factores generales que son: individuales, inter personales y ambientales. <ul style="list-style-type: none"> Factores individuales: el mismo que agrupa a la visión a largo plazo y la limitada disponibilidad económica del alumno. Factores interpersonales: el poco apoyo recibido por los miembros de la Escuela Académico Profesional de Administración y de la Universidad Nacional de Cajamarca en general. Así como el poco aporte de las asignaturas dictadas en la E.A.P. de Administración para la puesta en marcha de las empresas. Factores ambientales: de acuerdo a la percepción de los encuestados, la mayor parte considera que las medidas políticas, las instituciones públicas y gobiernos, así como las normas sociales y culturales, no apoyan ni benefician la iniciativa emprendedora. Se han constituido un total de 33 empresas por los alumnos de las cuatro primeras promociones (2009 - 2011) de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cajamarca, de las cuales, 31 son del tipo societarias y 02 del tipo individual, considerando básicamente lazos de amistad/ familiaridad como criterio para asociarse y determinado por decisión unánime/mayoría el rubro al cual iban a dedicarse. En la actualidad se cuentan con tan solo 2 empresas que aún se encuentran funcionando y 31 que han cerrado sus operaciones. Las asignaturas dictadas en la E.A.P de Administración no han sido de gran utilidad para el funcionamiento y puesta en marcha de las empresas constituidas, así como tampoco lo ha hecho el proyecto de empresa dictada en un ciclo académico. Sin embargo, las personas en investigación consideran que la signatura de seminario taller de generación de empresas I y II debe continuar formando parte de la malla curricular de la E.A.P de Administración, por los beneficios que brinda a los alumnos al tener una primera experiencia empresarial. La mayoría de empresas no ha tenido dificultades con sus proveedores así como tampoco lo han tenido con sus socios o accionistas durante

ANEXO N° 02:

MODELO DE ENCUESTA.

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar aspectos que han influido en la constitución, puesta en marcha y permanencia en el tiempo de las empresas constituidas en la Escuela Académico Profesional de Administración.

RAZON SOCIAL:

NOMBRE COMERCIAL:

RUBRO O ACTIVIDAD:

DIRECCIÓN Y LUGAR DE OPERACIONES:

INICIO DE OPERAC.:

ASPECTOS DE CONSTITUCIÓN Y OPERACIONES

1. ¿Por qué constituyó una empresa del tipo Societaria/EIRL?

2. ¿Cómo decidió dedicarse a este rubro?

- A. Por decisión unánime o mayoría
- B. Porque conocía/n el manejo de este negocio
- C. Por el apoyo de un familiar/amigo en este rubro
- D. Otros _____

3. ¿Qué criterios ha considerado al momento de decidir con quién/es asociarse?

- A. Lazos amicales o familiares
- B. Sentido de Responsabilidad y estudios
- C. Habilidad para los negocios
- D. Coincidir en rubro
- E. Otros _____

4. Las dificultades para el aporte de capital se debieron:

- A. Situación económica del alumno
- B. Desacuerdo con el rubro
- C. Falta de apoyo por parte de los padres o familiares cercanos.
- D. Otros: _____

5. ¿Qué dificultades ha tenido para determinar el lugar de funcionamiento de la empresa?

- A. Precios de alquiler elevados
- B. Locales en zonas no estratégicas.
- C. Locales inadecuados al bien o servicio planificado
- D. Otros: _____

6. ¿Ha tenido algún inconveniente con sus socios o accionistas durante sus operaciones?

- Sí No

¿Cuál/es? _____

7. ¿Ha tenido alguna dificultad con sus proveedores?

- Sí No

¿Cuál/es? _____

8. De la E.A.P. Administración, ¿Quiénes le han apoyado durante el desarrollo de actividades?

- A. Director de escuela y secretaría.
- B. Docente de la asignatura
- C. Otros Docentes
- D. Compañeros de clase
- E. Alumnos de otras promociones
- F. Ninguno

9. A nivel de la U.N.C ¿Quiénes le han apoyado durante el funcionamiento de su empresa?

- A. Rectorado.
- B. Facultad C.E.C.A
- C. Otras facultades
- D. Escuela de Post Grado
- E. Alumnos en general
- F. Ninguno

10. ¿Actualmente, su empresa se encuentra en funcionamiento?

- Sí No

De ser "NO", continúe con la pregunta 11, de lo contrario pase a la pregunta N° 14.

11. ¿Cuándo finalizó sus operaciones?

- A. Inmediatamente después de finalizado el curso
- B. En el 1° mes después de culminar el curso
- C. En el 2° mes después de culminar el curso
- D. De 3 a 6 meses de haber culminado el curso
- E. Más de 6 meses de haber culminado el curso.

12. ¿Porque motivo cerró su empresa?

- A. Porque terminó el curso
- B. Porque no era rentable
- C. Por diferencias con los socios
- D. Otros _____

13. ¿Cuál fue el fin de los bienes adquiridos como empresa?

- A. Se repartió entre los socios
- B. Se los vendió
- C. Se donó a alguna organización benéfica
- D. Otros _____

ASPECTOS ACADÉMICOS

14. De cuanta utilidad han sido las asignaturas dictadas en la escuela para el funcionamiento de su empresa.

- A. Muy útil
- B. Más o menos útil

- C. Poco útil
- D. Nada útil

15. **Que asignatura considera que ha sido de mayor utilidad durante el funcionamiento de su empresa. Enuméralas de mayor a menor importancia**

1° _____
2° _____
3° _____
4° _____
5° _____

16. **¿Cuán útil ha sido el proyecto de empresa realizado para la puesta en marcha de la empresa?**

- A. Muy útil
- B. Más o menos útil
- C. Poco útil
- D. Nada útil

Porque: _____

17. **¿Considera que debe existir el seminario de constitución de empresa como parte de la formación académica de la E.A.P.A?**

- Sí
- No

Porque: _____

18. **¿Qué cambios sugiere que se realicen en cuanto al estudio curricular que haya llevado?**

ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS

19. **Considera que las medidas políticas benefician e incentivan la iniciativa emprendedora?**

- Sí
- No

¿Por qué?: _____

20. **¿Considera que las instituciones públicas y gobiernos (nacionales y/o locales) apoyan la constitución de nuevas empresas?**

- Sí
- No

¿Por qué?: _____

21. **¿Considera que las normas sociales y culturales contribuyen en la constitución y permanencia de las empresas?**

- Sí
- No

¿Por qué?: _____

Gracias por su colaboración

ANEXO N° 03:

**CONSULTA DE REGISTRO
ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE
DE CADA UNA DE LAS
EMPRESAS.**

CONSULTA RUC: 20491756391 - ALTA CALIDAD J` LAE CAXAS SAC

Número de RUC:	20491756391 - ALTA CALIDAD J` LAE CAXAS SAC		
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	01/09/2010	Fecha Inicio de Actividades:	01/09/2010
Estado del Contribuyente:	BAJA DE OFICIO	Fecha de Baja:	30/04/2012
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. MANCO CAPAC NRO. 1390 CAS. LA ESPERANZA CAJAMARCA - CAJAMARCA - LOS BAÑOS DEL INCA		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 52593 - OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA LIQUIDACION DE COMPRA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529315253 - BIG CUY S.R.L.

Número de RUC: 20529315253 - BIG CUY S.R.L.
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 28/03/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/04/2011
Estado del Contribuyente: SUSPENSION TEMPORAL
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. ESTRECHO NRO. 679 BR SAN SEBASTIAN CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 01224 - CRIA DE ANIMALES DOMESTICOS.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529371595 - BODEGA D'A LUK' SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20529371595 - BODEGA D'A LUK' SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 06/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 06/07/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 30/11/2013
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. TUPAC AMARU MZA. H LOTE. 7 BR MOLLEPAMPA ALTA (JR TUPAC AMARU) CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52206 - VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.
Secundaria 1 - 52391 - OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20491752051 - BON APPETIT SERVICIO DE CATERING Y ALIMENTACION A BORDO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LTDA

Número de RUC: 20491752051 - BON APPETIT SERVICIO DE CATERING Y ALIMENTACION A BORDO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LTDA

Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA

Nombre Comercial: BON APPETIT SRL

Fecha de Inscripción: 24/08/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/09/2010

Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/05/2013

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: PROL. DIEGO FERRE NRO. 692 BARR ARANJUEZ (A ALTURA DEL COLEGIO CABRERA) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): Principal - 55205 - RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS.
Secundaria 1 - 71307 - ALQUILER ENSERES DOMESTICOS NCP.

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA

Sistema de Emisión Electrónica: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20529341416 - CAJAMARQUINOS ASOCIADOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20529341416 - CAJAMARQUINOS ASOCIADOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA

Nombre Comercial: -

Fecha de Inscripción: 11/05/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/05/2011

Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 30/11/2012

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: JR. JOSE VILLANUEVA NRO. 283 BR CHONTAPACCHA CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): Principal - 52593 - OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA

Sistema de Emisión Electrónica: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20529372991 - CALZADOS YUPI SRL

Número de RUC: 20529372991 - CALZADOS YUPI SRL
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 08/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/07/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 28/02/2013
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: CAL. LAS CAMELIAS NRO. 129 URB. LOS JARDINES CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20491829533 - CAMAROS SERVICIOS GENERALES S.R.L

Número de RUC:	20491829533 - CAMAROS SERVICIOS GENERALES S.R.L		
Tipo Contribuyente:	SOC.COM.RESPONS. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	04/02/2011	Fecha Inicio de Actividades:	01/05/2011
Estado del Contribuyente:	BAJA DE OFICIO	Fecha de Baja:	31/03/2014
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	JR. COLONIAL NRO. 422 BR SAN MARTIN DE PORRES CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 71221 - ALQUILER MAQUI. Y EQUIP.CONSTRUCCION. Secundaria 1 - 52348 - VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA. Secundaria 2 - 20293 - FAB. OTROS PRODUCTOS DE MADERA.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA GUIA DE REMISION - REMITENTE		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529357762 - CASA TORO S.R.L

Número de RUC: 20529357762 - CASA TORO S.R.L
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 04/06/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 04/06/2011
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: NO HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. CHANCHAMAYO NRO. 1264 BR SAN JOSE CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): Principal - 01400 - SERVICIOS AGRICOLAS, GANADERAS.
Secundaria 1 - 85200 - ACTIVIDADES VETERINARIAS
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
GUIA DE REMISION - REMITENTE
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20491754932 - CETA MARKETING CONSULTING S.R.L.

Número de RUC: 20491754932 - CETA MARKETING CONSULTING S.R.L.
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 27/08/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/09/2010
Estado del Contribuyente: SUSPENSION TEMPORAL
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: PJ. ATAHUALPA NRO. 554 BR CUMBE MAYO CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 74145 - ACTIV.DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20491758172 - DULCE FIESTA EIRL

Número de RUC:	20491758172 - DULCE FIESTA EIRL		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	06/09/2010	Fecha Inicio de Actividades:	01/09/2010
Estado del Contribuyente:	BAJA DE OFICIO	Fecha de Baja:	31/05/2012
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. MARIO URTEAGA NRO. 1146 BR MARCOPAMPA CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 52593 - OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529370513 - D' VELODICA V S.R.L

Número de RUC: 20529370513 - D' VELODICA V S.R.L
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 05/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/07/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 30/04/2013
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. AMAZONAS NRO. 207 BAR. SAN JOSE (GALERIAS EL PORTON STAND 9) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL/COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52322 - VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529375159 - EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MACERADOS DE FRUTAS PISA DIABLOS S.R.L

Número de RUC: 20529375159 - EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MACERADOS DE FRUTAS PISA DIABLOS S.R.L

Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA

Nombre Comercial: -

Fecha de Inscripción: 13/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/08/2011

Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 30/04/2014

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: JR. SILVA SANTISTEBAN NRO. 977 BARR SAN SEBASTIAN CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: COMPUTARIZADO

Actividad(es) Económica(s): Principal - 15518 - MEZCLA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS.

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA

Sistema de Emisión Electrónica: -

A afiliado al PLE desde: -

Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20491750198 - EMPRESA INDUSTRIAL LANDHER S.R.L.

Número de RUC: 20491750198 - EMPRESA INDUSTRIAL LANDHER S.R.L.
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 19/08/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/09/2010
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/05/2013
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: AV. TAHUANTINSUYO NRO. S/N LT. HUACALOMA (MZ. A LT. 9) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52206 - VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529373539 - FRUTALE SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20529373539 - FRUTALE SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 08/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/08/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/03/2013
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: MZA. B LOTE. 22 AA.VV EL MOLINO (JR. CAMINO REAL 139) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL/COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): Principal - 55205 - RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS.
Comprobantes de Pago c/aut. de Impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20491812991 - GRUPO EJ S.R.L

Número de RUC: 20491812991 - GRUPO EJ S.R.L
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 07/01/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/01/2011
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. NICOLAS ARRIOLA NRO. 294 BARRIO SAN SEBASTIAN (PASANDO PLATAFORMA HUANUCO) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): Principal - 15546 - ELAB. DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
GUIA DE REMISION - REMITENTE
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20491756471 - HECHIZOS EVENTOS S.R.L.

Número de RUC: 20491756471 - HECHIZOS EVENTOS S.R.L.
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 01/09/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/09/2010
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 29/02/2012
Condición del Contribuyente: NO HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. PUNO NRO. 240 BR CONTAPACCHA CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 71307 - ALQUILER ENSERES DOMESTICOS NCP.
Secundaria 1 - 92192 - OTRAS ACTIVID.ENTRETENIMIENTO NCP.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20491693615 - KILLA WARMY SRL

Número de RUC:	20491693615 - KILLA WARMY SRL		
Tipo Contribuyente:	SOC.COM.RESPONS. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	08/04/2010	Fecha Inicio de Actividades:	01/04/2010
Estado del Contribuyente:	BAJA DE OFICIO	Fecha de Baja:	30/12/2011
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	JR. BELLAVISTA NRO. 155 (1ER PISO) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 52190 - VTA. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	NINGUNO		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20491766434 - LA CASA DE LA ABEJITA E.I.R.L

Número de RUC: 20491766434 - LA CASA DE LA ABEJITA E.I.R.L
Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 20/08/2012 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/08/2012
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/01/2014
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: AV. SAN MARTIN DE PORRES NRO. 153 BR PUEBLO LIBRE CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 01224 - CRIA DE ANIMALES DOMESTICOS.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529358491 - LA FIESTA SERVICIOS GENERALES SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20529358491 - LA FIESTA SERVICIOS GENERALES SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA

Nombre Comercial: -

Fecha de Inscripción: 06/06/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/06/2011

Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/12/2012

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: MZA. J LOTE. 8 URB. LOS ROSALES (JR LOS DOGOS 180) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): Principal - 92192 - OTRAS ACTIVID.ENTRETENIMIENTO NCP.
Secundaria 1 - 71307 - ALQUILER ENSERES DOMESTICOS NCP.

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA

Sistema de Emisión Electrónica: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20491676281 - LICORES XPRESS S.R.L

Número de RUC: 20491676281 - LICORES XPRESS S.R.L
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 10/03/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 08/04/2010
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/08/2011
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: MZA. B LOTE. 26 LT SAN MARTIN DE PORRES (PSJ. JESUS DE NAZARET NRO 126) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52206 - VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529312238 - MI DULCE ANTOJO S.R.L

Número de RUC: 20529312238 - MI DULCE ANTOJO S.R.L
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 23/03/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/04/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/03/2014
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. SILVA SANTISTEBAN NRO. 1219 BR. SAN SEBASTIAN CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 15417 - ELAB. PROD. DE PANADERIA.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529328827 - PENSANDO EN TU HOGAR S.R.L

Número de RUC: 20529328827 - PENSANDO EN TU HOGAR S.R.L
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 25/04/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/05/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/12/2012
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. PAUL RIVET MZA. E LOTE. 6 URB. SAN LUIS II ETAPA (JR PAUL RIVET 382) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 74996 - OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES NCP.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: 16/05/2011
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529374004 - POLOS MODEXX S.R.L

Número de RUC: 20529374004 - POLOS MODEXX S.R.L .

Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA

Nombre Comercial: -

Fecha de Inscripción: 09/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/09/2011

Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/05/2013

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: JR. AMAZONAS NRO. 207 BR SAN JOSE (GALERIAS EL PORTON STAN 40) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): PrIncipal - 51313 - VTA. MAY. PRODUCTOS TEXTILES.

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): BOLETA DE VENTA

Sistema de Emisión Electrónica: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529372648 - PUMAR TEAM SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20529372648 - PUMAR TEAM SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 07/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 07/07/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/03/2014
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. UCAYALI NRO. 236 BR SAN PEDRO CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52206 - VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.
Secundaria 1 - 55205 - RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20491779927 - QUISAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20491779927 - QUISAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
Tipo Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 27/10/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/05/2011
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: CAR. AGOCUCHO KM. 2 ANEXO HUACARIZ (MISMA QUEBRADA CONDEMAYO) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 45207 - CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.
Secundaria 1 - 52348 - VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.
Secundaria 2 - 71221 - ALQUILER MAQUI. Y EQUIP.CONSTRUCCION.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
GUIA DE REMISION - REMITENTE
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20529373709 - SERVICIOS ASOCIADOS BON APETIT S.R.L.

Número de RUC: 20529373709 - SERVICIOS ASOCIADOS BON APETIT S.R.L.
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 08/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 08/07/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 29/06/2013
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. LOS CEDROS NRO. 122 AA.VV VILLA UNIVERSITARIA (CRUCE CON JR REBAZA NEYRA TIMBRE 101) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52206 - VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.
Secundaria 1 - 55205 - RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20491762951 - SERVICIOS GENERALES Y ESPECIALES DE ENFERMERIA SAC

Número de RUC: 20491762951 - SERVICIOS GENERALES Y ESPECIALES DE ENFERMERIA SAC
Tipo Contribuyente: SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 16/09/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/10/2010
Estado del Contribuyente: SUSPENSION TEMPORAL
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. URRELO NRO. 1266 CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 85193 - OTRAS ACTIV.RELAC. CON SALUD HUMANA
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20491678730 - SERVINET SERVICIOS GENERALES S.R.L.

Número de RUC: 20491678730 - SERVINET SERVICIOS GENERALES S.R.L.
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 12/03/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/05/2010
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/05/2012
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. MANUEL SEOANE NRO. 315 BR SAN ANTONIO CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52391 - OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.
Secundaria 1 - 72505 - MANTEN.Y REPAR.MAQUIN. DE OFICINA.
Secundaria 2 - 72909 - OTRAS ACTIVIDADES DE INFORMATICA.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529374420 - STYLOS TU & YO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20529374420 - STYLOS TU & YO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 11/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/08/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 29/06/2013
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: AV. LOS HEROES NRO. 649 CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 93029 - PELUQUERIA Y OTROS
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20491760070 - TALENTOS ASOCIADOS S.A.C.

Número de RUC: 20491760070 - TALENTOS ASOCIADOS S.A.C.
Tipo Contribuyente: SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 08/09/2010 **Fecha Inicio de Actividades:** 08/09/2010
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 28/06/2012
Condición del Contribuyente: NO HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. HUANCAVELICA NRO. 377 BR SAN JOSE CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 74306 - PUBLICIDAD
Secundaria 1 - 92192 - OTRAS ACTIVID.ENTRETENIMIENTO NCP.
Secundaria 2 - 71307 - ALQUILER ENSERES DOMESTICOS NCP.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): NINGUNO
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529371757 - WARMI & NUNA CHOCOLATERIA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20529371757 - WARMI & NUNA CHOCOLATERIA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA

Nombre Comercial: WARMI & NUNA CHOCOLATERIA SRL

Fecha de Inscripción: 07/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/08/2011

Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 30/04/2013

Condición del Contribuyente: HABIDO

Dirección del Domicilio Fiscal: JR. FRATERNIDAD NRO. 385 BR PUEBLO NUEVO CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD

Sistema de Contabilidad: MANUAL

Actividad(es) Económica(s): Principal - 15432 - ELAB. CACAO, CHOCOLATE Y CONFIT.

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA

Sistema de Emisión Electrónica: -

Afiliado al PLE desde: -

Padrones : NINGUNO

Imprimir

CONSULTA RUC: 20529308711 - YUPI QUMIR S.R.L

Número de RUC: 20529308711 - YUPI QUMIR S.R.L
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 16/03/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/06/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 30/04/2012
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: JR. CHANCHAMAYO NRO. 1574 URB. EL JARDIN (SEGUNDO PISO) CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** IMPORTADOR
Sistema de Contabilidad: MANUAL
Actividad(es) Económica(s): Principal - 52391 - OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): NINGUNO
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

[Imprimir](#)

CONSULTA RUC: 20529373296 - ZONA 7 DISCOTEK SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Número de RUC: 20529373296 - ZONA 7 DISCOTEK SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITAD
Tipo Contribuyente: SOC.COM.RESPONS. LTDA
Nombre Comercial: -
Fecha de Inscripción: 08/07/2011 **Fecha Inicio de Actividades:** 01/09/2011
Estado del Contribuyente: BAJA DE OFICIO **Fecha de Baja:** 31/10/2013
Condición del Contribuyente: HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal: AV. ATAHUALPA NRO. 931 VILLA UNIVERSITARIA CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA
Sistema de Emisión de Comprobante: MANUAL **Actividad de Comercio Exterior:** SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad: COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): Principal - 92192 - OTRAS ACTIVID.ENTRETENIMIENTO NCP.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA
BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica: -
Afiliado al PLE desde: -
Padrones : NINGUNO

Imprimir