



XXI Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas

CIUDAD DE MÉXICO, SEPTIEMBRE 10, 11 Y 12 DE 2018

TEMA CENTRAL: "ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS CENTRADAS EN EL ALUMNO"

Institución:

Universidad Autónoma de Chihuahua, México

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL ÉXITO DE LOS EMPRENDEDORES DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA

Jorge Luis Carnero Porras¹, José Emilio Méndez González²

y Claudia Patricia Pérez Heiras³

¹ Maestro en Administración, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, (614) 184 3702, jorgeluiscarnero@hotmail.com

² Maestro en Administración Pública, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, (614) 188 5648, emendez@uach.mx

³ Maestro en Administración de Recursos Humanos, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, (614) 1127482, cperezh@uach.mx

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Resumen

El emprendimiento ha aumentado por la necesidad de generación de empleos, dichos emprendimientos se ven reflejados en la creación de pequeñas empresas de las cuales algunas tienen ventajas competitivas en cuanto a innovación tecnológica y comercialización. Sin embargo, por falta de conocimientos sobre creación de empresas o servicios de desarrollo empresarial fracasan. Una incubadora empresarial de base tecnológica puede hacer que dichas empresas aumenten su nivel de éxito considerablemente y a la vez disminuya el riesgo de fracaso. Las incubadoras de empresas económicas de las regiones son capaces de transformar el conocimiento con producto con alto valor agregado y crear empleos. Que a largo plazo se traduce como un desarrollo social. El trabajo se realizó en la ciudad de Chihuahua en los meses de febrero a abril del 2018 y la naturaleza de la investigación fue de modo cuantitativa, de campo con apoyo bibliográfico y/o documental y el método analítico sintético, la técnica que se utilizó fue por medio de encuestas con apoyo de entrevistas. La investigación tuvo resultado medianamente positivos ya que los inscritos al programa de incubadora de negocios demostraron que si reciben asesoría especializada en la creación de su plan de negocios para posteriormente poder competir por un financiamiento para la creación de sus negocios.

Palabras Clave: 1 Emprendimiento; 2. Perseverancia; 3 Consistencia; 4 Disciplina; 5 Organización.

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

**FACTORES QUE INFLUYEN EN EL ÉXITO DE LOS EMPRENDEDORES DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA**

Índice

	Pág.
Resumen	1
Introducción	3
I. Marco teórico	5
II. Metodología	9
1. Preguntas de Investigación	11
2. Objetivos del Estudio	12
3. Justificación.....	12
4. Delimitación	13
III. Resultados	14
IV. Conclusiones y discusión	25
Bibliografía.....	27

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua, es una institución clave en la creación de valor para la sociedad a través de la transferencia del conocimiento generado en la misma.

El objetivo de este estudio fue lograr obtener datos de personas emprendedoras que desean y tienen la necesidad de crear nuevos proyectos de negocios, para alcanzar el éxito con la apertura de estos.

La incubadora de negocios está encargada de buscar nuevas personas que tienen el deseo de triunfar, y desarrollar una idea extraordinaria de negocio.

Entre las distintas opciones que existen una de las que más impacto tiene en la sociedad es la creación de empresas con el apoyo de Incubadora de Negocios (Primera generación en el año 2014), teniendo Re-acreditación por la INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor) por 5 años consecutivos donde hoy en día es la novena Generación de Incubados y el programa emprendedor que se desarrolla cada semestre, por su efecto sobre variables claves como la creación de empleo, el crecimiento económico y su impacto social, también para inserción laboral de los estudiantes universitarios.

Por este motivo, es importante ya que la Facultad de Contaduría y Administración no influye en la economía del país realizar un estudio de la capacidad emprendedora de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua, y valorar cuáles son las principales causas de éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras creadas en la misma.

El emprendimiento es básicamente un proceso que se lleva a cabo primeramente identificando lo que se quiere crear, después desarrollando la idea del negocio y por último dándole vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre.

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

En los últimos años se ha desatado una “epidemia” de emprendedores que se están dando a la tarea de abrir y emprender sus propios negocios con la intención de demostrar que sí pueden llevar adelante un negocio y poner en marcha su idea.

El emprendimiento también surge de la crisis laboral que se vive y que afecta particularmente a nuestro país, por lo cual es una vía para poder salir delante de este problema antes mencionado situación.

En la investigación se tratarán puntos como lo son, análisis de la efectividad del programa de Incubadora de Negocios de la Facultad de Contaduría y Administración, donde los personas que se integran a las asesorías para poder definir su plan de negocio donde se promueve la capacitación con personas especializadas en el tema, a su vez se exponen las posibles soluciones y recomendaciones. Este documento fue de carácter no experimental el diseño de la investigación fue transeccional, descriptivo. Transeccional porque la evaluación del trabajo solo se desarrolló en un tiempo específico. Descriptivo debido a que se incluyó una sola variable, que fue comprendida por personas que se integran al programa de incubadora de negocio de la FCA de la UACH Campus Chihuahua

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

I. MARCO TEÓRICO

Emprendimiento es definido por algunos autores como: “Emprendimiento es una manera de ver las cosas y un proceso para crear y desarrollar actividades económicas con base en el riesgo, la creatividad y la innovación, al gestionar una organización nueva o una ya existente” (JULIEN & ANDRÉ, 2005)

“Para Cantillón, una de las funciones del emprendimiento es la de crear empresa o poner en marcha la actividad empresarial en un ambiente de incertidumbre” (GONZÁLES, 2004)

“Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función del empresario. Esta función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones” (SCHUMPETER, 1971)

Los factores relevantes del éxito es el conjunto de características, como, el perfil de la persona (proactiva, responsable, positiva, etc.), las redes de los emprendedores (contactos, conocidos, socios, etc.); su acceso a recursos claves (financieros, humanos, información, etc.), el desarrollo de rutinas organizacionales; y, finalmente, el proceso de toma de decisiones. (GONZALO, FEDERICO, & KANTIS, 2013). Otros autores hacen referencia a las características del emprendedor, el acceso a recursos y el tipo de proyecto dentro de los principales determinantes del crecimiento inicial de las empresas (DAVIDSON, DELMAR, & WIKLUND, 2006).

Algunos autores hablan de factores sociodemográficos, que son aquellos ajenos al emprendedor, sobre los cuales no puede decidir. Estos factores son: sexo, edad y contexto (cultura, valores, normas formales e informales, instituciones y otros) (LEIVA, 2013)

Por lo general los emprendedores cuentan con características similares, y existe un número importante de estudios empíricos que demuestran el impacto positivo del perfil y del nivel de capital humano del fundador sobre el crecimiento empresarial. (COLOMBO & GRILLI, 2005) Además, el capital humano comprende el conocimiento, las habilidades y las capacidades del

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

emprendedor o equipo emprendedor, las cuales son consecuencia del nivel educativo y de la experiencia previa (HONIG, 2001).

El emprendimiento, según Venkataraman, es una nueva producción de bienes o servicios que responden a una oportunidad, con todas sus consecuencias, o aun como nuevas iniciativas de negocios inicialmente concebidas y en seguida desarrolladas, para atender el mercado. (VENKATARAMAN, s.f.)

Los empresarios son líderes dispuestos a arriesgarse y ejercer la iniciativa para aprovechar oportunidades, dando lugar a iniciativas que operan dentro de un ecosistema de emprendimiento. Tiene como característica principal el liderazgo y es generador de nuevas ideas y procesos.

El emprendedor desarrolla su idea, y enseguida, es el mismo él que es responsable de su propio éxito o fracaso. El emprendedurismo también incluye actividad social y política; y es de vital importancia en el crecimiento de la economía. Existen muchas organizaciones para apoyar a los futuros empresarios, incluyendo agencias gubernamentales especializadas, incubadoras de empresas, parques científicos y algunas organizaciones no gubernamentales.

Todo emprendedor enfrenta incertidumbre y riesgos, estos mismos tienen influencia en los factores que influyen en su desarrollo, pero el nuevo empresario está dispuesto a arriesgar su carrera y seguridad financiera para asumir lo que sea que implique el desarrollo de su nueva idea, invirtiendo tiempo y capital. Y aunque nada garantiza que exista espacio para su nueva empresa en la sociedad, tiene una herramienta realmente ventajosa, que es la medición del riesgo, este puede ser medido estadísticamente mediante la evaluación de proyectos y análisis de mercados. (FRANK & PETER, 1982)

Un empresario está dispuesto y capaz de convertir una idea nueva o invención en una innovación exitosa. (JOSEPH, 1934)

1. Marco conceptual

Emprendimiento

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Emprendimiento proviene del francés ‘entrepreneur’, que significa pionero, y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto.

Características de una persona emprendedora

- Innovadora: En primer lugar, una persona emprendedora es innovadora, ya que debe crear un proyecto a partir de ideas nuevas y originales.
- Creativa: Además debe ser creativa, ya que una idea poco interesante puede no llegar a generar resultados óptimos.
- Capacidad de asumir riesgos: Por otro lado, debe ser capaz de asumir riesgos y superar los retos que el desarrollo de un proyecto pueda generar.
- Perseverante: La perseverancia es una cualidad que se encontrará en todo emprendedor, ya que en muchos casos (quizá en la mayoría), las ganancias no llegan en los primeros meses, sino tiempo después de comenzado el emprendimiento.
- Flexibilidad y adaptabilidad: Frente a estas dificultades, un emprendedor debe ser flexible al cambio y siempre focalizado en crecer. A veces es posible modificar ciertos aspectos del emprendimiento con tal de mejorar y obtener mejores resultados. (Conceptos, 2017)

Liderazgo en el emprendimiento.

Una de las funciones de los líderes emprendedores es persuadir a la gente de que las ideas que tienen pueden llegar a buen puerto. Se sea emprendedor o no una de las más importantes cualidades de un líder es que sea capaz de convencer a un buen número de personas de que lo que propugna es lo válido.

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Entre los líderes emprendedores existen una serie de características que se presentan en todos ellos. La primera de esas características es la capacidad de acompañamiento. Un líder tiene que ser capaz de comprometerse con las personas a las que guía sin por ello abandonar sus objetivos.

Un líder emprendedor es capaz de descubrir las capacidades de las personas que están bajo su mando y utilizar estas en el momento que es necesario para la organización. De igual modo el líder emprendedor también es consciente de cuáles son sus fortalezas y sabe aprovecharlas de la mejor manera para obtener beneficio para su organización.

Otro de los rasgos definitorios de un líder emprendedor se encuentra el tener la capacidad de ser adaptable y aplicar los diferentes modelos de mando dependiendo de cuál es la situación que está siendo planteada en cada momento. (Jáuregui, 2001)

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

II. METODOLOGÍA

- 1.- Naturaleza de la investigación: Cuantitativa.
- 2.- Tipo de investigación: Aplicada.
- 3.- Forma de investigación: Descriptiva.
- 4.- Modo de investigación: De campo.
- 4.- Método de investigación: Deductiva.
- 5.- Técnicas de investigación: Encuestas y análisis cuantitativo o estadístico, muestreo aleatorio-probabilístico, recopilación y análisis de la información escrita.
- 6.-Técnicas auxiliares: Word, Excel, y SPSS.
- 7.- Universo: Alumnos y ex/alumnos inscritos al programa de incubadora de negocios de la Facultad de Contaduría y Administración.
- 8.-Población: Los alumnos y exalumnos que están inscritos al programa de incubadora de negocios enero-julio del 2018 de la Facultad de Contaduría de la Universidad Autónoma de Chihuahua con un nivel de confianza del 95 y con un margen de error del 5%.

Se optó por una investigación cuantitativa debido a que se analizarán cifras estadísticas; el tipo de la investigación fue aplicada, ya que trataremos de medir los Factores que influyen en el éxito de los emprendedores que forman parte del programa incubadora de negocios de la FAC, sobre las diferentes variables; para recabar información relacionada, se usó tanto bibliografía como artículos; se empleó el método de investigación de campo, ya que se estudiaron dentro del programa antes mencionado, con técnicas de investigación se usaron la encuesta y análisis de la información escrita.

Para obtener la población muestra del presente estudio se utilizó la siguiente fórmula, dado a que había un universo finito conocido.

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

$$n = \frac{(z)^2(p)(q)(N)}{((e)^2(N-1)) + (z)^2(p)(q)} =$$

En donde:

n= tamaño de la muestra

N= universo

Z= nivel de confianza

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= error de estimación

1. Problema de Investigación

Existe una gran cantidad de ideas entre los jóvenes, las cuales, en su mayoría son buenas; sin embargo, muchas de estas no llegan a concretarse impidiendo el emprendimiento, es por esto por lo que surge la incertidumbre de saber cuáles son las circunstancias y factores que intervienen para que las ideas puedan ser plasmadas en las futuras empresas.

Los emprendedores son importantes para la economía, ya que generan empleo, aumentan las inversiones y contribuyen al Producto Interno Bruto (PIB). A pesar de todos los beneficios, los obstáculos son muchos e impiden el desarrollo de los emprendedores.

En algunos casos logran crear sus empresas, pero estas tienen una corta vida ya sea por falta de apoyo económico, falta de servicios administrativos, capacitación, miedo al fracaso o falta de paciencia.

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Actualmente existen apoyos de asesoría administrativa para la creación de empresa y apoyos de financiamiento, como la Incubadora de Empresas de la Facultad de Contaduría de Administración, Banco Nacional Financiera (NAFIN) en su programa: “Programa Apoyo Emprendedores”, Jóvenes Empresarios COPARMEX, entre otros (Catarina, 2015).

También algunos de los problemas que tienen los jóvenes emprendedores están relacionados con el escaso interés de la oportunidad que han detectado en el mercado, hace falta decisión para desarrollar los proyectos e iniciativa para ponerlos en marcha. Muchas ocasiones la idea del emprendimiento solo se queda en eso, en una idea.

La imposibilidad de disponer de los recursos también suele ser desmotivante, así que no se aprovechan las oportunidades que pudieran presentarse.

México enfrenta un gran reto en materia de productividad. La evidencia teórica señala que la productividad total de los factores en la economía ha decrecido durante los últimos 30 años a una tasa promedio anual de 0.7%. (Inadem, 2016)

1.1 Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los distintos factores que influyen en el éxito de los emprendedores?
- ¿Están las personas más motivadas a emprender, cuando han tenido un negocio previo que no les funcionó?
- ¿Qué factores les ayuda los nuevos emprendedores a la creación de su proyecto de negocio?

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

2. Objetivos del estudio

2.1 objetivo general

Analizar e Identificar los factores de éxito por medio de la incubadora de negocios de la Facultad de Contaduría y Administración en base a los emprendedores que se desarrollan dentro de la Universidad Autónoma de Chihuahua.

2.2 objetivos específicos

- Visualizar si la incubadora de negocios tiene efectos tanto negativos como positivos.
- Identifica los programas que han tenido éxito en los emprendedores para desarrollar su negocio.
- Identificar el impacto de las asesorías que brinda la incubadora de negocios.

3. Justificación

El propósito por el cual se desarrolla este tema es para conocer cuáles son los principales obstáculos a los que se enfrentan los jóvenes emprendedores y cuáles son los factores que influyen para el desarrollo de su idea de negocio para que logren establecer su empresa.

Las personas beneficiadas al momento del desarrollo de este proyecto son los mismos jóvenes que están iniciando su propio negocio, así como el propio país y el estado donde se llegue a desarrollar el proyecto, ya que genera nuevos empleos así bajando el índice de desempleo en nuestro país.

Es importante hacer énfasis de lo que se quiere lograr con esta investigación como lo es el establecimiento de un nuevo negocio iniciando como una microempresa y en determinado tiempo lograr hacer crecer a la misma. La universidad y sus estudiantes deben tener una imagen clara de los resultados que se están obteniendo lo cual solo se puede medir por medio de los logros que

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

alcanzan los estudiantes en el campo laboral y la forma como aplican el conocimiento a sus estrategias. Hay que buscar fortalecer el espíritu emprendedor de los estudiantes ya que este es capaz de trascender lo económico, hasta lo social, cultural y político aprendiendo de las experiencias basadas, reforzándose mutuamente para así mejorar en un entorno propicio para el desarrollo y planeación de ideas de negocio innovadoras que logren destacarse convirtiéndose en empresas exitosas, entendiendo esto como empresas capaces de sobrevivir en el mercado (Fandiño, 2008).

4. Delimitación

Se realizó una recopilación de datos a través de un cuestionario como instrumento para la cuantificación y evaluación de las variables que nos arrojaron nuestros encuestados, con la disponibilidad de su tiempo (Anexo1).

La muestra está conformada por un porcentaje del 52.75% miembros o exalumnos de diferentes carreras, tanto hombres como mujeres, que están inscritos al programa de la Universidad Autónoma de Chihuahua a la incubadora de negocios ENE-JUN 2018, Dentro de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA).

La decodificación de la información se aplicará por medio de un instrumento de medición como lo es una encuesta de tipo cuantitativo. Se capturará en la computadora como un dato para posteriormente ser ordenado y graficado para proceder a su análisis.

5. Formulación de la Hipótesis

5.1 Hipótesis general

Los emprendedores se ven beneficiados del programa de incubadora de negocios de la Facultad de Contaduría y Administración Universidad Autónoma de Chihuahua, con apoyo de asesorías especializadas y canalización para financiamiento de nuevas empresas.

5.2 Hipótesis específicas

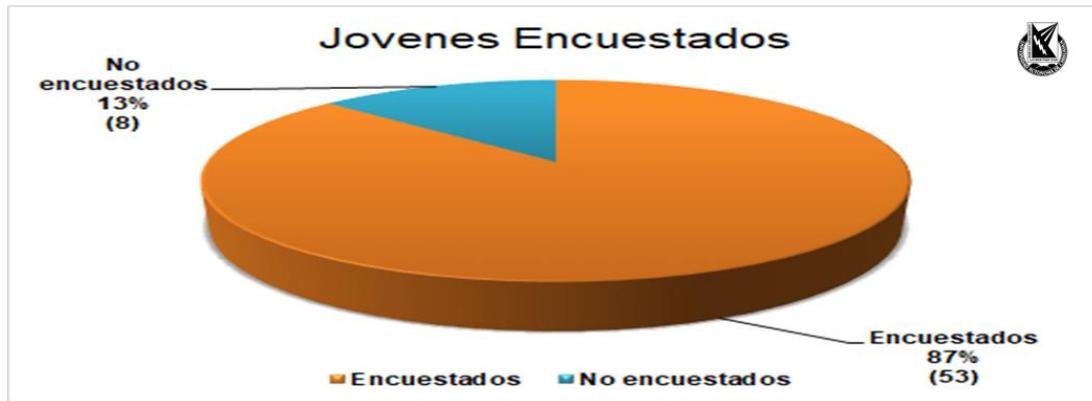
Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

- Se ve que el programa de incubadora de negocios tiene un efecto positivo por la creación de nuevas empresas.
- Se identificó que hay más financiamientos por parte de empresas privadas que por el sector público.

Las asesorías del programa tienen efectividad en el desarrollo de nuevos proyectos de negocios

III. RESULTADOS

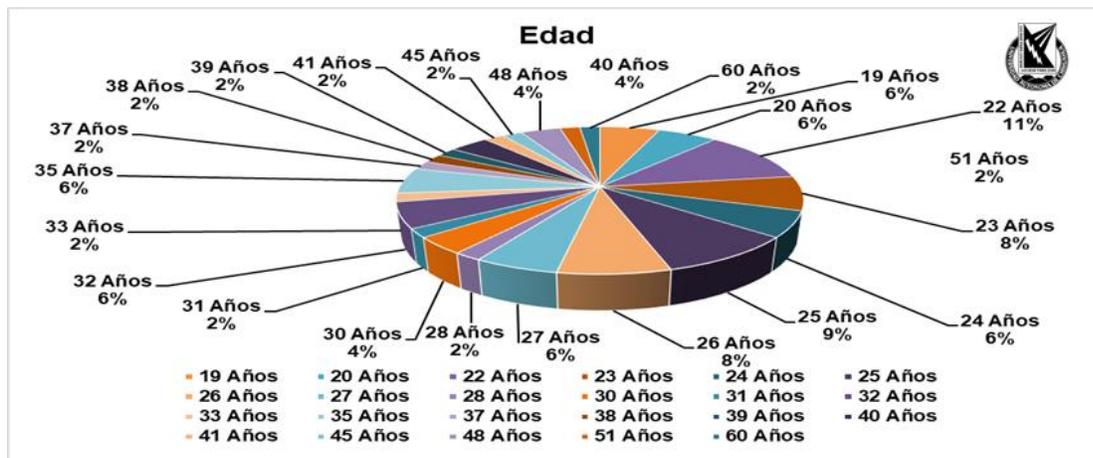
Gráfica 1 Jóvenes encuestados.



Del total de inscritos en el programa de incubadora de negocios de enero/junio del 2018, fue de 61 personas de los cuales se encuestaron al 87% (53), faltando de encuestar al 13% (8).

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

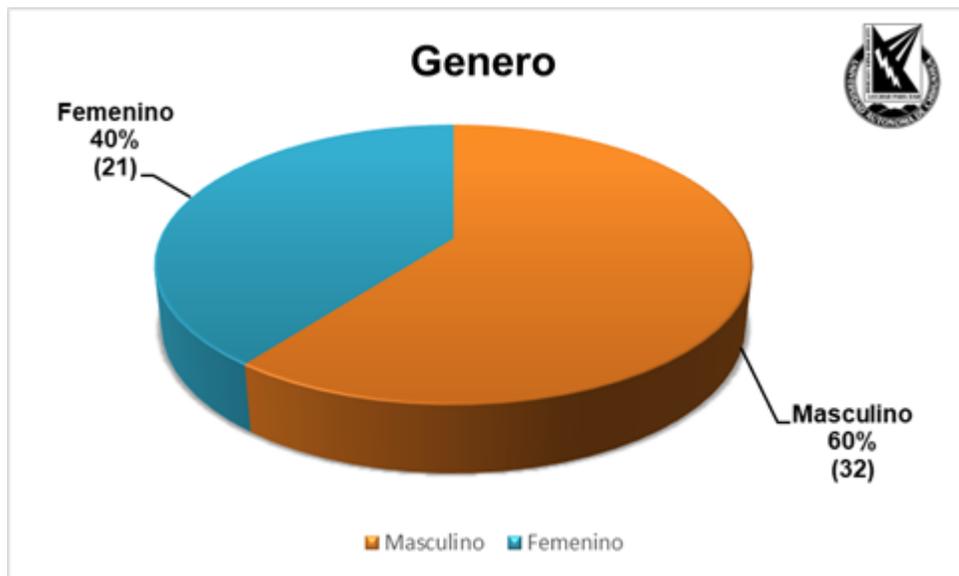
Gráfica 2 Edad.



De los 53 encuestados de los inscritos en el programa de incubadora de la FCA de Enero/Junio del 2018, representó la edad estimada del grupo inscrito donde se analiza la gráfica , el 6% (3) tiene 19 años, 6% (3) 20 años, 11% (5) 22 años, 8% (4) cuentan con 23 años, 6% (3) 24 años, 9% (4) 25 años, 8% (4) 26 años, 6% (3) 27 años, 2% (1) 28 años, 4% (2) tiene 30 años, 2% (1) 31 años, 6%(3) 32 años, 2% (1) 33 años, 6% (3) 35 años, 2% (1) 38 años, 2% (1) 39 años, 4% (2) 40 años, 2% (1) 41 años, 2% (1) 45 años, 4% (2) 48 años.

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Gráfica 3 Genero



El género de los inscritos al programa en los 53 encuestados, el que predominó fue el masculino con el 60%(32) mientras que el femenino es de 40%(21).

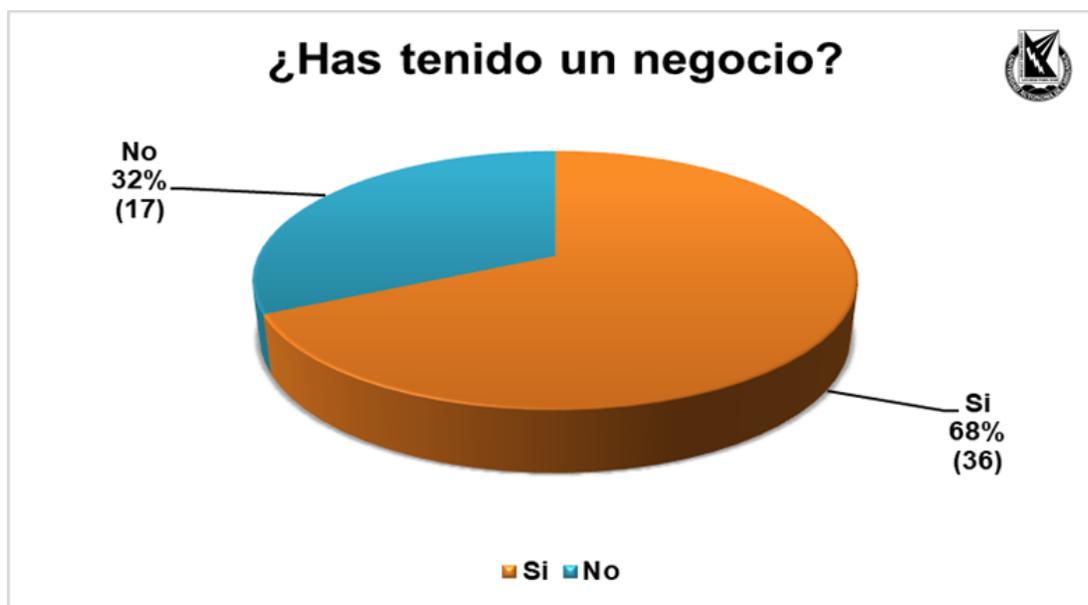
Gráfica 4 ¿Has tenido alguna idea de negocio?



Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

La gráfica indicó que las mujeres contestaron que sí que representa el 40%(21) que han tenido una idea de negocio, mientras que los hombres contestaron a la pregunta que sí y representa el 60%(32), de los 53 encuestados.

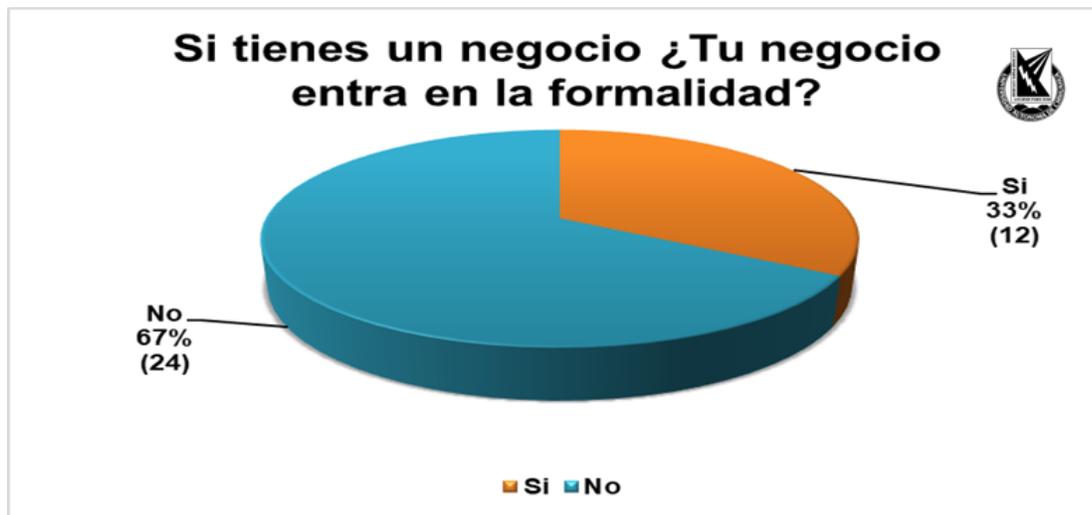
Gráfica 5 ¿Has tenido un negocio?



Con respecto a la gráfica la mayoría de los inscritos al curso han tenido un negocio previamente que representanta el 68% (36), mientas que los que contestaron que no han tenido un negocio son el 32% (17).

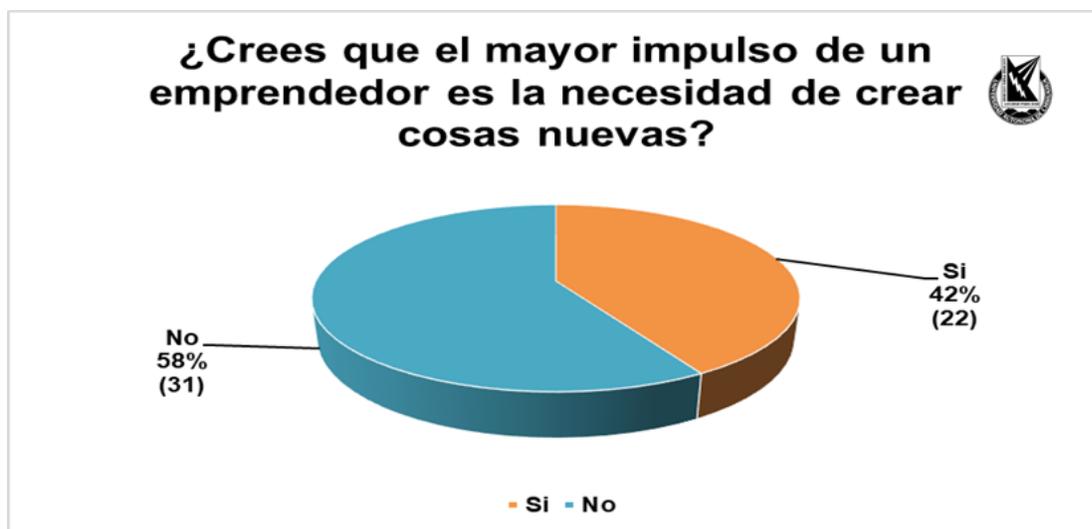
Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Gráfica 6 si tienes un negocio ¿Tu negocio entra en la formalidad?



Con respecto a la gráfica, los que contestaron que si cuentan con un negocio contestaron 36 encuestados, de esos 36 encuestados, el negocio se encuentra en la formalidad contestaron que No el 67% (24) y el resto contestó que Sí que representa el 33% (12).

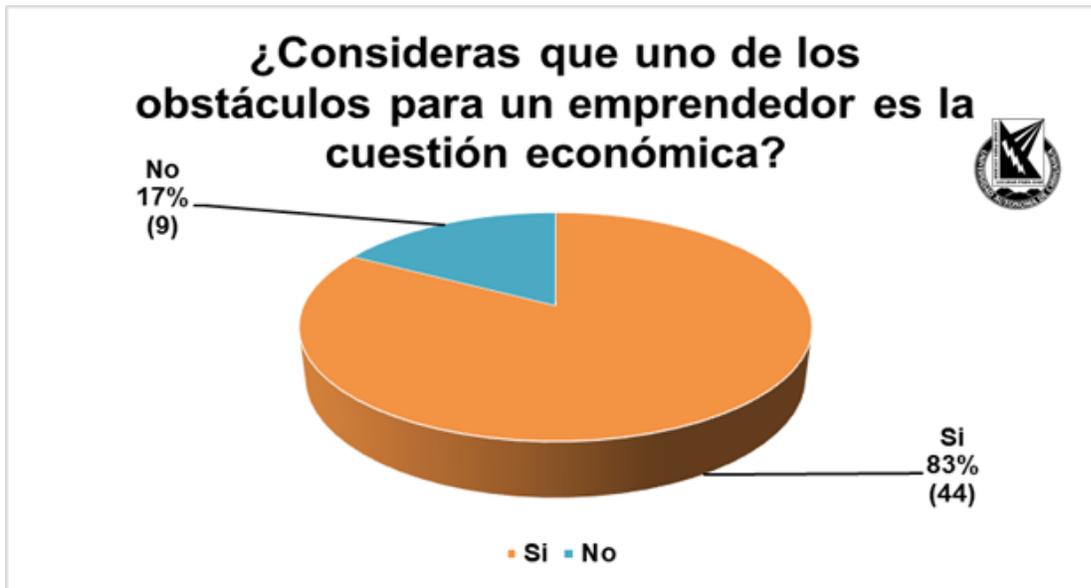
Gráfica 7 ¿Crees que el mayor impulso de un emprendedor es la necesidad de crear cosas nuevas?



Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Con respecto a la gráfica, contestaron que No el 58% (31), mientras que contestaron que Sí representa el 42% (22).

Gráfica 8 ¿Consideras que uno de los obstáculos para un emprendedor es la cuestión económica?



Con respecto a esta gráfica donde si se considera que los mayores obstáculos de los emprendedores es la cuestión económica, contestaron que Sí que representa el 83% (44), mientras que el resto contestó que No y representa el 17% (9).

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Gráfica 9 ¿Crees importante recurrir a alguna asesoría para la creación de empresas?



Con respecto a los datos obtenidos, los encuestados contestaron que Sí que representa el 98% (52), mientras que No representa el 2% (1).

Gráfica 10 ¿Has recibido algún apoyo financiero?



Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

Con respecto a la gráfica, donde se pregunta que, si se ha recibido un apoyo financiero, contestaron que No 77% (41), mientras que los que contestaron que Sí representa el 23% (12).

Gráfica 11 ¿El apoyo financiero proporcionado por algún programa de gobierno?



La información obtenida de la gráfica, contestaron que Sí que son el 13% (7), mientras que los que contestaron que No representa el 87% (46).

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

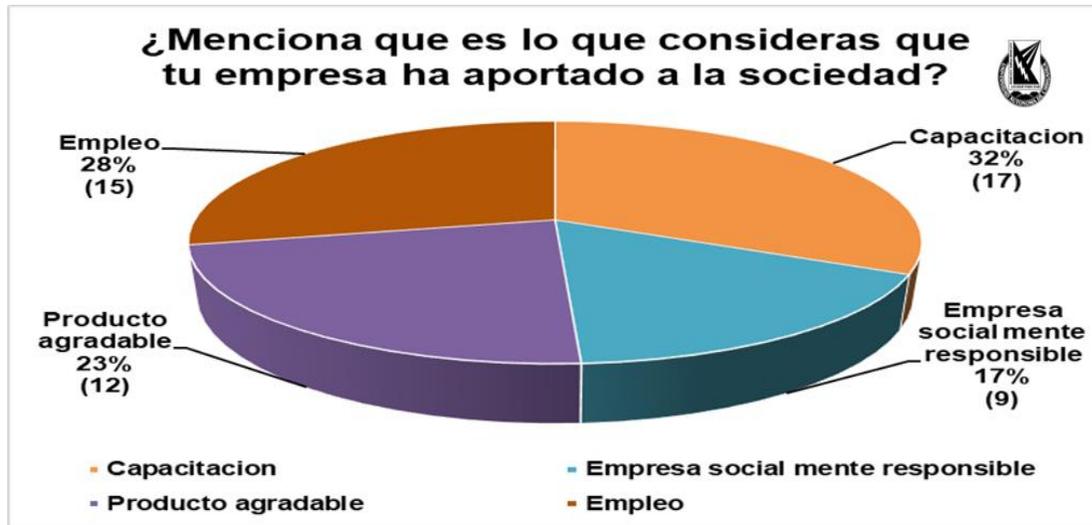
Gráfica 12 ¿El apoyo financiero proporcionado fue por algún familiar?



Mientras que la información obtenida por la gráfica, con respecto de que, si el apoyo financiero proporcionado fue por algún familiar, contestaron que No que son el 79% (42) mientras que los que contestaron que Sí representa el 21% (11).

Gráfica 13 Menciona qué es lo que se consideras que tu empresa ha aportado a la sociedad.

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado



Los resultados obtenidos de la gráfica nos arroja que los que contestaron que el empleo representa el 28% (15), Capacitación el 32% (17), Empresa responsable 17% (9), Y por último los que consideraron que un producto agradable fueron el 23%(12)

Gráfica 14 ¿Qué recomendaciones a los nuevos emprendedores para que logren el éxito?

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado



La información obtenida de la gráfica nos arroja que la constancia representa el 19% (10), persistir el 41% (22), organización 9% (5), Estudio de mercado el 6% (3), planeación 4% (2), disciplina 4% (2), orden 2% (1) y por último la limpieza representa el 15% (8).

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

IV. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Se puede concluir que el trabajo de investigación que se llevó a cabo sobre la falta de efectividad del programa incubadora de negocios de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua.

Dentro de lo observado se puede determinar que la falta de seguimiento de los programas de incubadora de negocios para los que salen dentro de su programa o la efectividad que tienen respecto a poner su negocio, una vez concluyendo el programa.

En la actualidad la Universidad cuenta con emprendimientos que requieren un manejo en el área de negocios y la incubadora podría representar un sistema de gestión dirigido a identificar oportunidades innovadoras e impulsarlas, con el objetivo de que posean herramientas que las vuelva empresas rentables y de esta forma puedan traer grandes beneficios tanto para la Universidad, la región y el país.

Sin embargo resulta necesario conjuntar los esfuerzos, que en la actualidad se encuentran dispersos, y la incubadora de negocios es un punto en el cual podrían converger, los beneficios que representa la implementación de la misma.

Con lo cual en la hipótesis general que se planteó vemos que la mayor parte de las personas que entran al programa de incubadora de negocios de la Facultad de Contabilidad de la Universidad Autónoma de Chihuahua no llegan a superar la barrera de los 5 años después de la creación de su negocio con lo cual no llegan hacer empresas exitosas.

La hipótesis número uno vemos que se llegó a aceptación de que la el programa de incubadora sí genera un impacto positivos ya que les ayuda en la creación de un plan de negocio donde se pueden mejorar ya con una asesoría especializada.

En la hipótesis número dos vemos que se identificó que el sector privado está más interesado en poder invertir en la generación de nuevos proyectos y por parte del sector público es mediano bajo

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

en la inversión de nuevos proyectos ya que por este lado del sector vemos que el gobierno muestra un poco interés.

Por último y no por menos importante vemos que en la hipótesis número tres las asesorías son fundamentales para poder guiar a las personas que ingresan al programa que ofrece la universidad para la generación de negocios por que los guía por el camino que es más conveniente para que puedan participar para su financiamiento.

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

BIBLIOGRAFÍA

- Catarina, i. (2015). <http://catarina.udlap.mx>. Recuperado el 7 de 03 de 2018, de catarina.udlap.mx:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/cancela_c_em/capitulo1.pdf
- COLOMBO, M., & GRILLI. (2005). FOUNDER 'S HUMAN CAPITAL AND THE GROWTH OF NEW THECNOLOGY-BASED FIRMS . En *A COMPETENCE -BASED VIEW* (págs. 795-816).
- Conceptos, E. d. (2017). Concepto de emprendimiento. En E. d. Concepto, *Concepto de emprendimiento* (pág. 12). Argentina: Conceptos.de. Recuperado el 2018 de 04 de 05, de <http://concepto.de/emprendimiento/>
- CONSEJO DE ACREDITACIÓN DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, C. Y. (16 de 11 de 2016). fca.uach.mx.
- DAVIDSON, DELMAR, & WIKLUND. (2006). ENTREPRENEURSHIP AND THE GROWTH OF FIRMS. *ELGAR*.
- Fandiño, P. M. (2008). www.javeriana.edu.co. Recuperado el 27 de 03 de 2018, de www.javeriana.edu.co: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf>
- FRANK, K., & PETER, D. (1982). *copro*.
- GONZÁLES, F. J. (2004). INCIDENCIA DEL MARCO INSTITUCIONAL EN LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS JÓVENES EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA. *TESIS DE DOCTORADO NO PUBLICADA*. UNIVERSIDAD DE SEVILLA, ESPAÑA.
- GONZALO, FEDERICO, & KANTIS. (2013). *CRECIMIENTO Y ADAPTACION EN UN CONTEXTO DE CRISIS INTERNACIONAL* . PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRESARIAL (PRODEM).
- Hernández, R. C., & Arano, C. R. (2015). www.uv.mx. Recuperado el 22 de 03 de 2018, de www.uv.mx: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf>
- HONIG, B. (2001). JOURNAL OF BUISSINES VENTURING. En *HUMAN CAPITAL AND STRUCTURAL FIRMS IN THE WES BANK* (págs. 575-594).

Márgenes 2,5 cm (1 pulgada) por lado

inadem. (2016). *www.inadem.gob.mx*. Recuperado el 15 de 03 de 2018, de *www.inadem.gob.mx*:
https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2017/02/Diagno%CC%81stico_FNE-2016.pdf

INEGI. (2014). *Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia*. Recuperado el 25 de 03 de 2018, de Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia: *www.inegi.org.mx*

Jáuregui, A. (20 de 03 de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/ser-emprendedor-requiere-capacidad-liderazgo/>

JOSEPH, S. (1934). *COPRO*.

JULIEN, P., & ANDRÉ. (2005). UNA METÁFORA DE LAS NOVELAS POLICÍACAS . En *EMPREDIMIENTO REGIONAL Y ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO* (pág. 12). SELLO EDITORIAL JAVERIANO.

LEIVA, J. (2013). ¿QUIÉN CREA MIPYNES EN COSTA RICA? *TEC EMPRESARIAL*, 9-17.

Lugo, M. E. (2009). *www.pymempresario.com*. Recuperado el 20 de 03 de 2018, de *www.pymempresario.com*: <http://www.pymempresario.com/2009/11/breve-guia-para-emprendedores-crear-y-croar/>

SCHUMPETER, A. (1971). CAPITALISMO, SOCIALISMO Y DEMOCRACIA. En AGUILAR.

VENKATARAMAN. (s.f.). *repository.javeriana.edu*.