



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**Factores que inciden en la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las
carreras de Ciencias Administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE del 2021 & 2022**

Andrango Morales, Cristhian David y Estrella Pantoja, Joyce Nicole

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Mercadotecnia

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciado/a en
Mercadotecnia

Ing. Pineda López, Rosario del Carmen, PhD

31 de agosto de 2023

Resultados de la herramienta para verificación y/o análisis de similitud de contenidos



Plagiarism report

TESIS FINAL 2.0.docx

Scan details

Scan time:
August 22th, 2023 at 0:51 UTC

Total Pages:
56

Total Words:
13974

Plagiarism Detection



Types of plagiarism		Words
Identical	0.8%	112
Minor Changes	0.1%	14
Paraphrased	2.2%	312
Omitted Words	0.3%	35

AI Content Detection



Text coverage

- AI text
- Human text



Firmado digitalmente por:
ROSARIO DEL CARMEN
PINEDA LOPEZ

.....
Ing. Pineda López, Rosario del Carmen, PhD

C. C. 0501779276



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Mercadotecnia

Certificación

Certifico que el trabajo de integración curricular: **“Factores que inciden en la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras de Ciencias Administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE del 2021 & 2022”** fue realizado por los señores **Andrango Morales, Cristhian David y Estrella Pantoja, Joyce Nicole**; el mismo que cumple con **los requisitos legales, teóricos**, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, agosto del 2023



Firmado electrónicamente por:
**ROSARIO DEL CARMEN
PINEDA LOPEZ**

Ing. Pineda López, Rosario del Carmen, PhD

C. C. 0501779276



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Mercadotecnia

Responsabilidad de Autoría

Nosotros, **Andrango Morales, Cristhian David y Estrella Pantoja, Joyce Nicole** con cédulas de ciudadanía n° 1723579999 y 1751311646 declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de integración curricular: **“Factores que inciden en la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras de Ciencias Administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE del 2021 & 2022”** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, agosto de 2023

.....
Andrango Morales, Cristhian David

C.C.: 1723579999

.....
Estrella Pantoja, Joyce Nicole

C.C.: 1751311646



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Mercadotecnia

Autorización de Publicación

Nosotros **Andrango Morales, Cristhian David y Estrella Pantoja, Joyce Nicole**, con cédulas de ciudadanía n° 1723579999 y n° 1751311646 ,autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de integración curricular: **"Factores que inciden en la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras de Ciencias administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE del 2021 & 2022"** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, agosto de 2023

Andrango Morales, Cristhian David
C.C.:1723579999

Estrella Pantoja, Joyce Nicole
C.C.:1751311646

Dedicatoria

Le dedico el resultado de este proyecto de titulación a toda mi familia. Principalmente, a mis padres Alberto Estrella y Nancy Pantoja, ustedes siempre han sido mis mejores guías de vida, quienes me apoyaron y estuvieron conmigo en todo momento. Gracias por motivarme a afrontar las dificultades que se han presentado en el camino.

También a mis hermanas Erika, Mishell y mi sobrino Emilio que fueron parte importante para lograr conseguir concluir con éxito mi etapa universitaria.

Hoy cuando concluyo mis estudios, les dedico a ustedes este logro querida familia, como una meta más conquistada. Orgullosa de que estén a mi lado en este momento tan importante.

Joyce Nicole Estrella Pantoja

Dedico el resultado de este trabajo de titulación primero a Dios quien me ha permitido culminar una más de mis metas. A mis padres por su constante apoyo y quienes me motivaron en todos los momentos vividos algunos malos y otros buenos. Mi sincero agradecimiento por enseñarme a que existen dificultades, existirá caídas, pero las veces que me caída tengo que levantarme. Gracias a ellos soy el ser humano que soy hoy en día con valores y principios.

Quiero agradecer a Joyce por todos los días y noches dedicadas a este trabajo, gracias a la determinación y dedicación pudimos culminarlo. A mis amigos por el apoyo incondicional, horas de estudios, noche en vela y porque no las locuras cometidas a lo largo de la carrera, las cuales nos llevaron cada vez más cerca de culminar la carrera, y ahí estamos un paso más cerca.

Cristhian David Andrango Morales

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme la sabiduría y fortaleza para poder culminar mis estudios, gracias por poner a las personas y situaciones correctas en mi camino en estos años, lo que me ha permitido crecer profesional y personalmente y así cumplir una meta más en mi vida.

A mis padres Alberto Estrella y Nancy Pantoja, a mis hermanas, Mishell, Erika y a mi sobrino Emilio, que han sabido apoyarme en todo momento y me han aconsejado para nunca dudar de mis capacidades, indudablemente son parte fundamental y lo más importante en mi vida, sé que está es una de más metas que me acompañaran a cumplir.

A nuestra tutora, la Dra. Rosario Pineda, quien a lo largo de este camino nos compartió sus conocimientos y nos aconsejó para poder continuar y concluir con éxito nuestro proyecto de titulación.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y sus docentes, que forman excelentes profesionales, les doy gracias infinitas por todos los conocimientos impartidos ya que han hecho de mí una excelente profesional, me voy sumamente orgullosa de pertenecer a tan prestigiosa Institución

A mis amigos y compañeros María José, Paulina, Josselyn y Jorge, por todas las experiencias vividas a lo largo de mi vida estudiantil, gracias por su apoyo incondicional en todo momento tanto en lo académico, como en lo personal.

Joyce Nicole Estrella Pantoja

Agradecimiento

Al finalizar este trabajo queremos utilizar este espacio para expresar nuestro agradecimiento a Dios, a nuestras familias y amigos por el apoyo, motivación brindada a lo largo de la carrera. A todas las autoridades y personal que forman parte de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por la confianza depositada en nosotros, permitiéndonos realizar todo el proceso de aprendizaje, a nuestros docentes que con su sabiduría, paciencia y dedicación nos han compartido su conocimiento. Y gracias a esto nos hemos formado como profesionales. Finalmente queremos expresar nuestro más grande y sincero agradecimiento a la Dra. Rosario Pineda, el cual con sus conocimientos y años de experiencias nos ha guiado y motivado a lo largo del proceso para la culminación del presente proyecto.

Cristhian David Andrango Morales

Índice de contenidos

Resumen	17
I. Capítulo Introductorio.....	19
Introducción.....	19
Antecedentes	20
Definición del Problema.....	21
Árbol de problemas	22
Variables de Estudio.....	22
Variable Independiente	22
Variable Dependiente	22
Unidad de observación.....	22
Objetivo General	23
Objetivos Específicos	23
Capítulo II: Marco Teórico.....	24
Teorías de Soporte.....	24
Variable Independiente: Sentido de Pertenencia.....	24
Variable dependiente: Compromiso Institucional.....	27
Estudios de Soporte	31
Marco conceptual	32
Definición conceptual.....	32
Definición operacional.....	32
Capítulo III: Marco Metodológico.....	36
Diseño de la investigación	36
Tipología de Investigación	36
Por su finalidad	36
Por las fuentes de información.....	36
Por las unidades de análisis.....	37
Por el alcance	37
Población	37
Cálculo de la muestra.....	38
Instrumento	39
Validación de contenido	39
Prueba Piloto.....	40
Capítulo IV: Análisis e interpretación de resultados	42
Análisis Univariado	42

Análisis Bivariado	91
Capítulo V	116
Desarrollo de las Propuestas.....	116
Nota. Tarjetas institucionales para graduados	127
Presupuesto.....	128
Conclusiones	129
Recomendaciones	130
Referencias.....	131
Apéndice.....	138

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Perfil de expertos que validaron la encuesta</i>	40
Tabla 2 <i>Coeficiente Alfa de Cronbach global</i>	41
Tabla 3 <i>Pregunta 1. ¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?</i>	42
Tabla 4 <i>¿Se siente usted identificado con la filosofía y valores promulgados por la institución</i> .	44
Tabla 5 <i>¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes?</i>	45
Tabla 6 <i>¿Considera que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo?</i>	47
Tabla 7 <i>¿Considera usted que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad?</i>	49
Tabla 8 <i>¿Considera usted que el implementar el uso de souvenir (chompas, uniformes, gorras) que identifiquen a cada carrera ayudaría a que los estudiantes se sientan más identificados con la universidad?</i>	51
Tabla 9 <i>¿Los docentes sugerían y promovían nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados?</i>	53
Tabla 10 <i>¿Considera usted que la universidad le brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral?</i>	55
Tabla 11 <i>¿Sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas?</i>	56
Tabla 12 <i>¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes?</i>	58
Tabla 13 <i>¿Consideraría usted oportuno volver a estudiar una segunda carrera o una maestría en la universidad?</i>	59
Tabla 14 <i>¿Considera que la “marca” ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral? ¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo?</i>	61
Tabla 15 <i>¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo?</i>	63
Tabla 16 <i>¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?</i>	65
Tabla 17 <i>¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?</i>	67

Tabla 18 <i>¿Cuáles son los motivos por los que no asiste a las actividades extracurriculares que realiza la universidad dirigida a los graduados?</i>	69
Tabla 19 <i>¿Las aulas de la universidad se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas (Infocus, iluminación, mesas, sillas, etc.)?</i>	71
Tabla 20 <i>¿Considera que la Universidad se adaptó correctamente y brindó las herramientas tecnológicas necesarias para la educación virtual por causa del Covid?</i>	73
Tabla 21 <i>¿La universidad le informó acerca de los beneficios que ofrece el "Alumni" a los graduados?</i>	75
Tabla 22 <i>¿A través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados?</i>	77
Tabla 23 <i>¿Por qué medio le gustaría recibir información acerca de las actividades y beneficios para graduados que realice la universidad?</i>	79
Tabla 24 <i>¿Cuál de las siguientes carreras curso usted en la modalidad de pregrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?</i>	81
Tabla 25 <i>¿Qué edad tiene?</i>	83
Tabla 26 <i>Género</i>	84
Tabla 27 <i>Indique cuál es su estado actual</i>	86
Tabla 28 <i>Indique cuál es su ingreso mensual promedio</i>	87
Tabla 29 <i>¿Realizó algún estudio de postgrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?</i>	89
Tabla 30 <i>Prueba de normalidad</i>	91
Tabla 31 <i>Tabla de contingencia N111 - N211</i>	93
Tabla 32 <i>Pruebas de chi-cuadrado N111 - N211</i>	93
Tabla 33 <i>Tabla de contingencia N111 - N214</i>	96
Tabla 34 <i>Pruebas de chi-cuadrado N111 - N214</i>	96
Tabla 35 <i>Tabla de contingencia N113 - N213</i>	98
Tabla 36 <i>Pruebas de chi-cuadrado N113 - N213</i>	99
Tabla 37 <i>Tabla de contingencia N114 - N212</i>	101
Tabla 38 <i>Pruebas de chi-cuadrado N114 - N212</i>	101
Tabla 39 <i>Tabla de contingencia N115 - N312</i>	103

Tabla 40 <i>Pruebas de chi-cuadrado N115 - N312</i>	104
Tabla 41 <i>Tabla de contingencia N116 - N313</i>	106
Tabla 42 <i>Pruebas de chi-cuadrado N116 - N313</i>	106
Tabla 43 <i>Tabla de contingencia N111 - N411</i>	109
Tabla 44 <i>Pruebas de chi-cuadrado N111 - N411</i>	109
Tabla 45 <i>Tabla de contingencia N113 - N413</i>	111
Tabla 46 <i>Pruebas de chi-cuadrado N113- N413</i>	112
Tabla 47 <i>Tabla resumen hipótesis</i>	113
Tabla 48 <i>Alfa de Cronbach</i>	114

Tabla de Figuras

Figura 1 <i>Árbol de Problemas</i>	22
Figura 2 <i>Variable Independiente</i>	33
Figura 3 <i>Variable Dependiente</i>	34
Figura 4 <i>Modelo gráfico de hipótesis</i>	35
Figura 5 <i>Diagrama de Pastel ¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?</i>	43
Figura 6 <i>Diagrama del anillo ¿Se siente usted identificado con la filosofía y valores promulgados por la institución?</i>	44
Figura 7 <i>¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes?</i>	46
Figura 8 <i>¿Considera que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo?</i>	48
Figura 9 <i>¿Considera usted que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad?</i>	49
Figura 10 <i>¿Considera usted que el implementar el uso de souvenir (chompas, uniformes, gorras) que identifiquen a cada carrera ayudaría a que los estudiantes se sientan más identificados con la universidad?</i>	52
Figura 11 <i>¿Los docentes sugerían y promovían nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados?</i>	54
Figura 12 <i>¿Considera usted que la universidad le brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral?</i>	55
Figura 13 <i>Diagrama de barras ¿Sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas?</i>	57
Figura 14 <i>Diagrama de barras ¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes?</i>	58
Figura 15 <i>¿Consideraría usted oportuno volver a estudiar una segunda carrera o una maestría en la universidad?</i>	60
Figura 16 <i>Diagrama de barras ¿Considera que la “marca” ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral?</i>	62
Figura 17 <i>¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo?</i>	64

Figura 18 <i>¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?.....</i>	66
Figura 19 <i>¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?</i>	68
Figura 20 <i>¿Cuáles son los motivos por los que no asiste a las actividades extracurriculares que realiza la universidad dirigida a los graduados?</i>	70
Figura 21 <i>¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo.?</i>	72
Figura 22 <i>¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?.....</i>	74
Figura 23 <i>¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?</i>	76
Figura 24 <i>¿A través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados?.....</i>	78
Figura 25 <i>¿Por qué medio le gustaría recibir información acerca de las actividades y beneficios para graduados que realice la universidad?.....</i>	80
Figura 26 <i>¿Cuál de las siguientes carreras curso usted en la modalidad de pregrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?</i>	82
Figura 27 <i>¿Qué edad tiene?</i>	83
Figura 28 <i>Género.....</i>	85
Figura 29 <i>Indique cuál es su estado actual</i>	86
Figura 30 <i>Indique cuál es su ingreso mensual promedio.....</i>	88
Figura 31 <i>¿Realizó algún estudio de postgrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?.....</i>	89
Figura 32 <i>Representación gráfica N111 - N211</i>	94
Figura 33 <i>Representación gráfica N111 - N214</i>	97
Figura 34 <i>Representación gráfica N113 - N213</i>	99
Figura 35 <i>Representación gráfica N114 - N212</i>	102
Figura 36 <i>Representación gráfica N115 - N312</i>	104
Figura 37 <i>Representación gráfica N115 - N412</i>	107
Figura 38 <i>Representación gráfica N111 - N411</i>	110

Figura 39 <i>Representación gráfica N113 - N413</i>	112
Figura 40 <i>Logo actual Licenciatura en Comercio Exterior</i>	119
Figura 41 <i>Propuesta 1 Logo Comercio Exterior</i>	120
Figura 42 <i>Propuesta 2 Logo Comercio Exterior</i>	120
Figura 43 <i>Logo actual Licenciatura en Contabilidad</i>	121
Figura 44 <i>Propuesta 1 Logo Contabilidad</i>	122
Figura 45 <i>Modelo chompa ESPE</i>	123
Figura 46 <i>Modelos gorras ESPE</i>	124
Figura 47 <i>Modelos tomatodo ESPE</i>	124
Figura 48 <i>Modelo camiseta hombre ESPE</i>	125
Figura 49 <i>Modelo camiseta mujer ESPE</i>	125
Figura 50 <i>Modelo camiseta Unisex ESPE</i>	126
Figura 51 <i>Material POP varios Contabilidad</i>	126
Figura 52 <i>Propuesta tarjetas institucionales (graduados)</i>	127
Figura 53 <i>Presupuesto elaboración souvenirs</i>	128

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo identificar los factores que inciden en la falta de sentido de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras de Ciencias administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE del 2021 & 2022.

Para cumplir con el cometido se recopilieron distintas teorías de soporte que sirvieron para sustentar el estudio y determinar las herramientas a utilizar con la finalidad de cumplir con el objetivo. Se plantearon dos variables, la independiente, el sentido de pertenencia e identidad y la variable dependiente, el nivel de compromiso institucional.

La metodología que se llevó a cabo fue la de enfoque cuantitativo, el alcance de la investigación es correlacional y su objetivo es evaluar la relación que hay entre las dos variables a estudiar, se utilizó como herramienta de recolección de datos la encuesta, que fue aplicada a una muestra de 265 personas. El procesamiento de datos se realizó a través de la plataforma de software estadístico SPSS.

Se analizaron los resultados para posteriormente plantear propuestas estratégicas que ayuden a incrementar el sentido de pertenencia e identidad en los graduados de la institución.

Finalmente, se construyen propuestas atractivas e interactivas para los graduados y estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE en base a los resultados obtenidos en el análisis univariado y bivariado, con la finalidad de fortalecer los vínculos afectivos y dar mayor relevancia a las dimensiones académica, física y social.

Palabras clave: Sentido de pertenencia e identidad, compromiso institucional, perfil del graduado.

Abstract

The objective of this research is to identify the factors that affect the lack of a sense of belonging and identity of the graduates of the careers of Administrative Sciences of Foreign Trade and Accounting of the University of the Armed Forces ESPE of 2021 & 2022.

To fulfill the task, different support theories were compiled that served to support the study and determine the tools to be used in order to meet the objective. Two variables were considered, independence, the sense of belonging and identity and the dependent variable, the level of institutional commitment.

The methodology that was carried out was the quantitative approach, the scope of the research is correlational and its objective is to evaluate the relationship between the two variables to be studied, the survey was used as a data collection tool, which was applied to a population of 265 people. Data processing was performed through the SPSS statistical software platform.

The results were analyzed to later propose strategic proposals that help increase the sense of belonging and identity in the graduates of the institution.

Finally, attractive and interactive proposals are built for graduates and students of the University of the Armed Forces ESPE based on the results obtained in the univariate and bivariate analysis, with the purpose of strengthening emotional ties and giving greater relevance to the academic dimensions. , physical and social.

Keywords: Sense of belonging and identity, institutional commitment, graduate profile.

I. Capítulo Introductorio

Introducción

El presente estudio tiene como fin identificar los factores que inciden en la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras de ciencias administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE del 2021 & 2022.

El sentido de pertenencia e identidad es considerado como un aspecto fundamental para el desarrollo de las actividades académicas y extracurriculares en las instituciones de educación superior y esto mismo repercutirá en el grado de compromiso que tengan los estudiantes con la universidad después de culminar sus carreras.

Se plantearán las variables independiente y dependiente, donde cada una tendrá sus respectivas dimensiones, la dimensión de la variable independiente, el sentido de pertenencia e identidad será la afectiva, mientras que las dimensiones académicas, física y social pertenecen a la variable dependiente, el compromiso institucional.

Para obtener información y datos elementales se utilizará la investigación cuantitativa, mediante la herramienta de recolección de información que será una encuesta elaborada con base en las dimensiones que han sido planteadas y se aplicará a estudiantes graduados cuyos resultados ratifiquen los objetivos de información.

Antecedentes

Para la presente investigación se va a considerar información y datos relevantes de varios estudios realizados ya existentes, que tengan relación con el tema a indagar, los cuales presentan resultados relevantes para iniciar el estudio del proyecto en mención.

Según los resultados obtenidos en el artículo de investigación Compromiso organizacional y sentido de pertenencia: un estudio en una institución educativa pública y privada de Quito-Ecuador, del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, los lazos emocionales han sido estudiados a través de diferentes conceptos en el ámbito educativo y es el compromiso organizacional el más acertado a la hora de analizar la lealtad y la vinculación de los miembros con la organización de educación superior

Por otro lado la Revista Electrónica Científica de Investigación Educativa en su publicación Caracterización de la identidad universitaria y su importancia en el desarrollo institucional, describe que la identidad universitaria representa un elemento de impacto importante en los procesos formativos de los sujetos involucrados en las instituciones educativas, tanto cuando son estudiantes como cuando se desempeñan como egresados, lo cual les permite desarrollar sentimientos de pertenencia e identidad.

Entonces, un aspecto fundamental a indagar es el grado de compromiso que tienen los estudiantes graduados de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE después de haber culminado sus carreras, ya que Rigo & Rovere (2021) señalan en su publicación que:

El compromiso en el nivel superior de educación es definido como el tiempo y la calidad del esfuerzo que los estudiantes dirigen hacia las actividades educativas que contribuyen directamente a sus objetivos académicos. También, hace referencia al esfuerzo y al tiempo que las instituciones dedican a motivar a los estudiantes a participar de tales actividades (p. 2).

Definición del Problema

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, no ha creado un vínculo con los graduados cuando estuvieron en su etapa estudiantil, para sembrar en ellos un fuerte sentido de pertenencia e identidad lo cual a su vez afecta a su nivel de compromiso institucional.

Un aspecto importante que se debe tener en cuenta es que los estudiantes graduados en los años 2021 y 2022 recibieron clases de sus últimos niveles en modalidad virtual debido a la pandemia por Covid 19 y según González et al (2023): “La implementación de la mediación virtual a distancia como consecuencia de la pandemia por Covid-19 ha impactado en el sentido de pertenencia y el compromiso estudiantil en la educación superior con modalidad presencial” (p. 2)

Para Rivera & Tarango (2021): “La identidad universitaria representa un elemento de impacto importante en los procesos formativos de los sujetos involucrados en las instituciones educativas, tanto cuando son estudiantes como cuando se desempeñan como egresados, lo cual les permite desarrollar sentimientos de pertenencia” (p. 1)

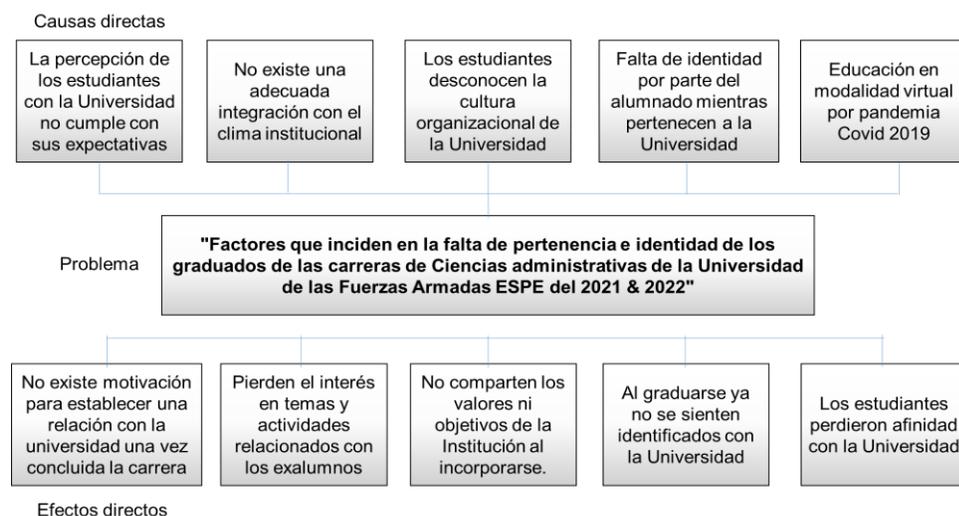
Por lo tanto, se pretende plantear las causas y consecuencias mediante la técnica del árbol de problemas, que ayudará a identificar la naturaleza y contexto de la problemática que se pretende resolver mediante las propuestas estratégicas.

En este estudio nos enfocaremos en la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras administrativas de la Espe, pues según la teoría esto puede tener como origen que “Aquel que no tenga el sentido de pertenencia desarrollado va a sentir que se encuentra en el lugar equivocado, en un lugar donde no quiere estar. La pertenencia otorga seguridad y autoestima, así que quien no posea este valor debe autoevaluarse”

Árbol de problemas

Figura 1

Árbol de Problemas



Nota. La figura muestra las causas y consecuencias del problema del caso de estudio.

Variables de Estudio

Variable Independiente

Pertenencia e identidad.

Variable Dependiente

Compromiso institucional

Unidad de observación

Estudiantes graduados de las carreras administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE 2021 & 2022.

Objetivo General

Identificar los factores que inciden en la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras de ciencias administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE del periodo 2021 al 2022.

Objetivos Específicos

1. Probar las hipótesis planteadas respecto a la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras de Ciencias administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE 2021 & 2022.
2. Evaluar e interpretar los resultados del análisis entre la falta de pertenencia y el nivel de compromiso institucional de los estudiantes graduados de las carreras administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE 2021 & 2022.
3. Diseñar una propuesta que promueva el sentido de pertenencia de los estudiantes graduados de las carreras administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE 2021 & 2022.

Capítulo II: Marco Teórico

Teorías de Soporte

Variable Independiente: Sentido de Pertenencia

Teoría del Sentido de Pertenencia. (Baumeister & Leary, 1995) sugieren que los individuos tienen una necesidad básica de pertenecer y ser aceptados por otros. En el contexto universitario, la pertenencia puede ser fomentada a través de actividades de orientación, programas de tutoría, grupos estudiantiles y un ambiente inclusivo y acogedor.

La pertenencia es la identificación de una persona con un determinado grupo o entorno, lo que crea un compromiso con el desarrollo de la personalidad y del grupo y el lugar en el que vive. Pertenecer significa más que participación. El aprendizaje del bienestar en el día a día es una manifestación del sentido de pertenencia, que es un elemento intangible y cualitativo que permite elevar e integrar diversos aspectos de la organización escolar a un nivel superior (De Pontes, 2018).

El sentido de pertenencia se refiere a indicadores específicos que pueden motivar o desmotivar el progreso de los estudiantes durante la educación. Manejar un mismo sistema de creencias en la comunidad universitaria ayudará a reforzar las metas institucionales y curriculares, una buena afiliación podría ayudar a los estudiantes a culminar sus estudios, pero la falta de ella también puede limitar las interacciones formadas durante los años de estudio y también limitar la comprensión de lo que significa formarse con éxito para la futura vida profesional (Corona, 2020).

Teoría de la Identidad. (Tajfel & Turner, 2004) definen la identidad como aquellas facetas de su propia imagen que se derivan de los grupos sociales en los que creen que encajan. Así, cuando las personas se identifican como hombre o mujer, están apelando a su identidad social de género. Este proceso complejo, formado por la interacción entre individuos en un contexto dado, incluye dos direcciones que, aunque relacionadas entre sí, forman la

identidad de manera holística: el nivel afectivo, el nivel de autoestima y el nivel cognitivo. El pensamiento lateral y categórico divide el mundo, dando lugar a estereotipos.

La educación juega un papel fundamental en la formación de la identidad social. Desde esta premisa podemos entender los esfuerzos por educar a las personas para que se sientan parte de la sociedad en su conjunto. Pero no es sólo para la izquierda, que se ha hecho un nombre en el contexto latinoamericano en los últimos años. Dewey había visto a hombres y mujeres integrarse en la sociedad siguiendo las reglas del juego dictadas por la democracia, el autor toma la educación democrática como una de sus banderas y sitúa a los alumnos en un pequeño país que es un aula. Los alumnos son considerados sujetos con responsabilidades y derechos en el sistema educativo, con oportunidad de elegir, pero también con obligaciones que cumplir (Guanipa & Angulo, 2020).

La teoría de la identidad social fue propuesta por primera vez por Henry Tajfel en 1972. Su perspectiva se centra en el prejuicio intergrupales y el conflicto social en las relaciones intergrupales. Presupone que el hombre como sociedad busca un lugar en su sociedad y puede encontrarlo en su propiedad grupal. La conceptualización de la teoría se basa en el paradigma experimental de grupos mínimos, que ha dado lugar a una importante y extensa actividad académica en torno a los procesos grupales, comenzando con clasificaciones de grupos simples. Luego busca las condiciones mínimas necesarias para el comportamiento intergrupales para que un individuo pueda distinguir su endogrupo de su exogrupo (Gamoneda & Pañellas, 2022).

La Teoría de la Identidad de Desarrollo. (Chickering & Reisser, 1993) señalaron que el desarrollo de la identidad de los estudiantes universitarios se produce en varias etapas, desde la exploración inicial hasta el establecimiento de una identidad coherente. Los elementos socioculturales como la diversidad racial, la inclusión de género y las políticas de igualdad dentro de la institución también pueden tener un impacto en la identidad de una universidad.

La Teoría de la Autenticidad. La autenticidad implica ser honestos con nosotros mismos y con nosotros mismos sin pretensiones, lo que significa que tiene que ver con la identidad personal y nuestra relación con el mundo exterior. En resumen, vemos que lograr la autenticidad personal es un reto y mantenerla es muy difícil debido a las influencias y exigencias externas, así como a nuestras propias limitaciones (Molina, 2017).

Dimensiones de los Factores que Inciden en el Sentido de Pertenencia e Identidad

Dimensión Afectiva. Muchos estudios han argumentado que existe una relación entre la pertenencia y los vínculos afectivos, el reconocimiento y la orientación personal en los grupos. Este sentido de pertenencia incluye componentes tanto emocionales como cognitivos, y cada individuo exhibe una respuesta emocional basada en su conocimiento de las relaciones grupales (Musayón, 2021).

El sentido de pertenencia de un individuo implica un estado de conciencia y responsabilidad emocional, lo que implica un conjunto firme de grupos en los que el individuo es un miembro activo. Tanto las características individuales como las grupales configuran la identidad social y contribuyen a la construcción del sentido de pertenencia. Además de la prueba social, la participación también crea un perfil (Musayón, 2021).

Aspectos como la actitud, el comportamiento y la presentación de un individuo se identifican con este sentido de pertenencia y lo ayudan a sentirse parte de un grupo particular. A nivel de grupo, la pertenencia contribuye a la solidaridad social de los individuos, como la realización personal, mientras que, a nivel nacional, la pertenencia juega un papel muy importante en las sociedades interconectadas (Musayón, 2021).

Otro elemento relacionado con la dimensión afectiva de la pertenencia hace de la memoria colectiva la definición última del individuo como grupo. Esta memoria colectiva crea elementos de coherencia y diferencia con un poder notable y muy fuerte, capaz de superar dificultades en situaciones de chantaje, colapso o agotamiento grupal o colectivo, y se convierte en el primer socio de la resiliencia en la continuidad (Musayón, 2021).

Dimensión Social. La importancia de estas dimensiones para el funcionamiento y el bienestar psicológico y social de un individuo puede examinarse en los diversos estudios que se han realizado. Ser capaz de satisfacer esta necesidad crea una gama de emociones positivas como alegría, paz, emoción y felicidad (Gomez, 2017).

Dimensión Física. (Gomez, 2017) argumentan que la dimensión física de la pertenencia está constituida por la influencia del medio físico en su constitución. Esta dimensión, a su vez, está constituida por un proceso de interacción comportamental y simbólica que se despliega a través de argumentos individuales y físicos.

Teoría Afectiva. El comportamiento humano no es el resultado de un solo factor o causa, sino que debe analizarse desde diferentes perspectivas sobre el mismo comportamiento dependiendo de innumerables estímulos y consideraciones diferentes, como las verdaderas necesidades percibidas por cada persona y las interpretaciones de sus propias satisfacciones y su fuente. Por tanto, la importancia de las emociones y la convivencia en la determinación de la obligación interior creada por la pertenencia y la realización, reforzada por el reconocimiento y promoción de la identidad personal, al menos superficialmente en el respeto al auténtico yo, contribuye al desarrollo cognitivo del individuo, que podemos convertir en los elementos básicos de la personalidad y preservar la esencia de cada persona (Huerta, 2018).

Los temas emocionales contribuyen al campo de estudio, lo que nos permite reflexionar sobre la dimensión fundamental de la realidad social. El estado emocional de una persona determina en gran medida cómo percibe el mundo. Solo por eso, es imperativo comprender el mundo emocional para comprender mejor lo que sucede en la vida cotidiana de los miembros de la sociedad (Gutiérrez, 2020).

Variable dependiente: Compromiso Institucional

Los lazos emocionales, intelectuales y conductuales de un estudiante con una escuela se conocen como su nivel de participación universitaria. La implicación se puede dividir en diferentes dimensiones, como la implicación cognitiva (identidad con los objetivos y valores de

la universidad), la implicación afectiva (sentimientos positivos hacia la institución) y la implicación conductual (participación activa en las actividades de la universidad).

La participación de los estudiantes se caracteriza por una fuerte conexión emocional con la universidad, identificación con su misión y valores fundamentales, y participación activa tanto en actividades académicas como extracurriculares (Allen, Witt, & Wheelless, 2006).

Por lo tanto, se define la participación de los estudiantes como una colección de actividades en las que los estudiantes participan fuera del salón de clases para tener éxito académico. De esta forma, entendemos el compromiso de los estudiantes como un fenómeno polisémico que revela comportamientos de los estudiantes durante los estudios que ni siquiera son contabilizados en los criterios de calidad fijados por la universidad (Aspeé, Gonzalez, & Cavieres, 2018).

Las percepciones e identidades de los estudiantes, así como la significación y emoción que cada sujeto aporta a sus experiencias e interacciones, ayudan a desarrollar y renovar este compromiso. Como creadores del entorno educativo, los docentes deben apoyar y promover el aprendizaje constructivo de los estudiantes. El papel activo y activo de los estudiantes es fundamental, ya que participan en la formación de las metas, aspiraciones, valores y creencias del proceso de aprendizaje, que son moldeados e informados por sus experiencias educativas (Rigo & Rovere, 2021).

Factores que influyen en el compromiso de las universidades. El nivel de compromiso en las universidades puede ser influenciado por una serie de factores. Entre ellos se incluyen:

- a) Calidad de la experiencia educativa: la participación de los estudiantes está influenciada por factores como la calidad de la instrucción, la disponibilidad de recursos académicos, las interacciones con los profesores y la relevancia de los cursos.

La participación de los estudiantes está muy influenciada por la calidad de la experiencia educativa, que incluye el calibre de la instrucción, la evaluación del maestro y la aplicabilidad del material del curso (Astin, 1999).

b) Apoyo institucional: Se puede fomentar una mayor participación de los estudiantes mediante el apoyo de la universidad en forma de programas de tutoría, servicios de asesoramiento y actividades de tutoría.

c) Sentido de pertenencia: El mayor compromiso de los estudiantes y los lazos emocionales con la universidad se ven facilitados por un fuerte sentido de pertenencia y una comunidad universitaria inclusiva.

Los elementos clave para fomentar la participación de los estudiantes incluyen una comunidad universitaria inclusiva y un fuerte sentido de pertenencia (Hurtado, Clayton-Pedersen, Allen, & Milem, 1999).

d) Metas y motivación personal: Los niveles más altos de participación universitaria se correlacionan con tener objetivos académicos claros, autodeterminación y motivación intrínseca.

El nivel de compromiso de los estudiantes universitarios está determinado por sus propios objetivos académicos y motivación interna (Deci & Ryan, 2000).

Teoría Académica. Una de las teorías que permite estudiar el interés de los jóvenes por aprender, la satisfacción y la participación en la escuela es la teoría de la perspectiva de meta (Nicholls, 1989). Nichols estaba interesado en comprender las diferencias en la motivación de los estudiantes y señaló que no todos están motivados por los mismos objetivos e intereses en el proceso de aprendizaje. Estos objetivos dependen de cómo valoran sus habilidades y cómo definen el éxito en el contexto del desempeño. Se plantea la hipótesis de que la participación en actividades escolares, el nivel de esfuerzo de la tarea, el nivel de persistencia y las respuestas emocionales y cognitivas al desempeño de la tarea están relacionados con la importancia que los sujetos otorgan al logro de metas (Castillo, Balaguer, & Duda, 2003).

La teoría del conocimiento conductista se considera una tendencia en psicología introducida por John Watson. Se concibe como una teoría basada en investigaciones empíricas

internas utilizando métodos mecanizados que conducen al desarrollo de procesos iterativos. Estos estudios determinaron que el aprendizaje era una respuesta que antecede a un estímulo (Ángel, 2018).

La teoría del conocimiento constructivista comenzó a desarrollarse con la investigación del psicólogo y epistemólogo suizo Jean Piaget a principios del siglo XX. Uno de los supuestos de esta teoría menciona que el alumno selecciona e interpreta activamente la información del entorno para construir su conocimiento, en lugar de repetir pasivamente la información que se le presenta a sus sentidos. Por lo tanto, todo conocimiento es producto de la construcción activa del sujeto de sus propias operaciones y estructuras mentales internas (Ángel, 2018).

Teoría Social. Castells (1997) incluye la pertenencia en el ámbito de la identidad, que da sentido y cobijo a la práctica cotidiana a través de la participación definida por un lenguaje compartido. Luego, crea principios concretos para explicar las realidades, los sistemas de valores, los patrones de comportamiento, los estilos de vida y las formas de pensar y sentir que gobiernan el comportamiento cotidiano con los demás. Al respecto Augé (1994) dice que no hay identidad sin la presencia de otras personas. No hay identidad sin el otro. Esto significa que las identidades se forman a través de la conexión con los demás y el intercambio de significado y experiencia, al igual que las identidades grupales se forman a través de las relaciones intergrupales.

El modelo de cohesión social de Turner (1990) menciona que el surgimiento de la identidad grupal en la cohesión social. Sin cohesión social, según este modelo, no habrá suficiente identidad colectiva. En ausencia de una identidad colectiva, las tendencias individualistas pueden prevalecer. Por tanto, la cohesión del grupo es un síntoma, no una causa, de la pertenencia al grupo. En otras palabras, hay cohesión porque hay sentido de pertenencia. Cuando se forman las identidades colectivas, también se establecen patrones de comportamiento para diversas actividades, mantenimiento y desarrollo del grupo, y formas de interactuar con otros grupos.

Teoría Física. Para Proshansky et al. (1976) consideran que la identidad social y la identidad de lugar están estrechamente relacionadas. La primera red contiene tanto una red compleja de interacciones sociales como muchos componentes. Augé (1992) concuerda que solo muestra que ningún análisis social puede separarse del individuo, y ningún análisis del individuo puede ignorar el espacio por el que pasan. También considera la organización del espacio y la construcción de lugares dentro de un grupo social como una práctica colectiva e individual.

Las identidades locales se afirman cuando todos los que se identifican en un lugar tienen algo en común, algo que comparten (sin importar las diferencias). El sitio se estructura en un microcosmos cognitivo colectivo donde las personas conocen su lugar y el de los demás y crean contenedores de referencias espaciales, sociales e históricas. En otro sentido, Augé (1992) también define los no lugares como espacios donde los individuos se mueven sin interacción ni conversación.

Estudios de Soporte

Valle (2017) en su tesis titulada Factores determinantes en el sentido de pertinencia en la institución educativa Peruano Suizo. Lima. Su objetivo general es determinar la influencia de los determinantes de la importancia docente y estudiantil en las instituciones educativas peruanas y suizas. El estudio utilizó un enfoque hipotético-deductivo, el diseño fue no experimental, el alcance del estudio fue explicativo y se utilizó un conjunto de preguntas como herramienta de recolección de 26 datos adecuado para una muestra de docentes y estudiantes.

Los resultados mostraron que el personal siente un bajo sentido de pertenencia a su institución, con un 62% de docentes sintiéndose desmotivados y un 73% manifestando insatisfacción con su ambiente laboral, mientras que los estudiantes no muestran sentido de pertenencia a su institución. El autor cree que, para crear un sentido de pertenencia entre los docentes, es necesario estimular el entusiasmo de los docentes y mejorar el ambiente de trabajo. Es fundamental comprender el sentido de pertenencia de los estudiantes porque

inspira a los profesores, quienes a su vez se sienten conectados con las organizaciones en las que trabajan y pueden fomentar un compromiso organizacional duradero.

Marco conceptual

Definición conceptual

Sentido de pertenencia e identidad. Son los factores que definen un sentimiento de dependencia o vinculación que tiene una persona sobre un grupo social, familia, partido político, marca, etc., implica el factor afectivo (Sencio, 2021).

La identidad universitaria representa un elemento de impacto importante en los procesos formativos de los sujetos involucrados en las instituciones educativas, tanto cuando son estudiantes como cuando se desempeñan como egresados, lo cual les permite desarrollar sentimientos de pertenencia (Perez, Tarango, & Gonzalez, 2020).

Compromiso organizacional. El compromiso en el nivel superior de educación es definido como el tiempo y la calidad del esfuerzo que los estudiantes dirigen hacia las actividades educativas que contribuyen directamente a sus objetivos académicos. También, hace referencia al esfuerzo y al tiempo que las instituciones dedican a motivar a los estudiantes a participar de tales actividades. (Rigo & Rovere, 2021).

Definición operacional

Sentido de pertenencia e identidad. Se refiere a los factores que definen el grado de vinculación que tienen los estudiantes graduados de las carreras administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad hacia la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, implica su nivel de satisfacción, motivación y su grado de aceptación como parte importante en la institución. Se analiza conociendo sus dimensiones: afectiva.

Compromiso institucional. Se refiere al nivel de interés que muestran los estudiantes graduados al realizar sus actividades diarias y su deseo por seguir formando desde afuera parte de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Se analiza conociendo sus dimensiones en el ámbito académico, físico y social.

Operacionalización de las Variables

Figura 2

Variable Independiente

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumento
Factores que inciden en el Sentido de Pertenencia e identidad	<p>Sentido de Pertenencia: Son los factores que definen un sentimiento de dependencia o vinculación que tiene una persona sobre un grupo social, familia, partido político, marca, etc., implica el factor psicológico social, afectiva, y física. (Sencio, 2021)</p>	<p>Se refiere a los factores que definen el grado de vinculación que tienen los ex estudiantes de las carreras administrativas de Comercio Exterior y Cobtabilidad hacia la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, implica su nivel de satisfacción, motivación y su grado de aceptación como parte importante en la Institución. Se analiza conociendo sus dimensiones: afectiva social, y su dimensión física.</p>	Afectiva	Satisfacción de necesidades	<p>-¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma? -¿Se siente usted identificado con la filosofía y valores promulgados por la institución? -¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes? -¿Considera que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo? -¿Considera usted que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad?</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>
	<p>Identidad: La identidad universitaria representa un elemento de impacto importante en los procesos formativos de los sujetos involucrados en las instituciones educativas, tanto cuando son estudiantes como cuando se desempeñan como egresados, lo cual les permite desarrollar sentimientos de pertenencia (Rivera & Tarango, 2020)</p>					

Nota. Muestra la operacionalización de la variable Independiente.

Figura 3

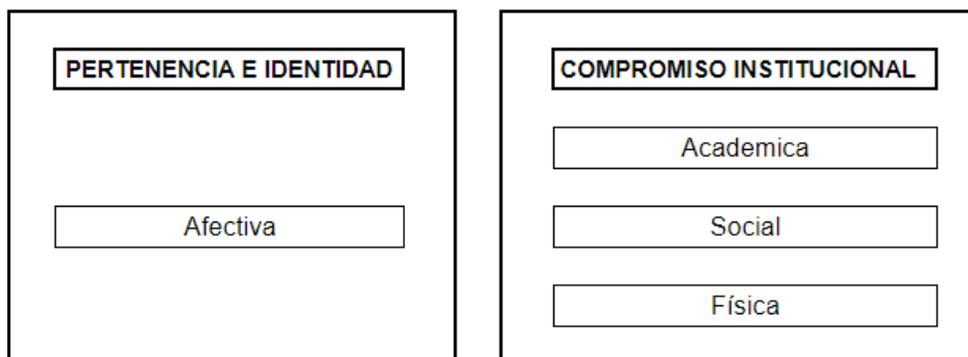
Variable Dependiente

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumento
Compromiso Institucional	El compromiso en el nivel superior de educación es definido como el tiempo y la calidad del esfuerzo que los estudiantes dirigen hacia las actividades educativas que contribuyen directamente a sus objetivos académicos. También, hace referencia al esfuerzo y al tiempo que las instituciones dedican a motivar a los estudiantes a participar de tales actividades. (Rigo & Rovere, 2021)	Se refiere al nivel de interés que muestran los estudiantes graduados al realizar sus actividades diarias y su deseo por seguir formando parte de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Se analiza conociendo sus dimensiones en el ámbito académico: compromiso (deseo), compromiso de continuación (necesidad), y el compromiso normativo (deber).	Académico	Identificación	<ul style="list-style-type: none"> -¿Los docentes sugerían y promovían nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados? - ¿Considera usted que la universidad le brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral? -¿Sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas? -¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes? -¿Consideraría usted oportuno volver a estudiar en la universidad una segunda carrera o una maestría? - ¿Considera que la "marca" ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral? 	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
			Social	Relación con autoridades, docentes y compañeros	<ul style="list-style-type: none"> -¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo? - ¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución? -¿Cuáles son los motivos por los que no asiste a las actividades extracurriculares que realiza la universidad dirigida a los graduados? 	
			Física	Ambiente físico	<ul style="list-style-type: none"> -¿Las aulas de la universidad se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas (infocus, iluminación, mesas y sillas)? - ¿Considera que la Universidad se adaptó correctamente y brindó las herramientas tecnológicas necesarias para la educación virtual por causa del Covid? -¿La universidad le informó acerca de los beneficios que ofrece el "Alumni" a los graduados? -¿A través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados? -¿A través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados? 	

Nota. Muestra la operacionalización de la variable Dependiente.

Figura 4

Modelo gráfico de hipótesis



Nota. Se presenta un modelo grafico para extraer las hipótesis del estudio

Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis general

"Hi: La pertenencia e identidad incide positivamente en el compromiso institucional de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022."

Hipótesis específicas

H1: La dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

H2: La dimensión afectiva incide en la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

H3: La dimensión afectiva incide en la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Capítulo III: Marco Metodológico

Diseño de la investigación

En esta investigación, se hará uso del enfoque cuantitativo debido a que utiliza la recolección y el análisis de los datos con el objetivo de responder a diversas preguntas de investigación y, además demostrar hipótesis que se hayan establecido con anterioridad. Otra razón es que sus operaciones se basan en la puntuación por números y el uso de estadísticas para identificar uno o más patrones de comportamiento en una población.

El alcance de la investigación es correlacional debido a que su objetivo es evaluar la relación que hay entre dos variables, así también al medir una variable se reconoce el comportamiento de la otra. (Arias, Covinos, & Caceres, 2020). Una encuesta se enfoca en preguntas predeterminadas con una secuencia lógica y un sistema de respuesta entrelazado y puede producir resultados cuantitativos. Se obtienen principalmente datos numéricos (Arias, Covinos, & Caceres, 2020).

Tipología de Investigación

Por su finalidad

En el presente estudio se llevará a cabo una investigación aplicada basada en las teorías que sustentan tanto a la variable independiente como dependiente, ya que este tipo de investigación permite resolver problemas prácticos mediante la adquisición de información en el proceso, siendo así su propósito medir variables específicas para pronosticar un comportamiento (Muguira), por ende las variables fueron previamente investigadas, con el objetivo de recolectar información y estudiar los factores que inciden en la falta de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras de Comercio Exterior y Contabilidad en el año 2021 y 2022.

Por las fuentes de información

Para el desarrollo de este estudio se utilizará la investigación bibliográfica basada en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios; es decir, los

obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas, como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos.

Para el presente trabajo investigativo se utilizará el tipo bibliográfico porque se revisará la documentación científica en libros, tesis de grado, internet y reportes académicos, para obtener los datos de las variables identidad y pertenencia por parte de la variable independiente y compromiso por parte de la variable dependiente. Con ello se redactará el marco teórico y conceptual, se analizará la información, se conocerá sus contribuciones científicas y se lo relacionará con el objeto de estudio.

Por las unidades de análisis

La unidad de análisis se refiere al parámetro principal que se investiga, se denomina así debido a que el tipo de unidad se determina en función del análisis de datos real que se realiza en trabajo de investigación (Arteaga, 2022). Estudiantes graduados de las carreras administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE 2021 & 2022.

Por el alcance

La profundidad con la que se resuelve un fenómeno u objeto de estudio se denomina nivel o alcance (Arias & Covinos, 2021). En el presente trabajo investigativo se aplica un alcance correlacional debido a que se estudia la variable Pertenencia e Identidad (independiente) con relación a la variable Compromiso (dependiente).

Población

Un grupo infinito o limitado de individuos que comparten rasgos similares o comunes se denomina población (Arias & Covinos, 2021). Como población objeto de estudio se tomó en cuenta a toda la población de estudiantes graduados de las carreras administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE 2021 & 2022.

En el **Apéndice A** se encuentra la evidencia del número total de estudiantes graduados de las carreras de Contabilidad y Comercio Exterior de los periodos 2021 y 2022.

Cálculo de la muestra

Se empleó muestreo aleatorio simple, al momento de calcular la muestra se debe conocer como primer aspecto la variabilidad del parámetro a estudiar (p , q). Para determinar el comportamiento de la variable de estudio en la población. En variables cualitativas es necesario conocer el porcentaje de la variable que está presente en la población, en cambio, en variables cuantitativas es necesario conocer la desviación estándar que representa la población.

Si no es posible obtener de estudios reportados en revistas con poblaciones similares a las que deseamos estudiar, asignamos la máxima probabilidad de que la variable pueda estar representada deberá ser 50%. El nivel de confianza (NC) deseado (Z) indica el nivel de confianza de que el valor real del parámetro en la población está en la muestra calculada. Esto se establece de acuerdo al interés del investigador (Aguilar, 2005).

Las variables calculadas se definieron según la fórmula para el cálculo de la muestra con una población finita:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

N = Tamaño poblacional

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Error de estimación

Para nuestro estudio se tiene los siguientes datos, mismos que se aplican en la ecuación 1:

- Z= 1,96 con un 95% de confianza
- N= 854
- p= 50%
- q= 50%
- e= 5%

$$n = \frac{1,96^2 * 854 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 (854 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 265,18$$

$$n \approx 265$$

La muestra que se obtuvo de la población es de 265 encuestas, las cuales se aplicaron a graduados de las carreras administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE 2021 & 2022.

Instrumento

Una herramienta de medición adecuada es aquella que captura con precisión el concepto o la variable que está considerando el investigador. El presente estudio utilizó como instrumento de recolección de datos, la encuesta, que se encuentra estructurada en base a las variables dependiente e independiente y sus respectivas dimensiones. Se plantearon una serie de preguntas las cuales nos ayudarán a obtener la información necesaria para la investigación y posterior análisis de datos.

Apéndice B

Encuesta: [Formato instrumento de recolección de datos](#)

Validación de contenido

Las herramientas de recolección cuantitativa fueron analizadas por expertos en marketing y profesores de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE a quienes se les solicitó que revisaran la encuesta y sugirieran cambios de acuerdo con sus criterios.

Después de verificar con 4 expertos, por sugerencia se mejoró la redacción de ciertas preguntas y se conservaron las mismas. Una vez realizadas las modificaciones se inició con el siguiente paso (Prueba Piloto).

Tabla 1

Perfil de expertos que validaron la encuesta

Perfil de expertos			
No. experto	Nombre	Ocupación	Nivel de estudios
1	Paul Alomoto	Planner Media	Magister en Marketing
2	Paul Navas	Planner Media	Ingeniero en Publicidad
3	Stalin Pazmiño	Docente Universitario	Ingeniero
4	Marco Soasti	Docente Universitario	Mercadólogo

Nota. Características principales de los expertos.

Prueba Piloto

La encuesta piloto se realizó al 10% del total de la muestra, es decir 27 graduados de las carreras de Ciencias administrativas de Comercio Exterior y Contabilidad de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE del 2021 & 2022, para poder notar la viabilidad de la encuesta lo cual permitió verificar la comprensión y el tiempo que invertirán los encuestados. Con esto se pudo comprobar y evidenciar las posibles inconsistencias que podría tener la encuesta. Posteriormente se procedió a realizar los cambios necesarios para lograr conseguir información precisa por parte de la población objetivo.

Confiabilidad interna del instrumento

El alfa de Cronbach evalúa la fiabilidad de las respuestas dadas a un conjunto de preguntas, indica el grado de concordancia entre las respuestas y da un coeficiente alfa (α), que estima el porcentaje de varianza del instrumento de medida debido al factor común entre ítems. Y convenientemente, los investigadores observaron la evaluación del cumplimiento de

los supuestos básicos. Destacando el estudio, los resultados se presentan en una tabla de valores indicando que la confiabilidad del instrumento es aceptable ya que representa un coeficiente de 0.913.

Tabla 2

Coeficiente Alfa de Cronbach global

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.913	18

Nota. Alfa de Cronbach calculada de forma global para todos los ítems del instrumento.

Capítulo IV: Análisis e interpretación de resultados

Después de obtener los resultados de las encuestas aplicadas a 265 graduados de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE en las promociones 2021 y 2022 de la Facultad de Ciencias Administrativas, Comercio Exterior y Contabilidad, dichos resultados fueron ingresados al programa estadístico SPSS para realizar análisis descriptivos y lógicos. En forma de gráficos y tablas correspondientes a cada variable. En el momento del análisis descriptivo consiste en describir las tendencias claves en los datos existentes y en el análisis lógico se verifica la hipótesis mediante pruebas estadísticas, por lo que recogemos los resultados obtenidos de la muestra previamente calculada.

Análisis Univariado

Tabla 3

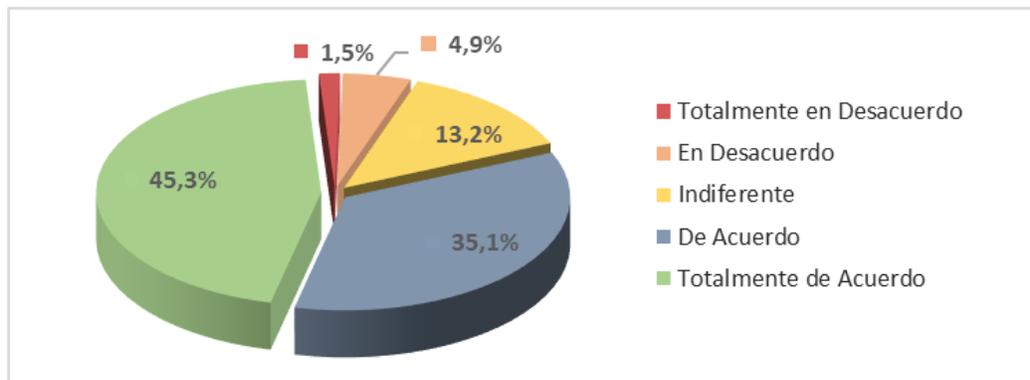
Pregunta 1. ¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en Desacuerdo	4	1,5	1,5	1,5
En Desacuerdo	13	4,9	4,9	6,4
Válido Indiferente	35	13,2	13,2	19,6
De Acuerdo	93	35,1	35,1	54,7
Totalmente de Acuerdo	120	45,3	45,3	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?

Figura 5

Diagrama de Pastel ¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?

Interpretación

La figura 5 indica que el 45,28% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que la excelente educación de la Institución les genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma, un 35,09% expresan estar de acuerdo, el 13,21% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 4,91% están en desacuerdo y solamente el 1,51% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Existe un gran sentimiento de orgullo por haber estudiado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, dejando claro que un factor importante es la excelencia educativa que brindan los docentes en esta universidad, dejando huella desde que es estudiante hasta culminar su carrera, manteniendo ese orgullo por toda su vida laboral y empresarial, aun así, se debe seguir innovando para mantener o superar este sentimiento de pertenencia e identidad.

Tabla 4

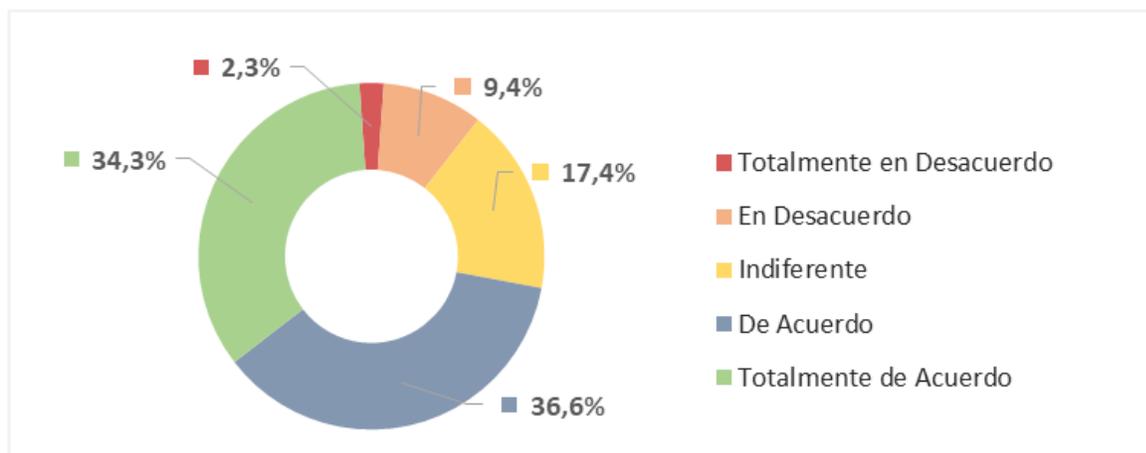
¿Se siente usted identificado con la filosofía y valores promulgados por la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	2,3	2,3	2,3
	En Desacuerdo	25	9,4	9,4	11,7
	Indiferente	46	17,4	17,4	29,1
	De Acuerdo	97	36,6	36,6	65,7
	Totalmente de Acuerdo	91	34,3	34,3	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota: Muestra la percepción de la pregunta *¿Se siente usted identificado con la filosofía y valores promulgados por la institución?*

Figura 6

Diagrama del anillo ¿Se siente usted identificado con la filosofía y valores promulgados por la institución?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Se siente usted identificado con la filosofía y valores promulgados por la institución?*

Interpretación

En la figura 6 se observa que el 36.60% de los encuestados están de acuerdo en sentirse identificados con la filosofía y valores promulgados por la institución, un 34.34% expresan estar totalmente de acuerdo, el 17.36% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 9.43% están en desacuerdo y solamente el 2.26% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Es preocupante que una parte de estudiantes no se sienten identificados con la filosofía y valores promulgados por la ESPE, aun así, existe una gran mayoría de graduados que recuerda tanto la filosofía como los valores que algún día les supieron enseñar en las aulas de clases, debemos asegurarnos de que todos los alumnos no solo conozcan la filosofía y los valores de nuestra amada institución, sino las porten con orgullo en el día a día.

Tabla 5

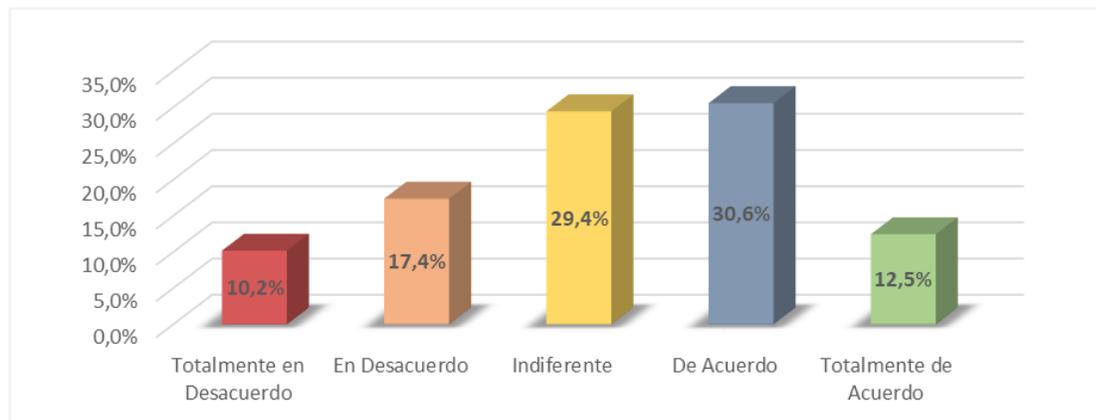
¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	27	10,2	10,2	10,2
	En Desacuerdo	46	17,4	17,4	27,5
	Indiferente	78	29,4	29,4	57,0
	De Acuerdo	81	30,6	30,6	87,5
	Totalmente de Acuerdo	33	12,5	12,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes?

Figura 7

¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes?*

Interpretación

La figura 7 indica que el 30,57% de los encuestados están de acuerdo en considerar que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes, el 29,43% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 17,36% están en desacuerdo con la misma, el 12,45% expresan estar totalmente de acuerdo, y el 10,19% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Se puede evidenciar que existe un alto índice de desinterés o desconocimiento de actividades que realice la Universidad para beneficio de quienes fueron sus estudiantes, dando como resultado una nula conexión con la institución lo que provoca una percepción negativa al momento de hacer un evento o actividad recreativa tanto para los estudiantes como para los graduados dejando claro que si no se toma las correcciones adecuadas con ciertas actividades

con mucho mas alcance y creatividad se irá perdiendo poco a poco el interés de los estudiantes y graduados para futuros eventos, y solo lo verán como una obligación que deberán cumplir para poder recibir una calificación o justificar una hora de clase, tomando en cuenta que los graduados al ya no sentirse atados a ir por obligación la decisión más fácil será no ir porque sentirán que cualquier otra actividad es mejor aprovechada por su tiempo.

Tabla 6

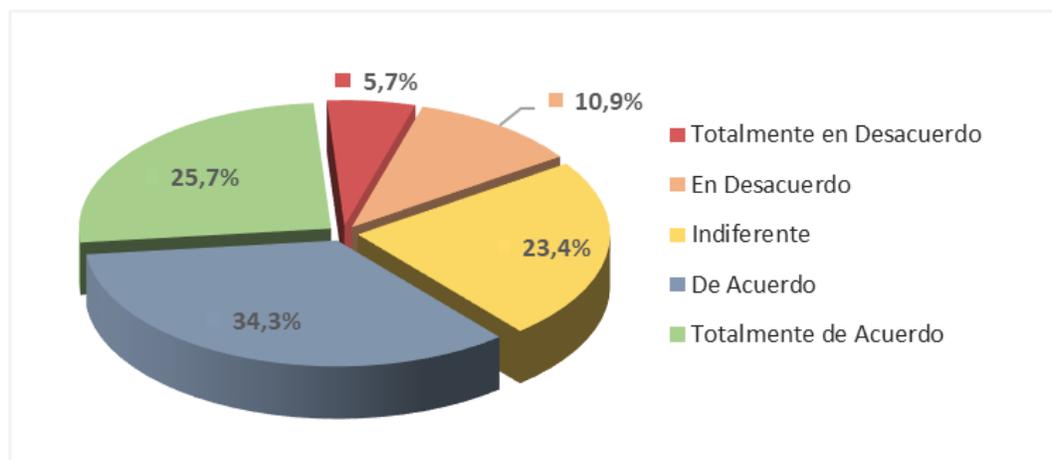
¿Considera que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en Desacuerdo	15	5,7	5,7	5,7
En Desacuerdo	29	10,9	10,9	16,6
Válido Indiferente	62	23,4	23,4	40,0
De Acuerdo	91	34,3	34,3	74,3
Totalmente de Acuerdo	68	25,7	25,7	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo?

Figura 8

¿Considera que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo?

Interpretación

En la figura 8 se rescata que el 34.34% de los encuestados están de acuerdo en considerar que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo, un 25.66% expresan estar totalmente de acuerdo, el 23.4% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 10.94% están en desacuerdo y solamente el 5.66% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Es importante resaltar que en esta pregunta casi la mitad de los encuestados siente que universidad no influye en sus valores, cuando en realidad todos los alumnos y graduados deben sentir que la universidad les va a influenciar positivamente con valores para poder alcanzar oportunidades en la vida laboral como empresarial, los valores deben encajar con nuestra esencia logrando fortalecer nuestra actitud y perspectiva sobre la vida.

Tabla 7

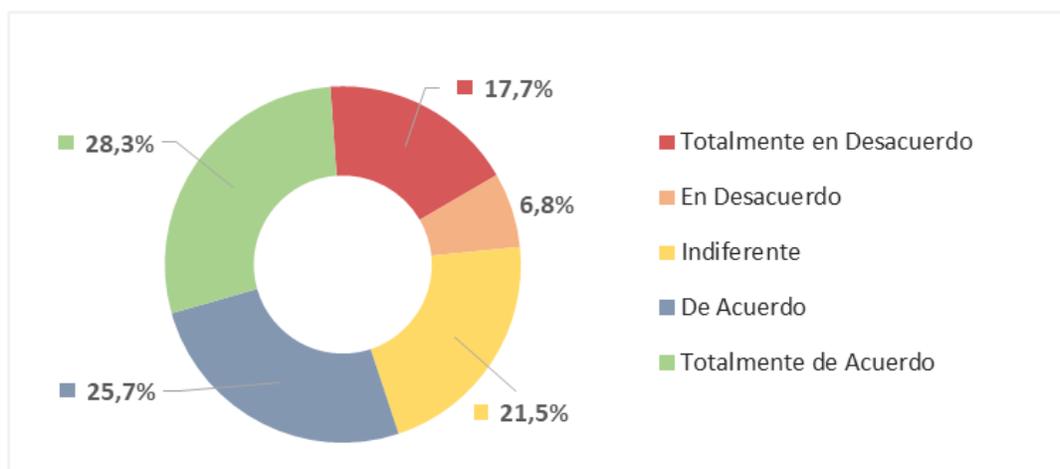
¿Considera usted que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	47	17,7	17,7	17,7
	En Desacuerdo	18	6,8	6,8	24,5
	Indiferente	57	21,5	21,5	46,0
	De Acuerdo	68	25,7	25,7	71,7
	Totalmente de Acuerdo	75	28,3	28,3	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera usted que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad?*

Figura 9

¿Considera usted que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera usted que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad?*

Interpretación

En la figura 9 se observa que el 28.30% de los encuestados están totalmente de acuerdo en considerar que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad, un 25.66% expresan estar de acuerdo, el 21.51% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 17.74% están en totalmente en desacuerdo y solamente el 6.79% están en desacuerdo.

Análisis

A primera vista podemos concluir que existe una clara relación negativa entre la modalidad virtual provocada por el COVID con la falta de identidad, pues en esa época se percibía una falsa conexión con los profesores y los compañeros, ya que no existía relación de forma física y emocional, puesto que se perdía todo relacionamiento social. Se debe resaltar también que por motivo de COVID las instalaciones de la universidad fueron sustituidas por plataformas virtuales.

Tabla 8

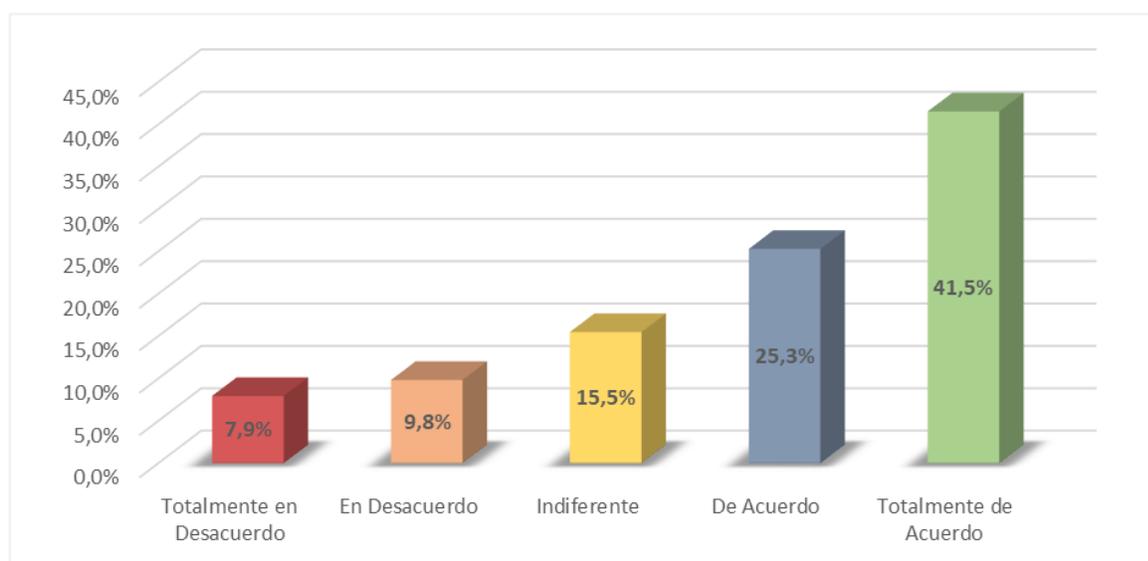
¿Considera usted que el implementar el uso de souvenir (chompas, uniformes, gorras) que identifiquen a cada carrera ayudaría a que los estudiantes se sientan más identificados con la universidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	21	7,9	7,9	7,9
	En Desacuerdo	26	9,8	9,8	17,7
	Indiferente	41	15,5	15,5	33,2
	De Acuerdo	67	25,3	25,3	58,5
	Totalmente de Acuerdo	110	41,5	41,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera usted que el implementar el uso de souvenir (chompas, uniformes, gorras) que identifiquen a cada carrera ayudaría a que los estudiantes se sientan más identificados con la universidad?

Figura 10

¿Considera usted que el implementar el uso de souvenir (chompas, uniformes, gorras) que identifiquen a cada carrera ayudaría a que los estudiantes se sientan más identificados con la universidad?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera usted que el implementar el uso de souvenir (chompas, uniformes, gorras) que identifiquen a cada carrera ayudaría a que los estudiantes se sientan más identificados con la universidad?*

Interpretación

En la figura 10 se observa que el 41,51% de los encuestados están totalmente de acuerdo en considerar que el implementar el uso de souvenir (chompas, uniformes, gorras) que identifiquen a cada carrera ayudaría a que los estudiantes se sientan más identificados con la universidad, un 25,28% expresan estar de acuerdo, el 15,47% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 9,81% están en desacuerdo y el 7,92% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Se puede observar que existe gran aceptación por parte de los encuestados, 167 personas se muestran atraídos en considerar la alternativa de implementar el uso de souvenirs con distintivos de cada carrera para reforzar su sentido de identidad con la Universidad, 41 personas se muestran indiferentes con esta alternativa y a 47 personas no les agrada la idea de implementar el uso de souvenirs.

Tabla 9

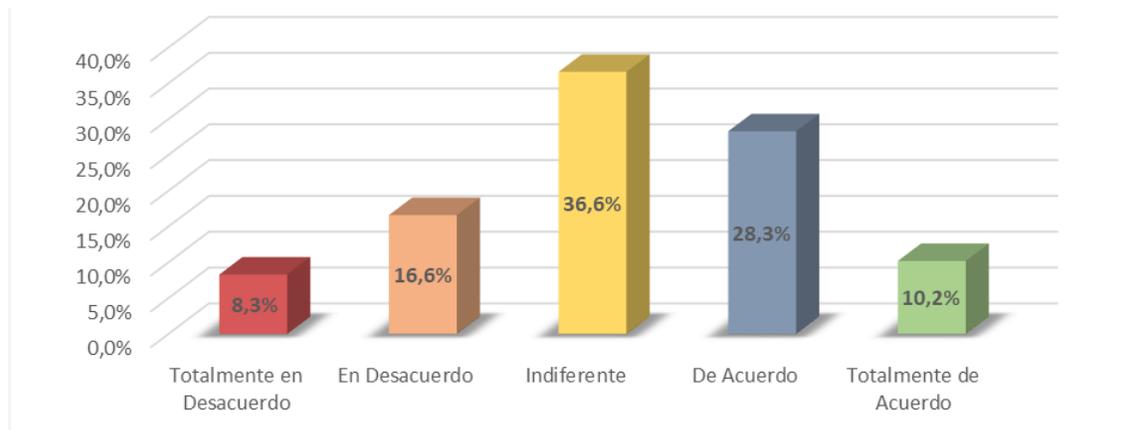
¿Los docentes sugerían y promovían nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	22	8,3	8,3	8,3
	En Desacuerdo	44	16,6	16,6	24,9
	Indiferente	97	36,6	36,6	61,5
	De Acuerdo	75	28,3	28,3	89,8
	Totalmente de Acuerdo	27	10,2	10,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Los docentes sugerían y promovían nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados?

Figura 11

¿Los docentes sugerían y promovían nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Los docentes sugerían y promovían nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados?

Interpretación

La figura 11 indica que el 36.60% de los encuestados se muestran indiferentes en que los docentes sugieren y promueven nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados, un 28.3% expresan estar de acuerdo, el 16.6% está en desacuerdo, un 16.6% están totalmente de acuerdo y el 8.30% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Podemos observar que la mayor parte de encuestados, en específico 97 personas se sienten indiferentes, mientras que 66 personas definitivamente no están de acuerdo con la pregunta, lo que indica que durante su tiempo de estudio los docentes no sugerían ni promovían nuevas estrategias de aprendizaje.

Tabla 10

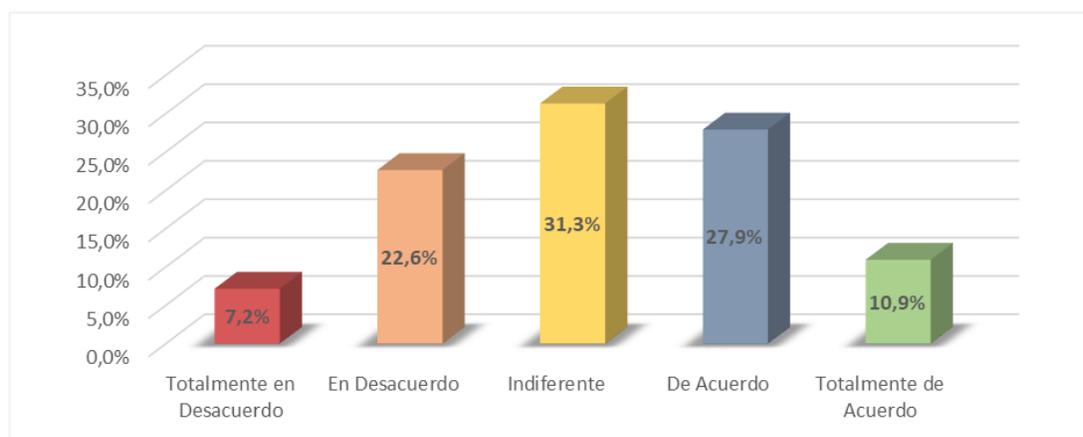
¿Considera usted que la universidad le brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en Desacuerdo	19	7,2	7,2	7,2
En Desacuerdo	60	22,6	22,6	29,8
Indiferente	83	31,3	31,3	61,1
Válido De Acuerdo	74	27,9	27,9	89,1
Totalmente de Acuerdo	29	10,9	10,9	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera usted que la universidad le brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral?*

Figura 12

¿Considera usted que la universidad le brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera usted que la universidad le brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral?*

Interpretación

La figura 12 indica que el 31.32% de los encuestados se muestran indiferentes en considerar que la universidad le brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral, un 27.92% expresan estar de acuerdo, el 22.64% está en desacuerdo, un 10.94% están totalmente de acuerdo y el 7.17% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

La mayoría de encuestados se muestran indiferentes en cuanto a si la Universidad les brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral, sin embargo, existen varias personas que señalan que están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la Universidad si les brindó las herramientas necesarias para afrontar la vida laboral.

Tabla 11

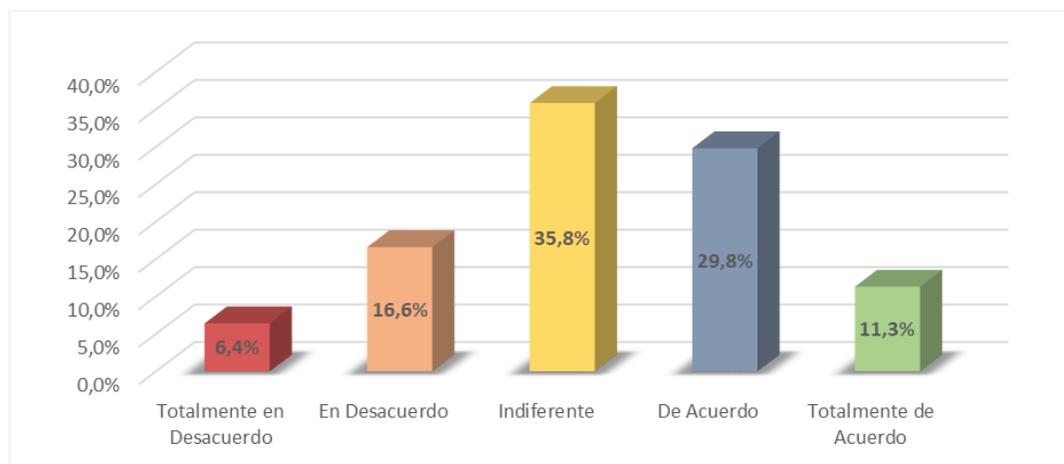
¿Sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	17	6,4	6,4	6,4
	En Desacuerdo	44	16,6	16,6	23,0
	Indiferente	95	35,8	35,8	58,9
	De Acuerdo	79	29,8	29,8	88,7
	Totalmente de Acuerdo	30	11,3	11,3	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas?

Figura 13

Diagrama de barras ¿Sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas?

Interpretación

La figura 13 indica que el 35.85% de los encuestados se muestran indiferentes en que sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas, un 29.81% expresan estar de acuerdo, el 16.60% está en desacuerdo, un 11.32% están totalmente de acuerdo y el 6.42% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Se puede observar que en general los graduados encuestados manifiestan que sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas, en menor cantidad también los graduados indicaron que los docentes no cumplieron con sus

expectativas, esto puede tener como origen que los docentes de cada carrera tienen diferentes metodologías de enseñanza.

Tabla 12

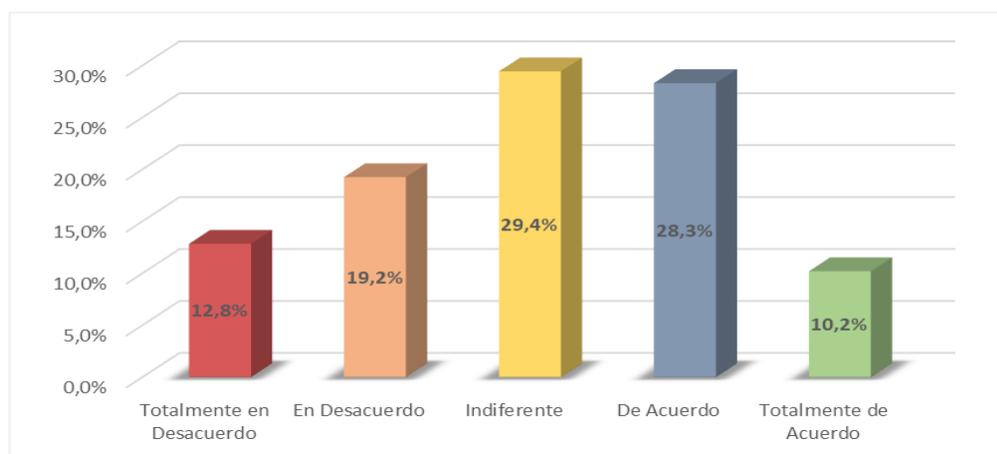
¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en Desacuerdo	34	12,8	12,8	12,8
En Desacuerdo	51	19,2	19,2	32,1
Válido Indiferente	78	29,4	29,4	61,5
De Acuerdo	75	28,3	28,3	89,8
Totalmente de Acuerdo	27	10,2	10,2	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes?

Figura 14

Diagrama de barras ¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes?

Interpretación

La figura 14 indica que el 29.43% de los encuestados se muestran indiferentes en considerar que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes, un 28.30% expresan estar de acuerdo, el 19.25% está en desacuerdo, un 12.83% están totalmente en desacuerdo y el 10.19% están totalmente de acuerdo.

Análisis

Se puede observar que la mayoría de encuestados se muestran indiferentes al considerar que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes, lo que pone en evidencia que la forma en la que se llevan a cabo los procesos no es la óptima.

Tabla 13

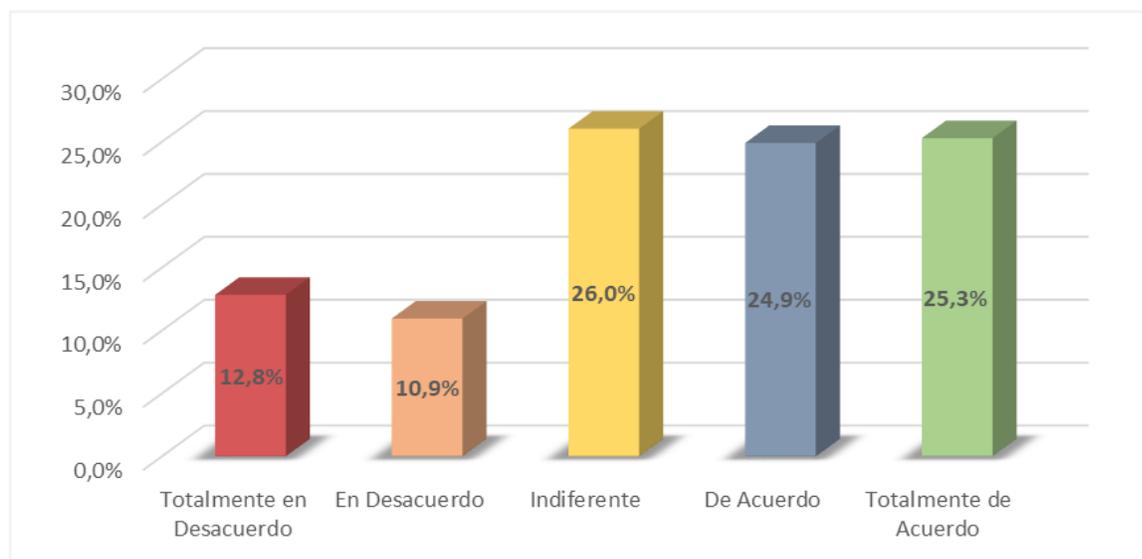
¿Consideraría usted oportuno volver a estudiar una segunda carrera o una maestría en la universidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en Desacuerdo	34	12,8	12,8	12,8
En Desacuerdo	29	10,9	10,9	23,8
Válido Indiferente	69	26,0	26,0	49,8
De Acuerdo	66	24,9	24,9	74,7
Totalmente de Acuerdo	67	25,3	25,3	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Consideraría usted oportuno volver a estudiar una segunda carrera o una maestría en la universidad?

Figura 15

¿Consideraría usted oportuno volver a estudiar una segunda carrera o una maestría en la universidad?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Consideraría usted oportuno volver a estudiar una segunda carrera o una maestría en la universidad?*

Interpretación

La figura 15 indica que el 26.04% de los encuestados se muestran indiferentes en considerar oportuno volver a estudiar una segunda carrera o una maestría en la universidad, un 25.28% expresan estar totalmente de acuerdo, el 24.91% está de acuerdo, un 12.83% están totalmente en desacuerdo y el 10.94% están en desacuerdo.

Análisis

Se puede observar que en general la mayoría de los graduados si van a considerar la opción de volver a estudiar una segunda carrera o una maestría en la Universidad de las Fuerzas Armadas, pues saben de la excelencia académica de la misma.

Tabla 14

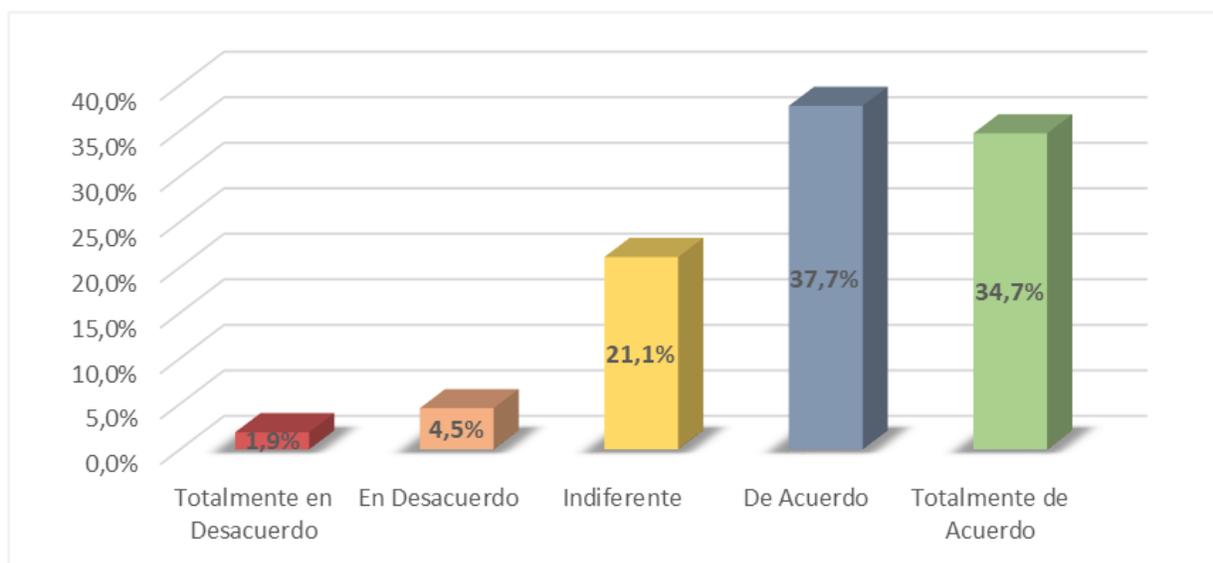
¿Considera que la “marca” ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	5	1,9	1,9	1,9
	En Desacuerdo	12	4,5	4,5	6,4
	Indiferente	56	21,1	21,1	27,5
	De Acuerdo	100	37,7	37,7	65,3
	Totalmente de Acuerdo	92	34,7	34,7	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que la “marca” ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral?

Figura 16

Diagrama de barras ¿Considera que la “marca” ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que la “marca” ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral?

Interpretación

En la figura 16 se rescata que el 37.74% de los encuestados están de acuerdo en considerar que la “marca” ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral, un 34.72% expresan estar totalmente de acuerdo, el 21.13% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 4.5% están en desacuerdo y solamente el 1.89% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Se puede observar que gran parte de los encuestados consideran que la “marca” ESPE influye positivamente en el ingreso a un campo laboral, pues la imagen de la Universidad es de

excelencia en todo ámbito, lo que brinda a los graduados más oportunidades de conseguir un buen empleo.

Tabla 15

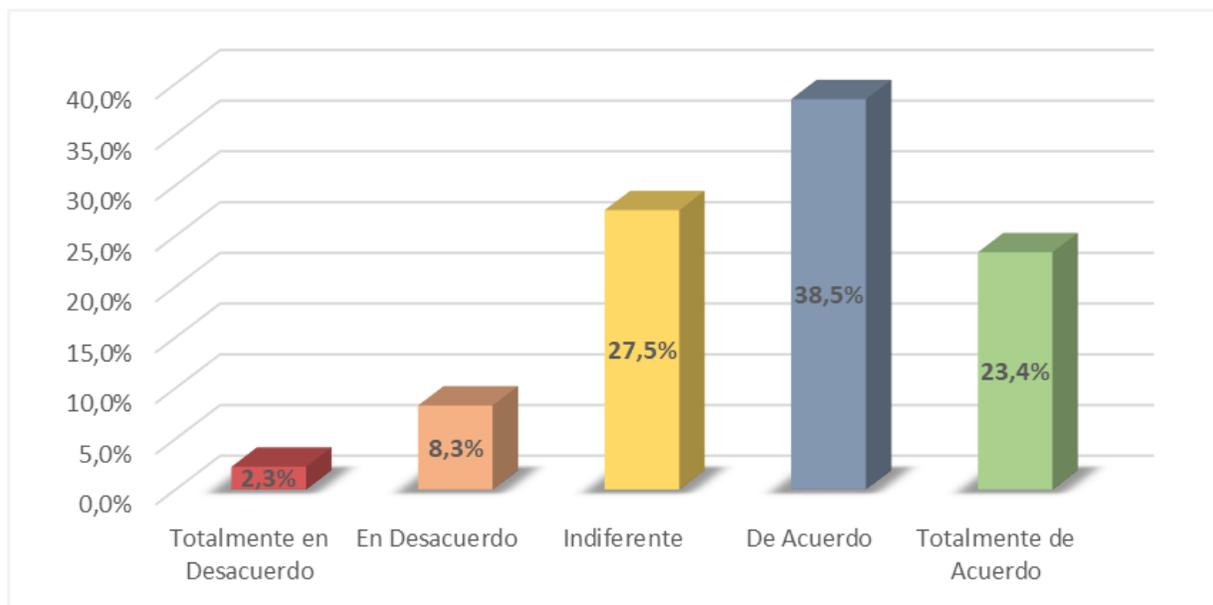
¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	2,3	2,3	2,3
	En Desacuerdo	22	8,3	8,3	10,6
	Indiferente	73	27,5	27,5	38,1
	De Acuerdo	102	38,5	38,5	76,6
	Totalmente de Acuerdo	62	23,4	23,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo?

Figura 17

¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo?*

Interpretación

En la figura 17 se rescata que el 38.49% de los encuestados están de acuerdo en considerar que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo, un 27.55% expresan ser indiferentes con la pregunta, el 23.40% señalan estar totalmente de acuerdo, un 8.30% están en desacuerdo y solamente el 2.26% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

La mayoría de graduados encuestados señalan que los docentes si generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase y fomentaban de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo. Pocas personas indican que los docentes no generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, de igual forma esta percepción depende la metodología de enseñanza de cada docente.

Tabla 16

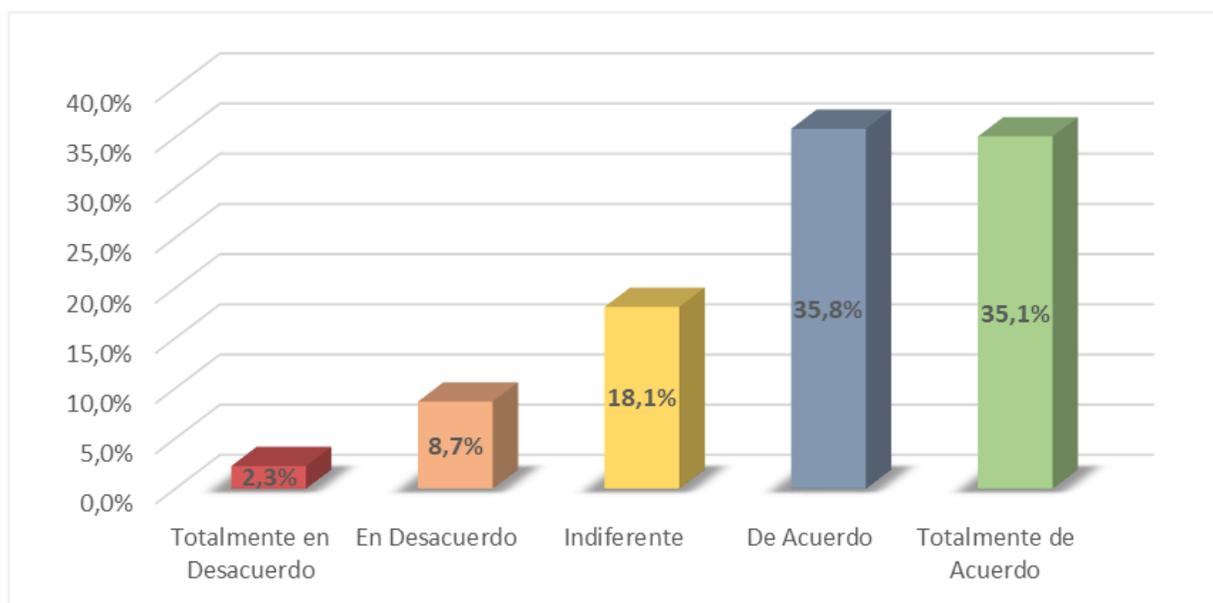
¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	2,3	2,3	2,3
	En Desacuerdo	23	8,7	8,7	10,9
	Indiferente	48	18,1	18,1	29,1
	De Acuerdo	95	35,8	35,8	64,9
	Totalmente de Acuerdo	93	35,1	35,1	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?

Figura 18

¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?*

Interpretación

En la figura 18 se observa que el 35,85% de los encuestados están de acuerdo en considerar que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución, un 35,09% expresan estar totalmente de acuerdo, el 18,11% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 8,68% están en desacuerdo y solamente el 2,26% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Se puede observar que en general la mayoría de los graduados indicaron que, si consideran este factor muy importante, puesto que las amistades y relaciones personales que formaron dentro de la universidad les permitieron generar una mejor conexión con la Universidad lo que es un factor determinante para sentirse parte de la institución y generar este sentido de identidad con la misma.

Tabla 17

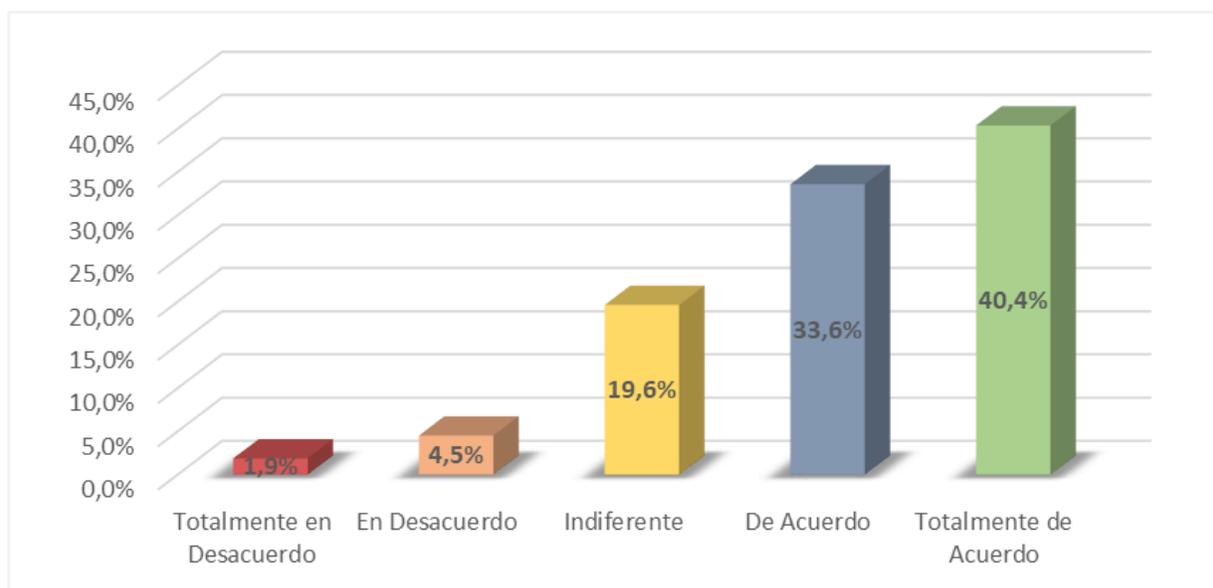
¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	5	1,9	1,9	1,9
	En Desacuerdo	12	4,5	4,5	6,4
	Indiferente	52	19,6	19,6	26,0
	De Acuerdo	89	33,6	33,6	59,6
	Totalmente de Acuerdo	107	40,4	40,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?

Figura 19

¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?*

Interpretación

En la figura 19 se observa que el 40,38% de los encuestados están totalmente de acuerdo en considerar que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad, un 33,58% expresan estar de acuerdo, el 19,62% señalan ser indiferentes con la pregunta, un 4,53% están en totalmente en desacuerdo y solamente el 1,89% están en desacuerdo.

Análisis

Según los datos obtenidos se puede determinar que el organizar eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad, pues es una forma de integrar a los ex estudiantes y que sientan que aún forman parte de la Institución. Un porcentaje muy bajo considera que no les atrae dicha alternativa.

Tabla 18

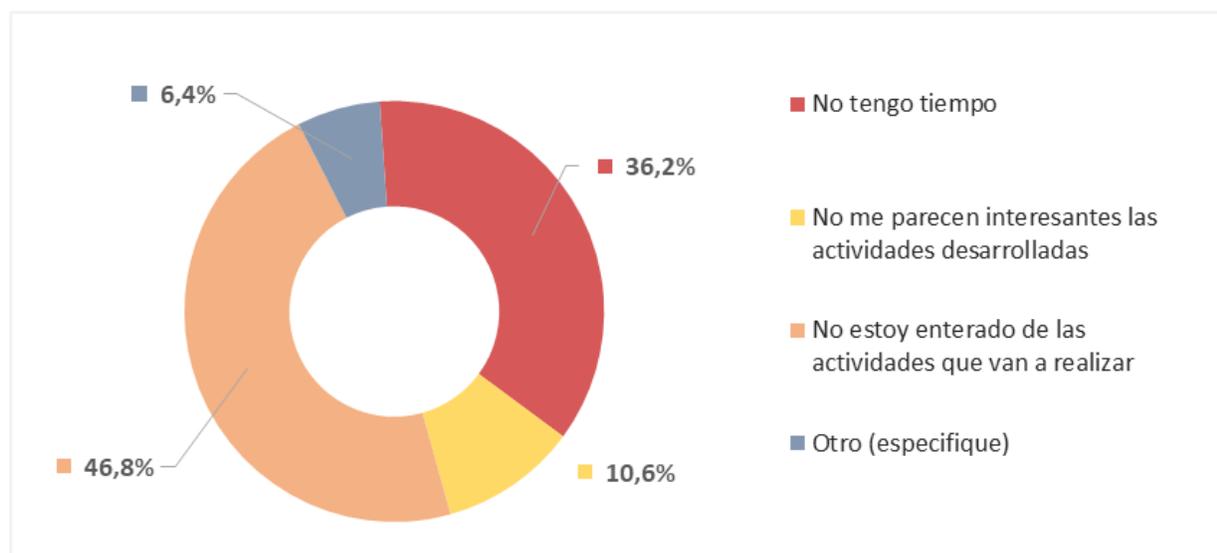
¿Cuáles son los motivos por los que no asiste a las actividades extracurriculares que realiza la universidad dirigida a los graduados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
No tengo tiempo	96	36,2	36,2	36,2
No me parecen interesantes las actividades desarrolladas	28	10,6	10,6	46,8
No estoy enterado de las actividades que van a realizar	124	46,8	46,8	93,6
Otro (especifique)	17	6,4	6,4	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Cuáles son los motivos por los que no asiste a las actividades extracurriculares que realiza la universidad dirigida a los graduados?

Figura 20

¿Cuáles son los motivos por los que no asiste a las actividades extracurriculares que realiza la universidad dirigida a los graduados?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Cuáles son los motivos por los que no asiste a las actividades extracurriculares que realiza la universidad dirigida a los graduados?

Interpretación

Respecto a la pregunta de cuáles son los motivos por los que no asiste a las actividades extracurriculares que realiza la universidad dirigida a los graduados en donde el 46.79% estipulan que no están interesados en las actividades que van a realizar, el 36.23% no tienen tiempo, el 10.57% no les parece interesantes las actividades desarrolladas y el 6.42% de lo encuestados indican otros factores tales como trabajos, no sabe horarios correos, lejanía, fuera del país, entre otros.

Análisis

Se puede observar que el motivo que más influye a que los graduados no asistan a las actividades extracurriculares se debe a que no están enterados de las actividades que van a realizar y otro factor importante que se debe tomar en cuenta que los graduados no cuentan con tiempo, pues este tipo de actividades se realizan entre semana y es por lo general en horario laboral.

Tabla 19

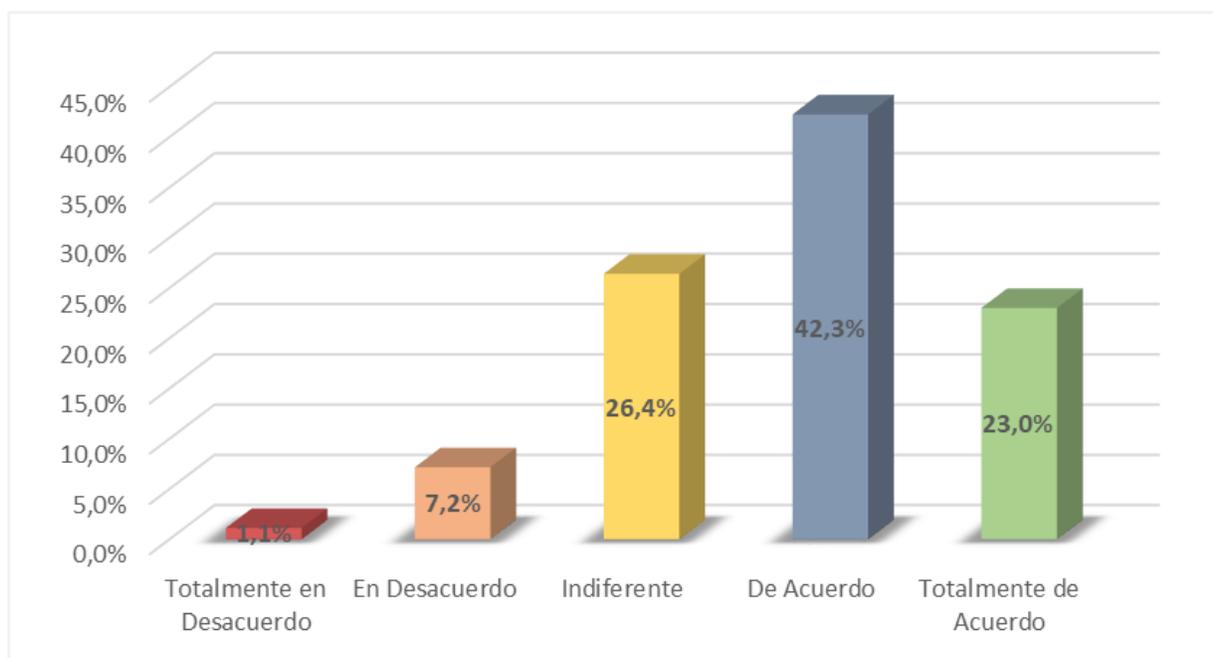
¿Las aulas de la universidad se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas (Infocus, iluminación, mesas, sillas, etc.)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
	En Desacuerdo	19	7,2	7,2	8,3
	Indiferente	70	26,4	26,4	34,7
	De Acuerdo	112	42,3	42,3	77,0
	Totalmente de Acuerdo	61	23,0	23,0	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Las aulas de la universidad se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas (Infocus, iluminación, mesas, sillas, etc.)?

Figura 21

¿Considera que los docentes generaban un ambiente de cordialidad y respeto durante las horas de clase, fomentando de esta manera un ambiente de aprendizaje positivo?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Las aulas de la universidad se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas (Infocus, iluminación, mesas, sillas, etc.)?

Interpretación

En la figura 21 se observa que el 42.26% de los encuestados están de acuerdo en considerar que las aulas de la universidad se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas, un 26.42% expresan estar indiferentes con la pregunta, el 23.02% señalan totalmente de acuerdo, un 7.17% están en desacuerdo y solamente el 1.13% están totalmente en desacuerdo.

Análisis

Se puede observar que en general la mayoría de los estudiantes indican que las aulas de la universidad si se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas y contaban con las herramientas necesarias como infocus, iluminación, mesas, sillas, etc. Sin embargo, hay un pequeño porcentaje que señalan que las aulas de la universidad no se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas pues en varias clases no contaban con las herramientas necesarias cuando asistían presencialmente.

Tabla 20

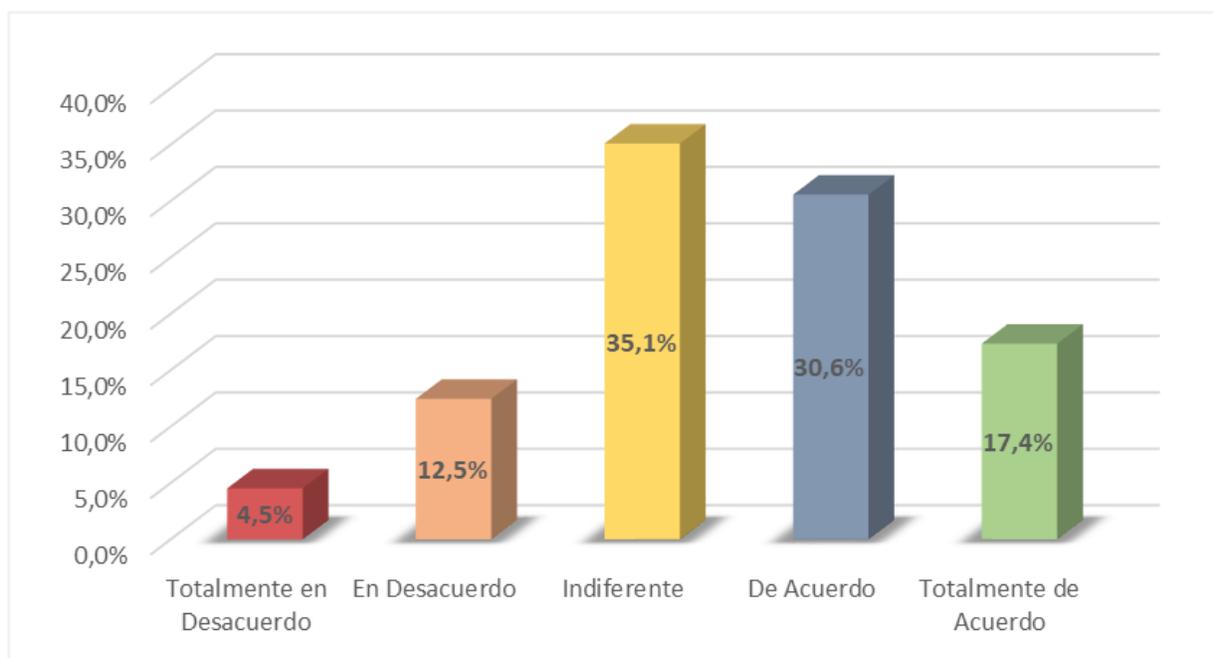
¿Considera que la Universidad se adaptó correctamente y brindó las herramientas tecnológicas necesarias para la educación virtual por causa del Covid?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	12	4,5	4,5	4,5
	En Desacuerdo	33	12,5	12,5	17,0
	Indiferente	93	35,1	35,1	52,1
	De Acuerdo	81	30,6	30,6	82,6
	Totalmente de Acuerdo	46	17,4	17,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que la Universidad se adaptó correctamente y brindó las herramientas tecnológicas necesarias para la educación virtual por causa del Covid?

Figura 22

¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Considera que la Universidad se adaptó correctamente y brindó las herramientas tecnológicas necesarias para la educación virtual por causa del Covid?

Interpretación

La figura 22 indica que el 35.09% de los encuestados se muestran indiferentes en considerar que la Universidad se adaptó correctamente y brindó las herramientas tecnológicas necesarias para la educación virtual por causa del Covid, un 30.57% expresan estar de acuerdo, el 17.36% está en desacuerdo, un 12.45% están totalmente en desacuerdo y el 4.53% están totalmente de acuerdo.

Análisis

La mayoría de encuestados señalan que se muestran indiferentes en considerar que la Universidad se adaptó correctamente y brindó las herramientas tecnológicas necesarias para la educación virtual por causa del Covid; sin embargo, una considerable cantidad opina que la Universidad si se adaptó adecuadamente, pues recibieron clases en modalidad en línea correctamente.

Tabla 21

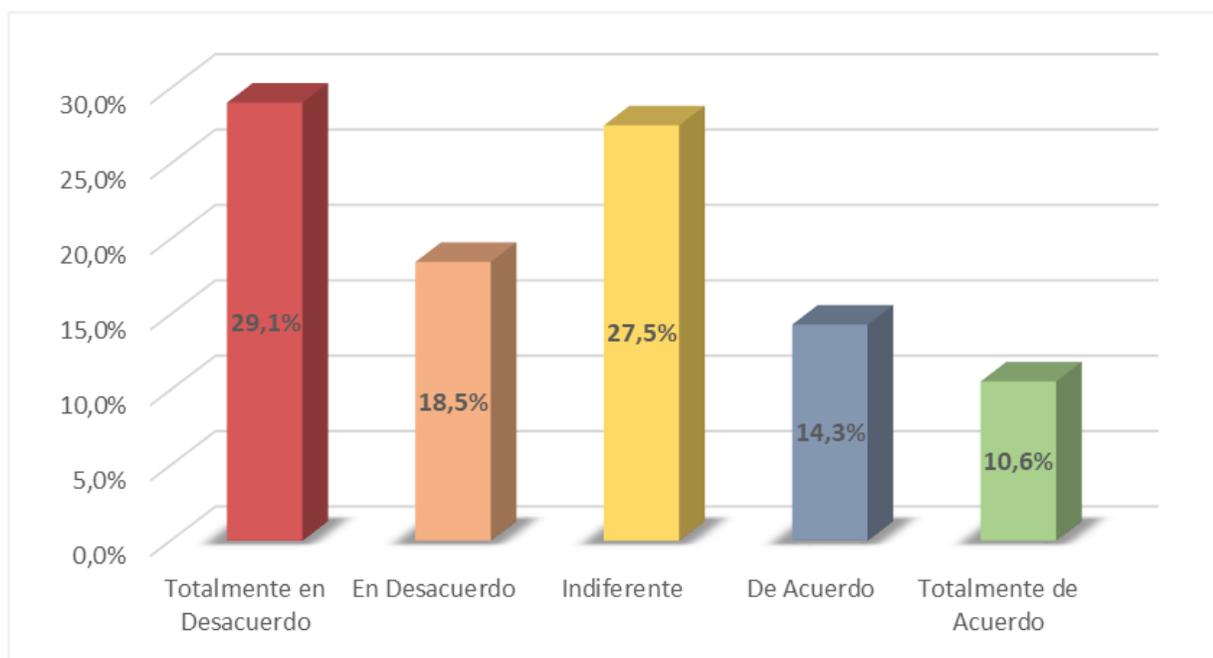
¿La universidad le informó acerca de los beneficios que ofrece el "Alumni" a los graduados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	77	29,1	29,1	29,1
	En Desacuerdo	49	18,5	18,5	47,5
	Indiferente	73	27,5	27,5	75,1
	De Acuerdo	38	14,3	14,3	89,4
	Totalmente de Acuerdo	28	10,6	10,6	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿La universidad le informó acerca de los beneficios que ofrece el "Alumni" a los graduados?

Figura 23

¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿La universidad le informó acerca de los beneficios que ofrece el "Alumni" a los graduados?

Interpretación

La figura 23 indica que el 29.06% de los encuestados se muestran totalmente en desacuerdo en considerar que la Universidad le informó acerca de los beneficios que ofrece el "Alumni" a los graduados, un 27.55% expresan ser indiferentes, el 18.49% está en desacuerdo, un 14.34% están de acuerdo y el 10.57% están totalmente de acuerdo.

Análisis

Se puede observar que en general los graduados no tienen conocimiento sobre los beneficios del Alumni pues a lo largo de vida estudiantil la Universidad no les brindó la

información necesaria sobre este servicio. Un pequeño porcentaje señala que si tenía conocimiento.

Tabla 22

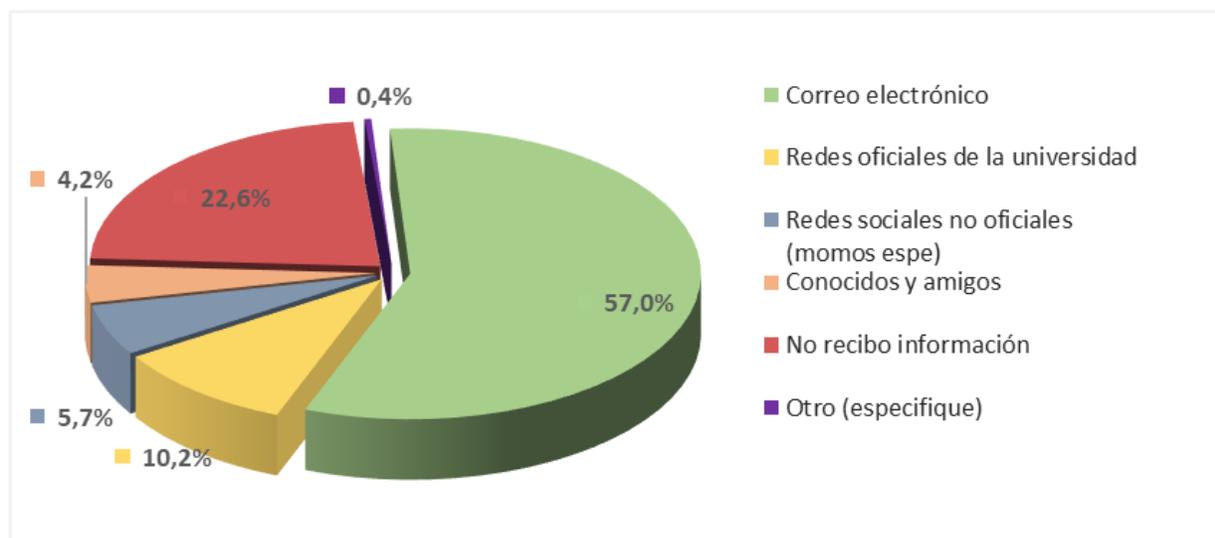
¿A través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Correo electrónico	151	57,0	57,0	57,0
	Redes oficiales de la universidad	27	10,2	10,2	67,2
	Redes sociales no oficiales (mimos espe)	15	5,7	5,7	72,8
	Conocidos y amigos	11	4,2	4,2	77,0
	No recibo información	60	22,6	22,6	99,6
	Otro (especifique)	1	0,4	0,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿A través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados?

Figura 24

¿A través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿A través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados?*

Interpretación

Respecto a la pregunta a través de qué canales recibe información sobre las actividades organizadas por la institución para los graduados el 56.98% indica que a través de correo electrónico, el 22.64% señala que no recibe información, el 10.19% recibe información por las redes sociales oficiales de la universidad, el 5.66% lo recibe a través de redes sociales no oficiales, el 4.15% indica que a través de conocidos y amigo y el 0.38% indica que otros.

Análisis

Según los datos obtenidos se puede evidenciar que la mayoría de los graduados recibe información sobre las actividades organizadas por la institución por medio de correo

electrónico, pero también hay quienes señalan que no reciben ningún tipo de información. Hay quienes se informan mediante las redes sociales formales y no formales de la Universidad. Lo que indica que hay que mejorar los canales de comunicación.

Tabla 23

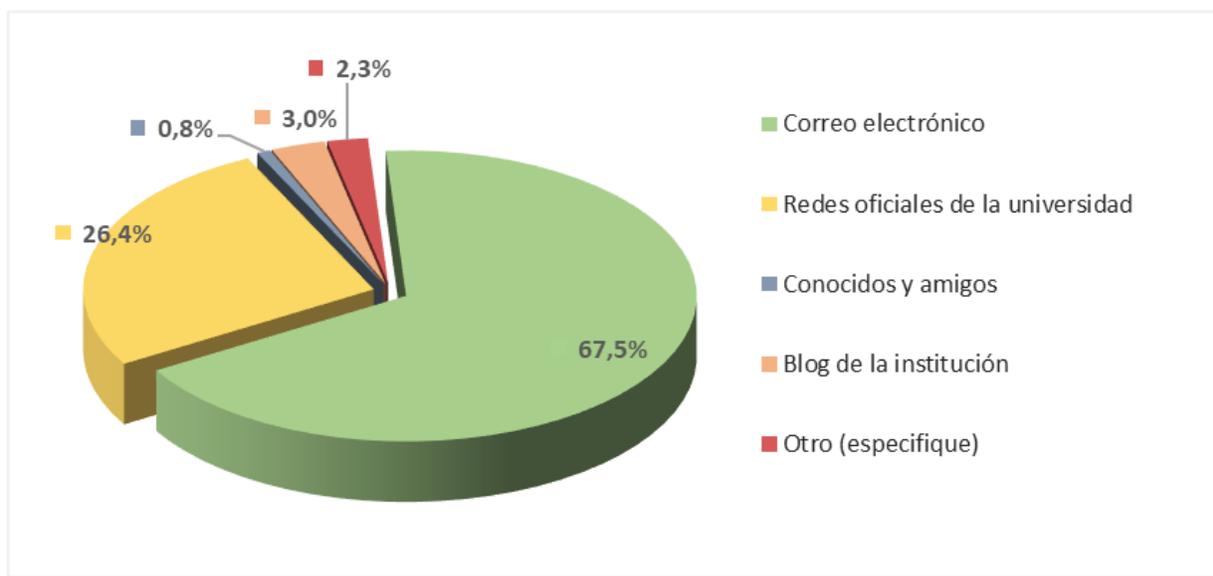
¿Por qué medio le gustaría recibir información acerca de las actividades y beneficios para graduados que realice la universidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Correo electrónico	179	67,5	67,5	67,5
	Redes oficiales de la universidad	70	26,4	26,4	94,0
	Conocidos y amigos	2	0,8	0,8	94,7
	Blog de la institución	8	3,0	3,0	97,7
	Otro (especifique)	6	2,3	2,3	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Por qué medio le gustaría recibir información acerca de las actividades y beneficios para graduados que realice la universidad?

Figura 25

¿Por qué medio le gustaría recibir información acerca de las actividades y beneficios para graduados que realice la universidad?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta *¿Por qué medio le gustaría recibir información acerca de las actividades y beneficios para graduados que realice la universidad?*

Interpretación

Respecto a la pregunta por cuál medio le gustaría recibir información acerca de las actividades y beneficios para graduados que realice la universidad el 67.5% indica que a través de correo electrónico, el 26.42% señala que por las redes sociales oficiales de la universidad, el 5.66% lo recibe a través de redes sociales no oficiales, el 3.02% indica que a través de blog de la universidad, el 2.26% indica que otros, conocidos y amigo el 0.38%.

Análisis

Se puede observar que el medio de comunicación más indicado para informar acerca de las actividades y beneficios para graduados es por medio de correo electrónico y redes sociales de la Universidad. Por lo que se debería actualizar la base de datos con los correos activos de los graduados y comunicar de forma más efectiva por las Redes sociales oficiales de la Universidad.

Tabla 24

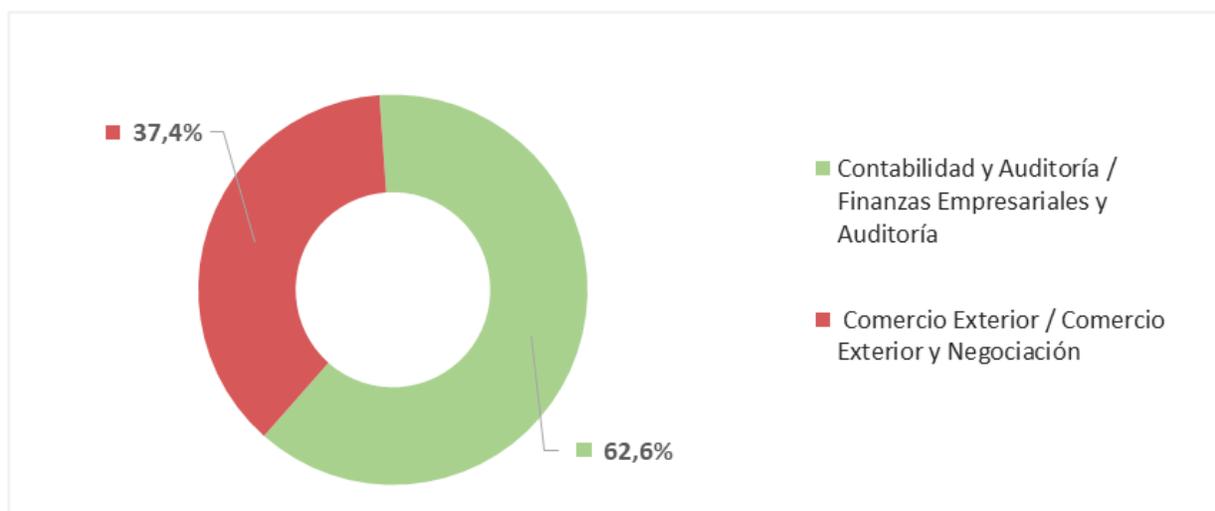
¿Cuál de las siguientes carreras curso usted en la modalidad de pregrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Contabilidad y Auditoría / Finanzas Empresariales y Auditoría	166	62,6	62,6	62,6
	Comercio Exterior / Comercio Exterior y Negociación	99	37,4	37,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Cuál de las siguientes carreras curso usted en la modalidad de pregrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?

Figura 26

¿Cuál de las siguientes carreras curso usted en la modalidad de pregrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Cuál de las siguientes carreras curso usted en la modalidad de pregrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?

Interpretación

El 62.64% de los encuestados corresponden a la carrera de Contabilidad y Auditoría / Finanzas Empresariales y Auditoría, mientras que el 37.36% a la carrera de Comercio Exterior / Comercio Exterior y Negociación.

Análisis

La mayoría de graduados encuestados en específico 166 personas pertenecen a la carrera de Contabilidad y Auditoría / Finanzas Empresariales y Auditoría, pues dicha carrera tenía mayor cantidad de estudiantes graduados en los periodos del 2021-2022 y 99 personas formaron parte de la carrera de Comercio Exterior / Comercio Exterior y Negociación.

Tabla 25

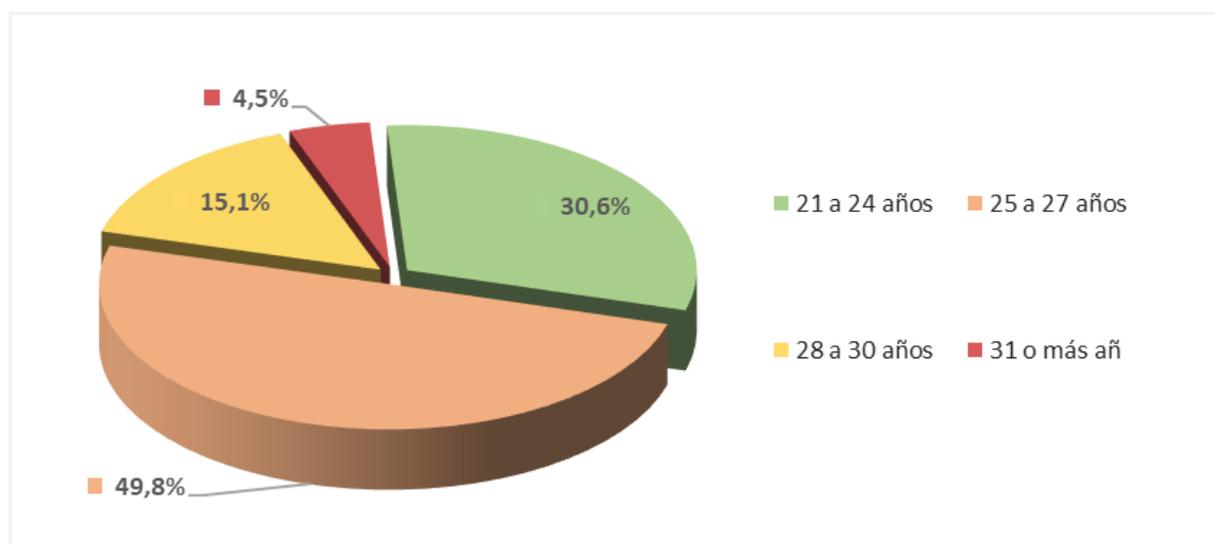
¿Qué edad tiene?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	21 a 24 años	81	30,6	30,6	30,6
	25 a 27 años	132	49,8	49,8	80,4
	28 a 30 años	40	15,1	15,1	95,5
	31 o más años	12	4,5	4,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Qué edad tiene?

Figura 27

¿Qué edad tiene?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Qué edad tiene?

Interpretación

El 49.8% de los encuestados tienen de 25 a 27 años, el 30,57% se encuentran en una edad de 21 a 24 años, el 15,09% señalaron que tienen entre 28 a 30 años y por último el 4,53% indicó que tienen 31 años o más.

Análisis

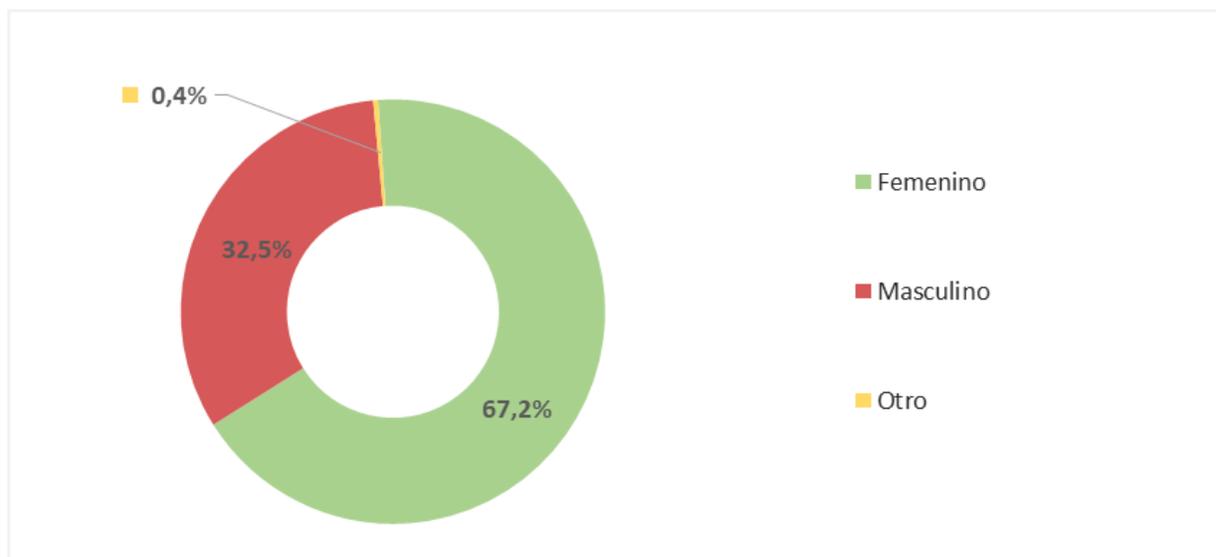
La mayoría de graduados comprenden una edad entre 25 a 27 años, solo una pequeña parte tienen más de 31 años, pues la edad promedio en la que un estudiante finaliza sus estudios es de 25.

Tabla 26

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	178	67,2	67,2	67,2
	Masculino	86	32,5	32,5	99,6
	Otro	1	0,4	0,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta Género.

Figura 28**Género**

Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta Género.

Interpretación

El 67,17% de los encuestados indicaron que pertenecen al género Femenino, mientras que el 32,45% señalaron que forman parte del género Masculino, un 0,38% colocó otro.

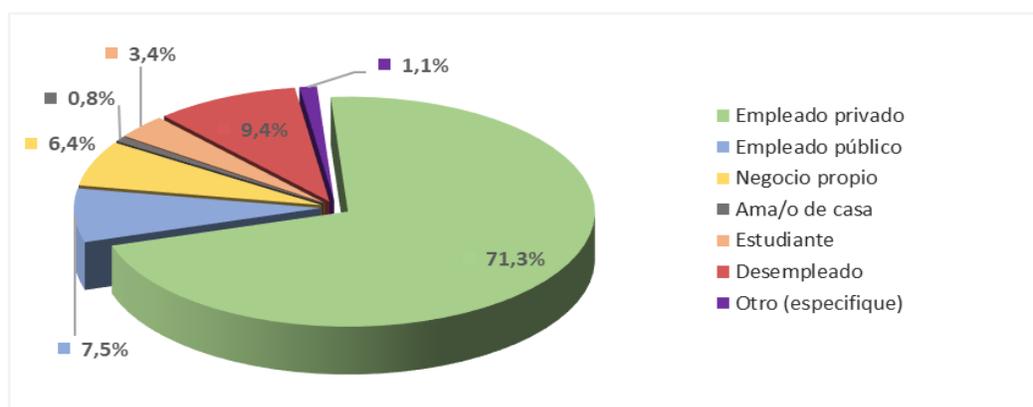
Análisis

La mayoría de los graduados forman parte del género femenino, por lo tanto se puede evidenciar que siempre existe la tendencia que más mujeres toman la decisión por estudiar una carrera administrativa y la culminan con un rotundo éxito no abandonando y manteniéndose en la carrera hasta graduarse.

Tabla 27*Indique cuál es su estado actual*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empleado privado	189	71,3	71,3	71,3
	Empleado público	20	7,5	7,5	78,9
	Negocio propio	17	6,4	6,4	85,3
	Ama/o de casa	2	0,8	0,8	86,0
	Estudiante	9	3,4	3,4	89,4
	Desempleado	25	9,4	9,4	98,9
	Otro (especifique)	3	1,1	1,1	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta Indique cuál es su estado actual.

Figura 29*Indique cuál es su estado actual*

Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta Indique cuál es su estado actual.

Interpretación

El 71,32% de los encuestados señaló que su estado actual es Empleado privado, el 9,43% mencionaron que se encuentran Desempleados, el 7,55% indicó que pertenecen a Empleado público, el 6,42% cuenta con negocio propio, el 3,40% colocó estudiante y el 0,75% seleccionó ama/o de casa.

Análisis

Se puede observar que la mayoría de los graduados se encuentran laborando en empresas del sector privado, en específico 188 personas lo que es un buen indicador frente a tan solo 25 personas que actualmente no cuenta con empleo.

Tabla 28

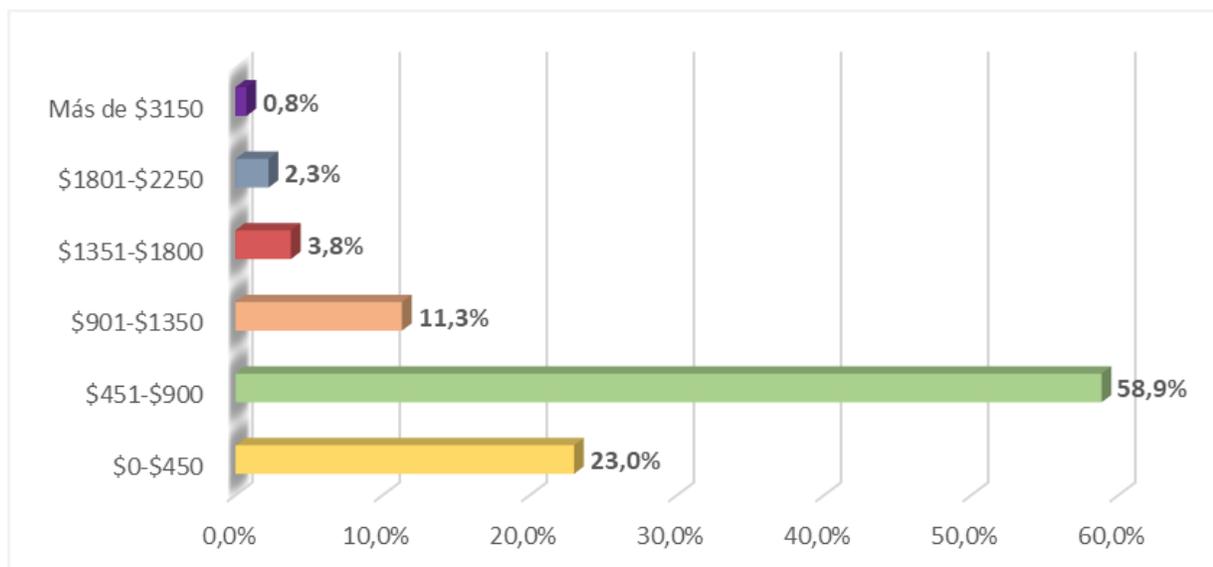
Indique cuál es su ingreso mensual promedio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$0-\$450	61	23,0	23,0	23,0
	\$1351-\$1800	10	3,8	3,8	26,8
	\$1801-\$2250	6	2,3	2,3	29,1
	\$451-\$900	156	58,9	58,9	87,9
	\$901-\$1350	30	11,3	11,3	99,2
	Más de \$315	2	0,8	0,8	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta Indique cuál es su ingreso mensual promedio.

Figura 30

Indique cuál es su ingreso mensual promedio



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta Indique cuál es su ingreso mensual promedio.

Interpretación

El 58,87% de los encuestados indicó que su ingreso mensual es del \$451 a \$900, el 23,02% señaló que perciben un ingreso de \$0 a \$450, el 11,32% colocó que tiene ingresos de \$901 a \$1350, el 3,77% percibe ingresos de \$1351 a \$1800 y el 2,25% seleccionó que sus ingresos son de \$1801 a \$2250.

Análisis

Según los datos obtenidos se puede observar que la mayoría de graduados perciben un sueldo de \$451 a \$900, lo que indica que en promedio un graduado de Licenciatura en Contabilidad tiene ingresos superiores al Salario Básico Unificado.

Tabla 29

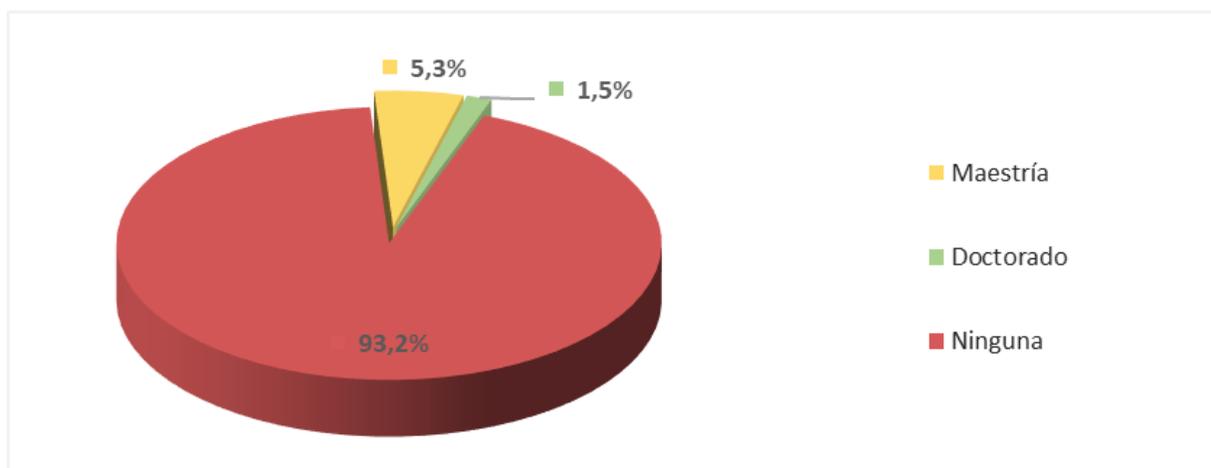
¿Realizó algún estudio de postgrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Maestría	14	5,3	5,3	5,3
	Doctorado	4	1,5	1,5	6,8
	Ninguna	247	93,2	93,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Nota. Muestra la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Realizó algún estudio de postgrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?

Figura 31

¿Realizó algún estudio de postgrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?



Nota. Indica la percepción de los encuestados de la pregunta ¿Realizó algún estudio de postgrado en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE?

Interpretación

El 93,21% de los encuestados señaló que no han realizado ningún estudio de postgrado de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, el 5,28% ha realizado una maestría y el 1,51% un doctorado.

Análisis

Las cifras arrojadas por esta pregunta son muy alarmantes, porque existen graduados que todavía no tienen un interés por estudiar una maestría y peor aún un doctorado, cabe resaltar que no importa la universidad o instituto que escoja, el graduado no ha realizado una maestría o un doctorado. Con respecto a estos datos debemos tomarlo como una gran oportunidad, para proponer muchas promociones o un plan de comunicación para captar a este potencial mercado. También debemos acompañar esta gran oportunidad con eventos, shows y reuniones sociales para incentivar el cursar maestrías o doctorados en la Institución.

Análisis Bivariado

Los datos de este estudio no pertenecen a una distribución normal, debido a que en la prueba de Kolmogorow - Smirnov Lillifors el valor de significación obtenido fue inferior a α : 0,2 (Morales & Rodriguez, 2016).

Tabla 30

Prueba de normalidad

		Pertenencia e Identidad	Compromiso Institucional
N		265	265
Parámetros normales^{a,b}	Media	4,18	4,06
	Desv. estándar	0,943	0,975
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0,261	0,236
	Positivo	0,191	0,168
	Negativo	-0,261	-0,236
Estadístico de prueba		0,261	0,236
Sig. asin. (bilateral)^c		0,000	0,000

Nota. Resultados obtenidos en la prueba de normalidad.

Por lo tanto, se sugiere que la distribución de datos no sigue una distribución normal, por lo que se eligió la prueba de chi-cuadrado como estadística de prueba para este estudio.

El estadístico chi-cuadrado compara los resultados obtenidos con los esperados, dando un valor, con el cual, se decide si aceptar o rechazar la hipótesis en cuestión, al permitir determinar si la incidencia de la variable independiente es positiva con respecto a la variable dependiente (Cerdeira & Villaroel, 2008).

No obstante, se realizó una agrupación con respecto a las categorías de la escala de Likert, antes de aplicar la prueba de chi-cuadrado, esto para obtener una comprobación de las hipótesis de investigación con mayor claridad y precisión (Novoa Heckel et al., 2016). La agrupación se realizó con la siguiente combinación, totalmente en desacuerdo y en desacuerdo en la categoría (1) en desacuerdo; en la categoría (2) indiferente; finalmente, de acuerdo y totalmente de acuerdo se agrupan en la categoría (3) de acuerdo.

Al momento que los resultados de una investigación son sometidos a la prueba de chi-cuadrado, se puede aseverar la asociación entre dos variables con un sustento estadístico, con ello, se establece que, si los resultados obtenidos distan significativamente a los resultados esperado, se puede rechazar la hipótesis nula (H_0) (Cerdeira & Villaroel, 2008).

El nivel de significancia para la prueba chi-cuadrado es de 0.05, con un valor de grados de libertad de 4, debido a la agrupación de variables previamente detallada, dicho esto y en base al valor crítico observado (véase Apéndice 3) de 9.488, se procede a comprobar las hipótesis previamente establecidas (Lind et al., 2012).

Hipótesis 1

Hipótesis 1.1

H_0 : La dimensión afectiva no incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

H_1 : La dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

Nivel de significancia α : 0.05

Grados de libertad: 4

Tabla 31*Tabla de contingencia N111 - N211*

		¿Los docentes sugerían y promovían nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados?			
		Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total
¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?	Desacuerdo	13	3	1	17
	Indiferente	18	15	2	35
	De acuerdo	35	79	99	213
Total		66	97	102	265

Nota. Muestra la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

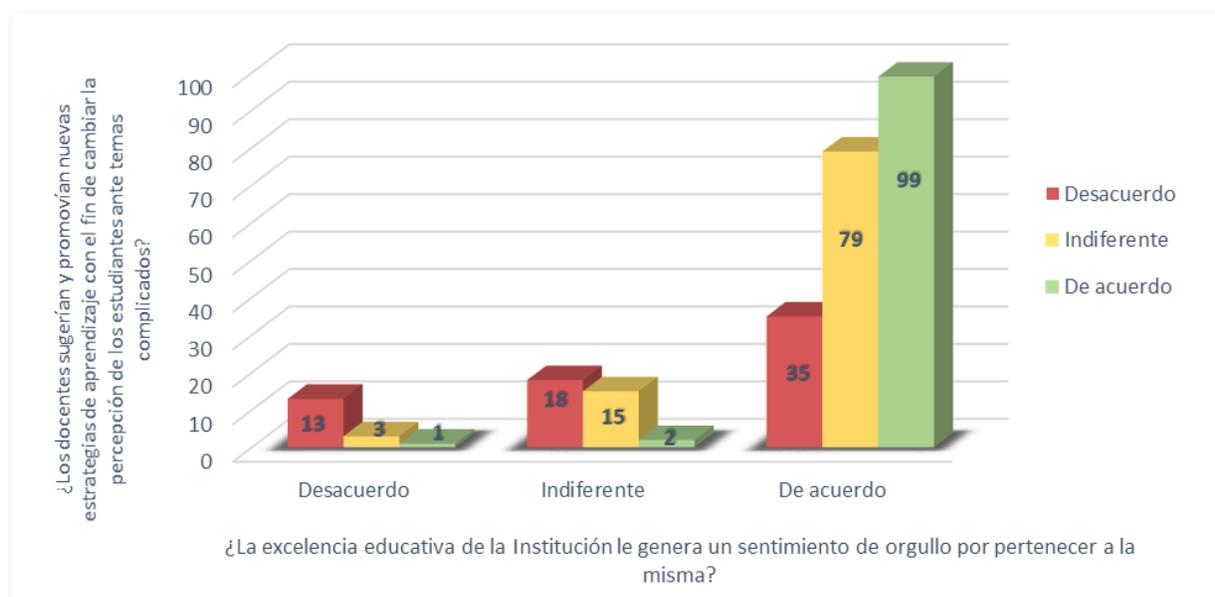
Tabla 32*Pruebas de chi-cuadrado N111 - N211*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	54,229 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitud	54,549	4	0,000
Asociación lineal por lineal	46,400	1	0,000
N de casos válidos	265		

Nota. Resultados obtenidos de la prueba chi-cuadrado con respecto a la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Figura 32

Representación gráfica N111 - N211



Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Interpretación

La tabla 34 muestra el valor correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, se puede observar que el valor de significancia asintótica (bilateral) es menor que $\alpha = 0.05$ y el valor crítico obtenido es de 9.488, por ende es menor al valor del estadístico chi-cuadrado calculado de 54.229, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_1), indicando que la dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Análisis

Se puede observar que la excelencia educativa va de la mano con la metodología de enseñanza de los docentes pues al promover nuevas estrategias de aprendizaje con el fin de cambiar la percepción de los estudiantes ante temas complicados hizo que los estudiantes cumplan con sus objetivos académicos y por ende sientan orgullo por pertenecer a la Universidad.

Hipótesis 1.2

H₀: La dimensión afectiva no incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

H₁: La dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

Nivel de significancia α : 0.05

Grados de libertad: 4

Tabla 33*Tabla de contingencia N111 - N214*

		¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes?			
		Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total
¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?	Desacuerdo	17	0	0	17
	Indiferente	16	16	3	35
	De acuerdo	52	62	99	213
Total		85	78	102	265

Nota. Muestra la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

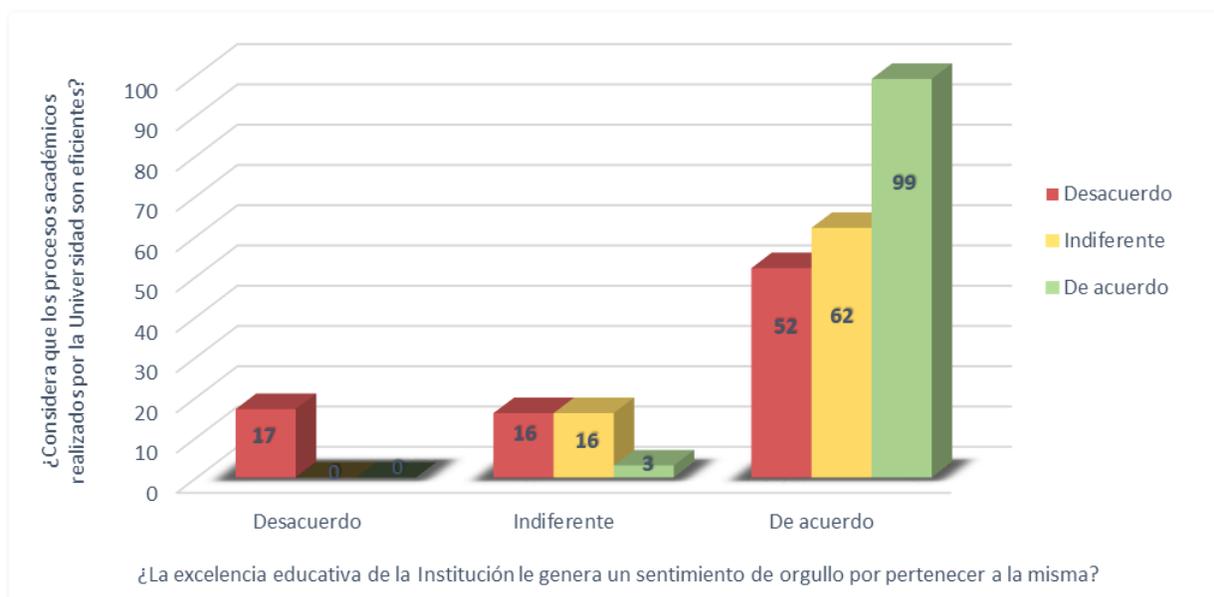
Tabla 34*Pruebas de chi-cuadrado N111 - N214*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	56,759 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitud	62,645	4	0,000
Asociación lineal por lineal	44,165	1	0,000
N de casos válidos	265		

Nota. Resultados obtenidos de la prueba chi-cuadrado con respecto a la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Figura 33

Representación gráfica N111 - N214



Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Interpretación

La tabla 36 muestra el valor correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, se puede observar que el valor de significancia asintótica (bilateral) es menor que $\alpha = 0.05$ y el valor crítico obtenido es de 9.488, por ende es menor al valor del estadístico chi-cuadrado calculado de 56.759, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_1), indicando que la dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Análisis

La percepción de los graduados ante los procesos de la Universidad es dividida, y no hay una clara tendencia, porque al momento de hablar de excelencia en procesos se carece bastante de practicidad, rapidez y facilidad al intentar hacer un trámite o papeleo, aun así la Universidad innova en sus procesos constantemente para alcanzar efectividad en procesos.

Hipótesis 1.3

H_0 : La dimensión afectiva no incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

H_1 : La dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

Nivel de significancia α : 0.05

Grados de libertad: 4

Tabla 35

Tabla de contingencia N113 - N213

		¿Sus expectativas frente a los profesores y sus actividades a desarrollar fueron cumplidas?			
		Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total
¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes?	Desacuerdo	32	32	9	73
	Indiferente	19	38	21	78
	De acuerdo	10	25	79	114
Total		61	95	109	265

Nota. Muestra la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE.

Tabla 36

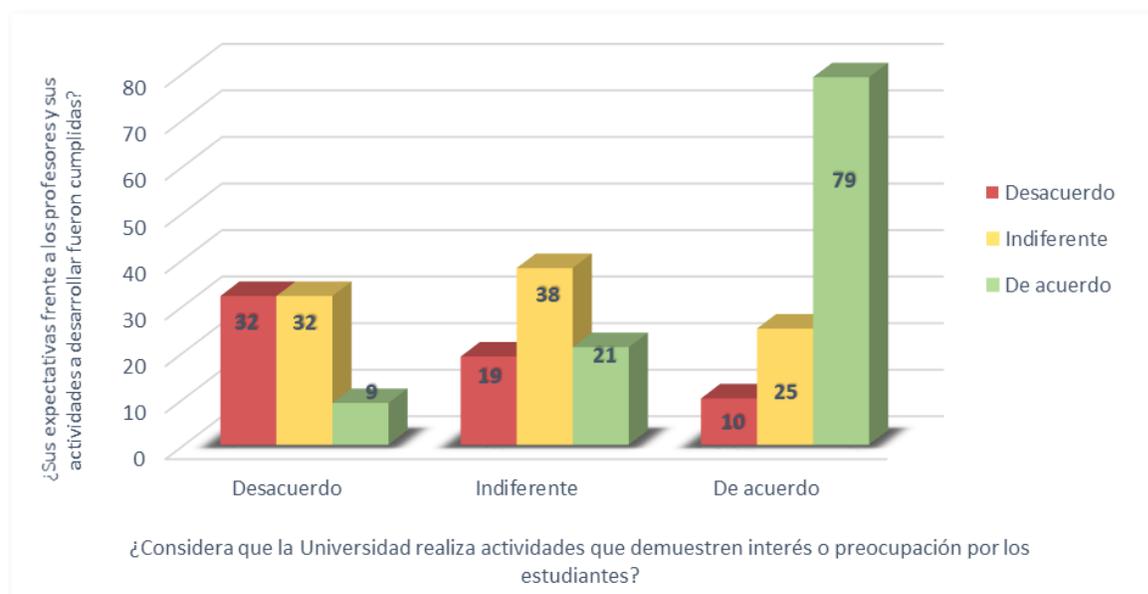
Pruebas de chi-cuadrado N113 - N213

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	75,459 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitud	78,621	4	0,000
Asociación lineal por lineal	64,799	1	0,000
N de casos válidos	265		

Nota. Resultados obtenidos de la prueba chi-cuadrado con respecto a la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Figura 34

Representación gráfica N113 - N213



Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Interpretación

La tabla 38 muestra el valor correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, se puede observar que el valor de significancia asintótica (bilateral) es menor que $\alpha = 0.05$ y el valor crítico obtenido es de 9.488, por ende es menor al valor del estadístico chi-cuadrado calculado de 75.459, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_1), indicando que la dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Análisis

Se puede deducir que al cumplir los docentes con las expectativas de los estudiantes se generó la percepción de que la Universidad se preocupa por sus estudiantes, siendo así que la parte afectiva incide en la académica.

Hipótesis 1.4

H_0 : La dimensión afectiva no incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

H_1 : La dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

Nivel de significancia α : 0.05

Grados de libertad: 4

Tabla 37*Tabla de contingencia N114 - N212*

		¿Considera que los procesos académicos realizados por la Universidad son eficientes?			
		Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total
¿Considera que la universidad influyó en sus valores y perspectivas sobre la vida y el trabajo?	Desacuerdo	27	13	4	44
	Indiferente	32	23	7	62
	De acuerdo	26	42	91	159
Total		85	78	102	265

Nota. Muestra la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

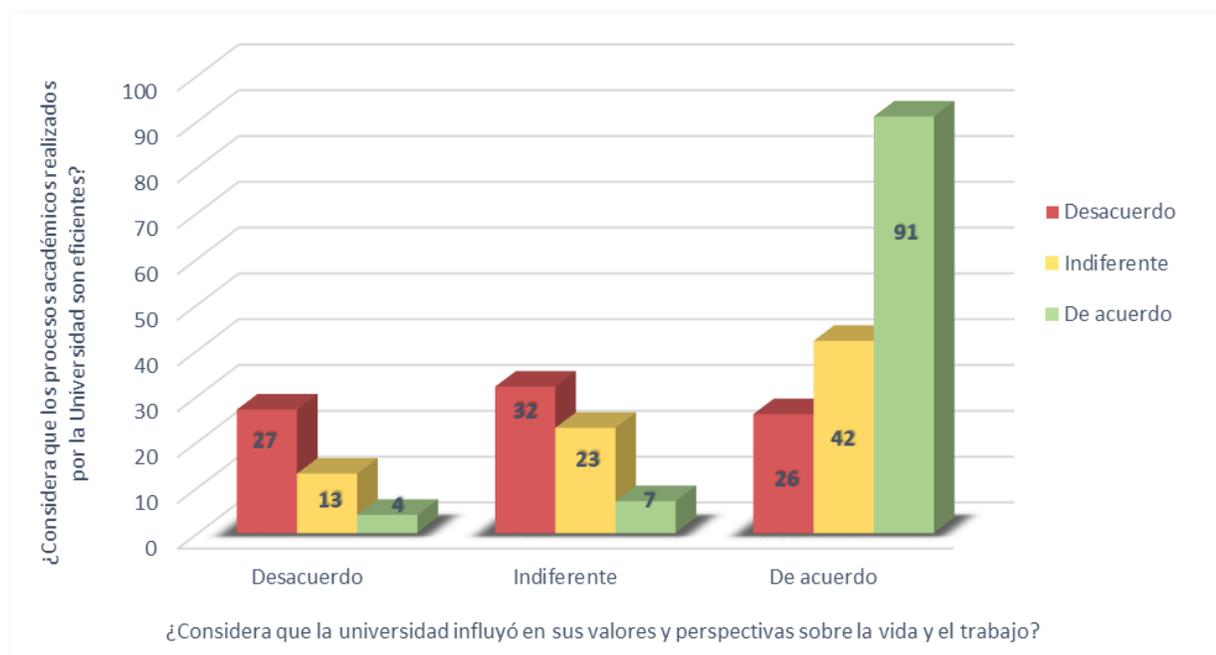
Tabla 38*Pruebas de chi-cuadrado N114 - N212*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	69,438 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitud	75,579	4	0,000
Asociación lineal por lineal	60,292	1	0,000
N de casos válidos	265		

Nota. Resultados obtenidos de la prueba chi-cuadrado con respecto a la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Figura 35

Representación gráfica N114 - N212



Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Análisis

La tabla 40 muestra el valor correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, se puede observar que el valor de significancia asintótica (bilateral) es menor que $\alpha = 0.05$ y el valor crítico obtenido es de 9.488, por ende es menor al valor del estadístico chi-cuadrado calculado de 69.438, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_1), indicando que la dimensión afectiva incide en la dimensión académica de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Hipótesis 2

Hipótesis 2.1

H₀: La dimensión afectiva no incide en la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

H₁: La dimensión afectiva incide en la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

Nivel de significancia α : 0.05

Grados de libertad: 4

Tabla 39

Tabla de contingencia N115 - N312

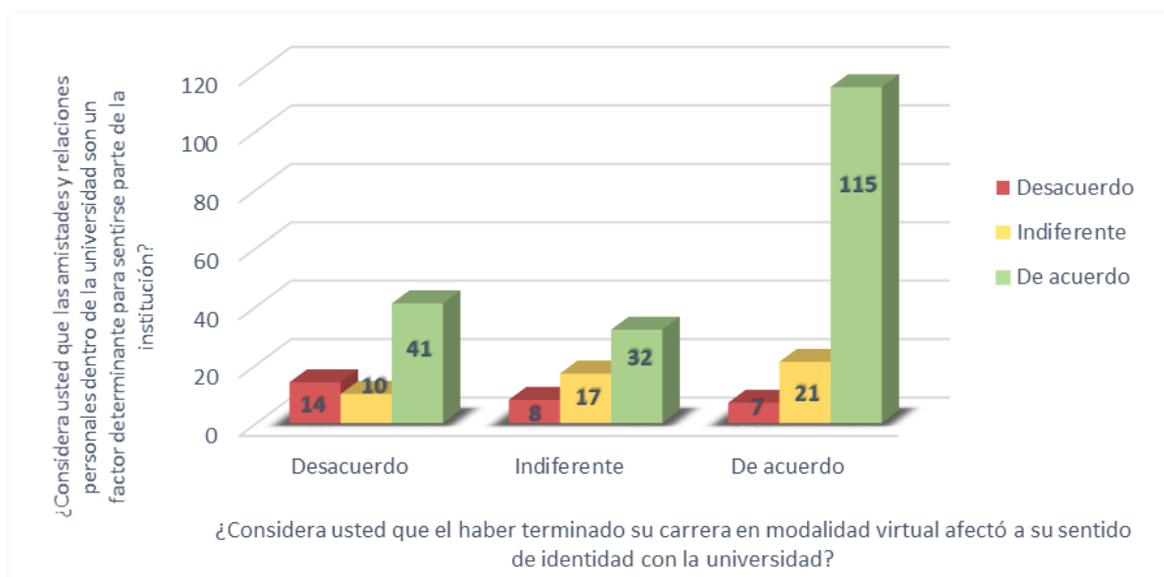
		¿Considera usted que las amistades y relaciones personales dentro de la universidad son un factor determinante para sentirse parte de la institución?			
		Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total
¿Considera usted que el haber terminado su carrera en modalidad virtual afectó a su sentido de identidad con la universidad?	Desacuerdo	14	10	41	65
	Indiferente	8	17	32	57
	De acuerdo	7	21	115	143
Total		29	48	188	265

Nota. Muestra la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Tabla 40*Pruebas de chi-cuadrado N115 - N312*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,594 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitud	20,777	4	0,000
Asociación lineal por lineal	13,723	1	0,000
N de casos válidos	265		

Nota. Resultados obtenidos de la prueba chi-cuadrado con respecto a la dimensión afectiva en relación a la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Figura 36*Representación gráfica N115 - N312*

Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Interpretación

La tabla 42 muestra el valor correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, se puede observar que el valor de significancia asintótica (bilateral) es menor que $\alpha = 0.05$ y el valor crítico obtenido es de 9.488, por ende es menor al valor del estadístico chi-cuadrado calculado de 21.594, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_1), indicando que la dimensión afectiva incide en la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Análisis

Se puede observar que tienen gran afinidad la parte de relacionarse socialmente con sentirse parte de la Universidad, lo que se ve afectado en época de COVID pues las clases ya no se llevaron a cabo de forma presencial sino en modalidad virtual lo que dificulta el desarrollo de la vida social de los graduados.

Hipótesis 2.2

H_0 : La dimensión afectiva no incide en la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

H_1 : La dimensión afectiva incide en la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

Nivel de significancia α : 0.05

Grados de libertad: 4

Tabla 41*Tabla de contingencia N116 - N313*

		¿Considera usted que los eventos sociales o reuniones informales serían una mejor estrategia para atraer y fomentar la participación de los graduados con la universidad?			
¿Considera usted que el implementar el uso de souvenir (chompas, uniformes, gorras) que identifiquen a cada carrera ayudaría a que los estudiantes se sientan más identificados con la universidad?		Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total
	Desacuerdo	7	17	23	47
	Indiferente	2	18	21	41
	De acuerdo	8	17	152	177
Total		17	52	196	265

Nota. Muestra la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

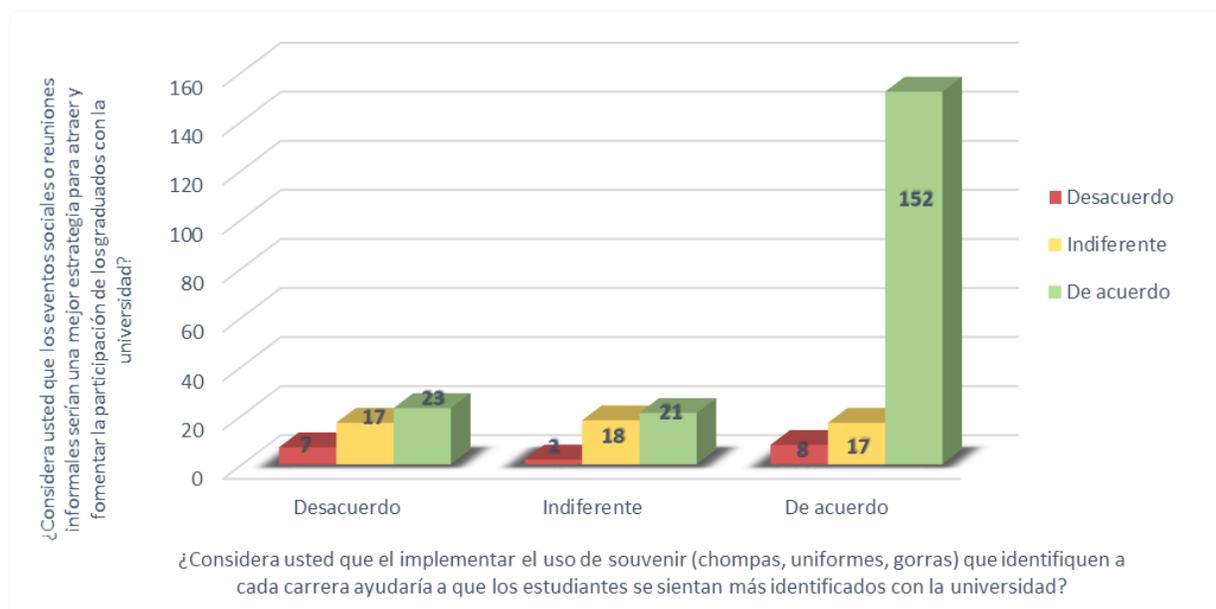
Tabla 42*Pruebas de chi-cuadrado N116 - N313*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	44,581 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitud	41,554	4	0,000
Asociación lineal por lineal	28,898	1	0,000
N de casos válidos	265		

Nota. Resultados obtenidos de la prueba chi-cuadrado con respecto a la dimensión afectiva en relación a la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Figura 37

Representación gráfica N115 - N412



Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Interpretación

La tabla 44 muestra el valor correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, se puede observar que el valor de significancia asintótica (bilateral) es menor que $\alpha = 0.05$ y el valor crítico obtenido es de 9.488, por ende es menor al valor del estadístico chi-cuadrado calculado de 44.581, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_1), indicando que la dimensión afectiva incide en la dimensión social de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Análisis

En base a estos resultados se puede deducir que las actividades de tipo recreativo son de alta relevancia para los graduados, adicional tiene relación con el hecho de que el usar souvenirs representativos de la Universidad y sus carreras les permite tener o recuperar su sentido de identidad con la institución.

Hipótesis 3

Hipótesis 3.1

H₀: La dimensión afectiva no incide en la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

H₁: La dimensión afectiva incide en la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

Nivel de significancia α : 0.05

Grados de libertad: 4

Tabla 43*Tabla de contingencia N111 - N411*

		¿Las aulas de la universidad se prestaban idóneas para el desarrollo de las actividades académicas (Infocus, iluminación, mesas, sillas, etc.)?			
		Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total
¿La excelencia educativa de la Institución le genera un sentimiento de orgullo por pertenecer a la misma?	Desacuerdo	7	6	4	17
	Indiferente	5	22	8	35
	De acuerdo	10	42	161	213
Total		22	70	173	265

Nota. Resultados obtenidos de la prueba chi-cuadrado con respecto a la dimensión afectiva en relación a la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

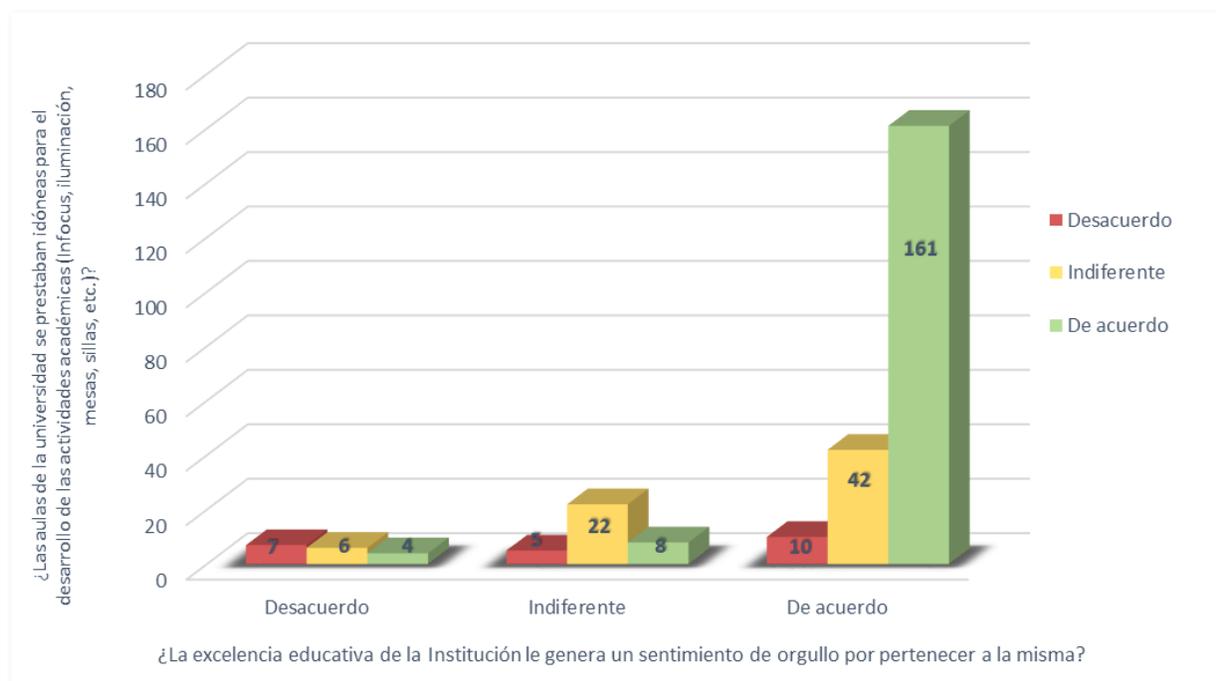
Tabla 44*Pruebas de chi-cuadrado N111 - N411*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	66,352 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitud	55,742	4	0,000
Asociación lineal por lineal	51,025	1	0,000
N de casos válidos	265		

Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Figura 38

Representación gráfica N111 - N411



Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Interpretación

La tabla 46 muestra el valor correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, se puede observar que el valor de significancia asintótica (bilateral) es menor que $\alpha = 0.05$ y el valor crítico obtenido es de 9.488, por ende es menor al valor del estadístico chi-cuadrado calculado de 4.941, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_1), indicando que la dimensión afectiva incide en la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Análisis

Se puede observar que por motivo de COVID la modalidad virtual si afectó en el sentido de pertenencia de los graduados en el periodo 2021 y 2022; sin embargo, los graduados sienten que la Universidad si se adaptó correctamente a las clases en línea.

Hipótesis 3.2

H₀: La dimensión afectiva no incide en la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

H₁: La dimensión afectiva incide en la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022

Nivel de significancia α : 0.05

Grados de libertad: 4

Tabla 45

Tabla de contingencia N113 - N413

		¿La universidad le informó acerca de los beneficios que ofrece el "Alumni" a los graduados?			
		Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total
¿Considera que la Universidad realiza actividades que demuestren interés o preocupación por los estudiantes?	Desacuerdo	53	16	4	73
	Indiferente	40	31	7	78
	De acuerdo	33	26	55	114
Total		126	73	66	265

Nota. Muestra la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Tabla 46

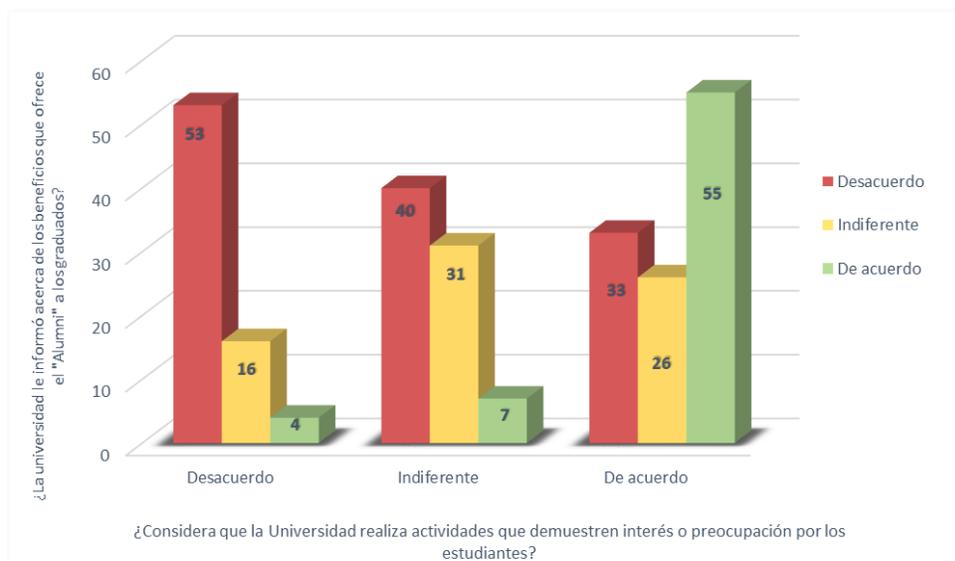
Pruebas de chi-cuadrado N113- N413

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	68,088 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitud	70,087	4	0,000
Asociación lineal por lineal	52,792	1	0,000
N de casos válidos	265		

Nota. Resultados obtenidos de la prueba chi-cuadrado con respecto a la dimensión afectiva en relación a la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Figura 39

Representación gráfica N113 - N413



Nota. Indica la percepción de los encuestados sobre la dimensión afectiva en relación a la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Interpretación

La tabla 48 muestra el valor correspondiente a la prueba Chi Cuadrado, se puede observar que el valor de significancia asintótica (bilateral) es menor que $\alpha = 0.05$ y el valor crítico obtenido es de 9.488, por ende es menor al valor del estadístico chi-cuadrado calculado de 68.088, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis nula (H0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H1), indicando que la dimensión física incide en la dimensión física de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022.

Análisis

Se puede observar que existe cierto descontento con respecto a si la Universidad informó acerca de los beneficios del Alumni a los graduados mientras cursaban sus estudios, pues no tenían conocimiento de este servicio.

Tabla 47

Tabla resumen hipótesis

	H1				H2		H3	
	N111 - N211	N111 - N214	N113 - N213	N114 - N212	N115 - N312	N116 - N313	N111 - N411	N113 - N413
Chi-cuadrado	54,229	56,759	75,459	69,438	21,594	44,581	66,352	68,088
Valor crítico	9,488	9,488	9,488	9,488	9,488	9,488	9,488	9,488
Significación Aproximada	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Significancia	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Se acepta H0								
Se rechaza H0	x	x	X	x	x	x	x	x

Nota. Muestra los resultados obtenidos para cada una de las hipótesis del estudio.

Con el fin de determinar la confiabilidad de la escala que se utilizó en el trabajo, se calculó el alfa de Cronbach, el cual debe ser mayor a 0,7, para considerarse aceptable (Gliem & Gliem, 2003). Así, en la Tabla 49, el alfa de Cronbach de este estudio es de 0.911, el cual se considera como un excelente nivel de confianza, por lo que se puede observar la relación entre las variables antes enunciadas.

Tabla 48

Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,911	0,913	18

Nota. Alfa de Cronbach Global correspondiente al estudio.

Conclusiones de la aplicación de la encuesta

En base a los resultados obtenidos en el análisis univariado y bivariado se pudo evidenciar que en general, si existe un alto sentido de pertenencia e identidad de los graduados hacia la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, pues manifiestan sentir orgullo de haber cursado sus estudios en la misma, sin embargo, la falta de comunicación efectiva provoca la ausencia de los graduados hacia las actividades que realiza la Institución. Además, un factor importante que influyó para que los graduados del 2021 y 2022 no tengan un alto sentido de pertenencia e identidad fue la pandemia por COVID 19, pues, el hecho de no asistir físicamente a las instalaciones afectó el desarrollo de su parte social y académica.

Finalmente, podemos concluir que un 50% de los graduados siente que la universidad si influyo en sus principios y valores, los graduados manifiestan que las herramientas (espacios físicos, plataformas, espacios recreativos, videoconferencias, material didáctico) que brinda la universidad fueron las adecuadas para afrontar la vida laboral y empresarial, puesto que, la marca ESPE tiene un peso fundamental para influir positivamente en el ingreso a un puesto de trabajo digno y de calidad, pues la imagen de la Universidad es de excelencia, lo que brinda a los graduados más oportunidades de conseguir un buen empleo o tener la visión necesaria para establecer su propia empresa.

Capítulo V

Desarrollo de las Propuestas

Las propuestas estratégicas que se detallarán a continuación tienen el objetivo de desarrollar el sentido de pertenencia e identidad de los graduados de las carreras administrativas de la ESPE en el 2021 & 2022, con el fin de conseguir un mayor compromiso institucional.

Estrategia 1

Tarjeta Institucional

En base a los resultados de la pregunta N413 véase en el apéndice C y la relación que se hizo con las otras dimensiones (afectiva y social) hemos desarrollado la propuesta de una tarjeta institucional para brindar un valor inicial y fortalecer los beneficios del Alumni donde se va a otorgar un carnet de graduados a sus ex estudiantes con beneficios de empresas privadas, ya sean bonos, descuentos, etc.

La tarjeta institucional se identificará por 3 categorías:

1. Platinum (0 a 30 puntos)
2. Golden (31 a 70 puntos)
3. Black (71 a 100 puntos)

Se llevará a cabo un programa de puntos el cual permitirá registrar cierta cantidad de puntos cuando los graduados asistan a las actividades como charlas, conferencias, ferias, campeonatos.

Beneficios Alumni por categoría

La idea es ofrecer precios preferenciales en Maestrías y Doctorados, adicional otorgar certificados sobre cursos que son relevantes para la vida laboral como Microsoft Excel, Power BI, Educación financiera, SAP, etc., a estudiantes graduados de la ESPE, lo cual permitiría fortalecer el perfil profesional de los graduados.

La distribución se realizaría de la siguiente forma:

1. Platinum

Descuento del 5% en maestrías y cursos que ofrece la Universidad de las Fuerzas Armadas en comparación con el precio al público general.

2. Golden

Descuento del 10% en maestrías y cursos que ofrece la Universidad de las Fuerzas Armadas en comparación con el precio al público general.

3. Black

Descuento del 20% en maestrías y cursos que ofrece la Universidad de las Fuerzas Armadas en comparación con el precio al público general.

Se recomienda contratar un pasante de las carreras administrativas de la ESPE, quien se encargará de llevar el control del programa de puntos, y actualización de la base de datos. Se realizaría periódicamente para mantener la propuesta activa.

Dentro de las actividades de interés para los graduados que se desean llevar a cabo están:

- Realizar un evento de networking que se refiere a la organización de ciertas acciones por parte de profesionales y empresas en busca de aumentar su red de contactos. Se basa en establecer relaciones beneficiosas para ambas partes con

el propósito de crear convenios, cabe resaltar que la bolsa de empleo debe trabajar a la par con unidad de seguimiento a graduadas con el objetivo de hacer ferias, foros, congresos y talleres de empleo presenciales, donde se den charlas y presentaciones de marca empresariales relevantes del país.

- Organizar eventos como bailes de gala y campeonatos deportivos periódicamente para que motiven a los graduados a seguir sintiendo pertenencia por la Universidad.
- Planificar casas abiertas, exposición de emprendimientos y negocios personales de los graduados, para que los estudiantes actuales puedan observar cómo sus compañeros han logrado cumplir con sus objetivos después de salir de la Universidad.
- Actividades que involucren graduados y nuevos estudiantes, que cuenten su experiencia en la Universidad y el ámbito laboral. / concurso
- Organizar novatadas con los estudiantes de nuevo ingreso, donde se pueda realizar una correcta y dinámica integración para que sientan un vínculo con la Universidad desde que inician su carrera.

Las actividades tendrán un valor de 3 puntos; es decir, cada vez que un graduado registre su asistencia a este tipo de eventos que se desarrollen de forma presencial o virtual va a acumular sus puntos para poder escalar de categoría y obtener mejores beneficios por parte de la Tarjeta Institucional.

Se propone otorgar la categoría "GOLDEN" directamente a los 3 mejores estudiantes de cada promoción para recompensar el esfuerzo y dedicación que han realizado durante su etapa estudiantil.

Estrategia 2

Actualizar los logos y slogan de las carreras de Contabilidad y Comercio Exterior de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE para mejorar y refrescar la representación visual y adicional crear una frase corta que enfatice los valores y la misión de cada carrera.

Actualización de Logo y Slogan

Licenciatura en Comercio Exterior

Logo Actual

Figura 40

Logo actual Licenciatura en Comercio Exterior



Nota. La figura muestra el logo actual de Licenciatura en Comercio Exterior

Propuesta 1**Figura 41**

Propuesta 1 Logo Comercio Exterior



Nota. La figura muestra la propuesta 1 Logo Comercio Exterior

Propuesta 2**Figura 42**

Propuesta 2 Logo Comercio Exterior



Nota. La figura muestra la propuesta 2 Logo Comercio Exterior.

Significado de los colores:

- **Azul:** Transmite confianza y fiabilidad, además es un color que representa elegancia y también se asocia con la productividad.
- **Gris:** Está relacionado con la exclusividad, la simplicidad además el gris representa la neutralidad y el equilibrio, pero también es un color refinado elegante, y sofisticado.

Slogan**Propuesta 1**

Comercio Exterior, sinónimo de innovación

Propuesta 2

Comex, el mundo a tu alcance

Licenciatura en Contabilidad y Auditoría**Logo Actual****Figura 43**

Logo actual Licenciatura en Contabilidad



Nota. La figura muestra el logo actual de Contabilidad.

Propuesta 1

Figura 44

Propuesta 1 Logo Contabilidad



Nota. La figura muestra la propuesta 1 de logo para Contabilidad.

Significado de los colores:

- **Rojo:** El color transmite seguridad, pasión, fuerza, poder, energía, audacia y ser dinámico.
- **Verde:** Este color es el más relajante y tranquilizador, ya que tiene como significado la estabilidad, armonía y tranquilidad, pero otra característica a resaltar es la esperanza.

Slogan

Propuesta 1

Nuestro balance perfecto es la excelencia e innovación.

Estrategia 3

Se desea utilizar y posicionar el slogan “YO SOY ESPE”, que es práctico, de fácil y rápida recordación, el cual será implementado en souvenirs como chompas, uniformes, gorras, mochilas, tomatodos, libretas, etc, que acompañado del logo de cada carrera identifiquen a cada una, para que los estudiantes y graduados se sientan más identificados con la Universidad.

A continuación, se adjuntan ilustraciones con la propuesta del logo en material POP:

Figura 45

Modelo chompa ESPE



Nota. La figura muestra el modelo chompa ESPE

Figura 46

Modelos gorras ESPE



Nota. La figura muestra modelos gorras ESPE.

Figura 47

Modelos tomatodo ESPE



Nota. La figura muestra Modelos tomatodo ESPE

Figura 48

Modelo camiseta hombre ESPE



Nota. La figura muestra modelo camiseta hombre ESPE

Figura 49

Modelo camiseta mujer ESPE



Nota. Modelo camiseta mujer ESPE

Figura 50

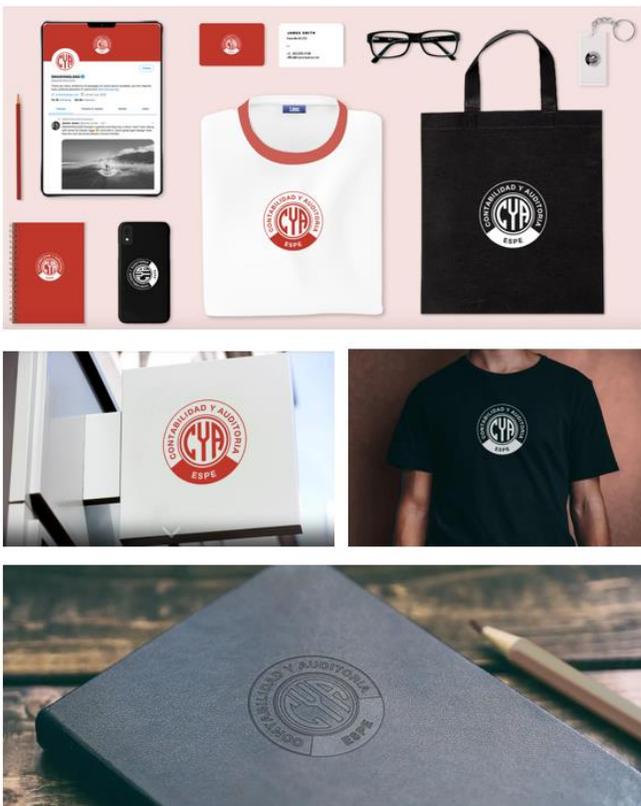
Modelo camiseta Unisex ESPE



Nota. La figura muestra modelo camiseta Unisex ESPE.

Figura 51

Material POP varios Contabilidad



Nota. La figura muestra material POP varios Contabilidad.

Figura 52

Propuesta tarjetas institucionales (graduados)



Nota. Tarjetas institucionales para graduados

Presupuesto

A continuación, se presenta el presupuesto, donde se detallará el costo unitario y el valor total de los souvenirs que se pretende adquirir para los graduados de las Carreras de Contabilidad y Comercio Exterior de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Para la cantidad de productos se tomó como referencia el número de ex estudiantes que respondieron la encuesta que se llevó a cabo para desarrollar el presente proyecto.

Figura 53

Presupuesto elaboración souvenirs

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR BRUTO	IVA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tarjeta Institucional	265	\$ 1,20	\$ 0,14	\$ 1,34	\$ 356,16
Tomatodo Institucional (900ml)	265	\$ 4,00	\$ 0,48	\$ 4,48	\$ 1.187,20
Cuaderno Institucional (15cm X 20cm)	265	\$ 4,50	\$ 0,54	\$ 5,04	\$ 1.335,60
Chompa Institucional (S-M-L-XL)	265	\$ 12,00	\$ 1,44	\$ 13,44	\$ 3.561,60
Camiseta Institucional (S-M-L-XL)	265	\$ 8,00	\$ 0,96	\$ 8,96	\$ 2.374,40
Gorra Institucional	265	\$ 4,00	\$ 0,48	\$ 4,48	\$ 1.187,20
TOTAL					\$ 10.002,16

Nota. La tabla muestra el presupuesto

Conclusiones

En base a lo investigado y a los resultados obtenidos de cada hipótesis se concluyó que la dimensión afectiva incide directamente en las dimensiones física, académica y social, por lo tanto, podemos afirmar que el sentido de pertenencia e identidad influye directamente en el compromiso institucional de los graduados de las carreras administrativas de Contabilidad y Comercio Exterior de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Se determinó como un factor importante las amistades y relaciones personales, donde se muestra que el 35.85% de los encuestados consideran este factor valioso para identificarse como parte de la institución. Además, un 35.09% están totalmente de acuerdo con esta afirmación. Con esto llegamos a la conclusión que la interacción social y las conexiones personales juegan un papel significativo en la formación de un sentido de pertenencia en la universidad. En conjunto con aulas idóneas para el desarrollo de actividades académicas que brinden un entorno físico de aprendizaje adecuado. En resumen, al interpretar cada resultado se determina que los graduados no participan en las actividades extracurriculares de la universidad debido a que no muestra interés en las actividades propuestas (46.79%) y citan la falta de tiempo como otro factor importante (36.23%).

Finalmente, se construyen propuestas atractivas e interactivas para los graduados y estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE en base a los resultados obtenidos en el análisis univariado y bivariado, con la finalidad de fortalecer los vínculos afectivos y dar mayor relevancia a las dimensiones académica, física y social. Logrando aumentar de manera significativa el compromiso institucional que cada estudiante y graduado tiene con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Recomendaciones

Se recomienda a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE mejorar los canales de comunicación, pues como se pudo evidenciar existe gran desconocimiento de las actividades extracurriculares que se realizan para los graduados de la Institución. Dando como punto de mejora el mensaje que se transmite al momento de comunicar una idea o invitación a una actividad para los graduados, se deben emplear medios digitales como Facebook e Instagram, para que todos los estudiantes vigentes, graduados y público en general puedan mantenerse informados de forma constante e interactiva en las redes sociales formales de la Universidad.

Por otro lado, se sugiere que la Universidad plantee estrategias para generar afinidad con la Institución desde que los alumnos inician su proceso de nivelación, pues el sentido de pertenencia e identidad se va formando desde esa etapa. Es indispensable que tanto las dimensiones afectiva, física, académica y social trabajen en conjunto para que la percepción de los estudiantes hacia la Universidad sea la esperada.

Con los resultados expuestos y la elaboración de propuestas estratégicas se recomienda ponerlas en marcha para incentivar a los graduados a participar en las actividades que realiza la Universidad y así fomentar el sentido de pertenencia e identidad. Dando énfasis en que se aplique la estrategia de las tarjetas institucionales para graduados, ya que es la base para recolectar información actualizada de forma periódica como, por ejemplo: números de teléfono y correos electrónicos activos, con la finalidad de no perder el contacto con ellos para así tener la certeza de que, si van a recibir la información que se está difundiendo por medio de todos los canales de comunicación, dando como resultado que se mantenga nuestra imagen de excelencia e innovación.

Referencias

- Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338. Obtenido de e <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
- Allen, M., Witt, P., & Wheelless, L. (2006). The role of teacher immediacy as a motivational factor in student learning: Using meta-analysis to test a causal model. *Communication Education*, 55(1), 21-31. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/237441224_The_Role_of_Teacher_Immediacy_as_a_Motivational_Factor_in_Student_Learning_Using_Meta-Analysis_to_Test_a_Causal_Model
- Ángel, L. (2018). Teorías del aprendizaje y modelos pedagógicos implementados en la enseñanza de canto en la licenciatura en música de la UPN. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/9392/TE-20195.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. Obtenido de <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Arias, J., Covinos, M., & Caceres, M. (2020). Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacional en trabajos de investigación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 237-247. Obtenido de <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/73/46>
- Arteaga, G. (14 de March de 2022). *La unidad de análisis explicada (con ejemplos)*. Recuperado el 6 de Mayo de 2023, de TestSiteForMe: <https://www.testsiteforme.com/unidad-de-analisis/>

- Aspeé, J., Gonzalez, J., & Cavieres, E. (2018). El Compromiso Estudiantil en Educación Superior como Agencia Compleja. *Formación universitaria*, 11(4), 95-108. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062018000400095>
- Astin, A. (1999). Student involvement: A developmental theory for higher education. *Journal of College Student Development*, 40(5), 518-529. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.middlesex.mass.edu/ace/downloads/astininv.pdf>
- Augé, M. (1992). *Los no lugares: Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=235386>
- Augé, M. (1994). *El sentido de los otros*. Paidós. Obtenido de https://www.academia.edu/4570836/Auge_Marc_El_sentido_de_los_otros_Actualidad_de_la_antropologia
- Baumeister, R., & Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/15420847_The_Need_to_Belong_Desire_for_Interpersonal_Attachments_as_a_Fundamental_Human_Motivation
- Brea, L. (2014). Factores determinantes del sentido de pertenencia de los estudiantes de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra , Campus Santo Tomás de Aquino. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/963>
- Castells, M. (1997). *La era de la información, economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). Siglo XXI Editores. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.economia.unam.mx/lecturas/in-ae3/castellsm.pdf>

- Castillo, I., Balaguer, I., & Duda, J. (2003). Las teorías personales sobre el logro académico y su relación con la alienación escolar. *Psicothema*, 15(1), 75-81. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72715113>
- Cerda, J., & Villaroel, L. (2008). *Evaluación de la concordancia inter-observador en investigación pediátrica: Coeficiente de Kappa. a*. Revista chilena de pediatría, 78(4), 414-417. Obtenido de <https://doi.org/10.4067/S0370-41062007000400010>
- Chickering, A. W., & Reisser, L. (1993). *Education and identity* (2 ed.). San Francisco: Jossey-Bass. Obtenido de [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=976040](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=976040)
- Corona, A. (2020). El sentido de pertenencia, una estrategia de mejora en el proceso formativo en las artes. Estudio de caso en Danza en una universidad mexicana. *Páginas de Educación*, 13(2), 59-79. Obtenido de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-74682020000200059
- De Pontes, F. (2018). Arquitectura teórica del sentido de pertenencia en la Educación. *Revista Ciencias de la Educación*, 28(51), 94-104. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/51/art04.pdf>
- Deci, E., & Ryan, R. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000_DeciRyan_PIWhatWhy.pdf
- Gamoneda, L., & Pañellas, D. (2022). Identidades sociales: Un análisis bibliométrico. *Estudios del Desarrollo Social*, 10(1). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000100024

- Gliem, J., & Gliem, R. (2003). *Calculating, Interpreting, And Reporting Cronbach's Alpha. Reliability Coefficient For Likert-Type Scales*. Obtenido de <https://scholarworks.iupui.edu/handle/1805/344>
- Gomez, L. (2017). *El sentido de pertenencia como elemento del compromiso organizacional: factores que inciden en su desarrollo. [Tesis de posgrado]*. Universidad Santo Tomás. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4482/lopezangela2017.pdf?sequence=1>
- González, J., Afredo, J., Campo, M., & Hernández, M. (2023). *El sentido de pertenencia y el compromiso estudiantil en el contexto de educación superior a distancia con mediación virtual*. *Revista Educación*.
- Guanipa, L., & Angulo, M. (2020). La identidad social en la educación: hacia una participación ciudadana. *Desde el Sur*, 12(1), 155-166. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-09592020000100155
- Gutiérrez, S. (2020). El componente afectivo de las representaciones sociales. *Revista Cultura y Representaciones Sociales*, 15(29), 123-151.
- Huerta, A. (2018). El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo. *IE Rev. investig. educ. REDIECH*, 9(16), 83-97. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-85502018000100083
- Hurtado, S., Clayton-Pedersen, A., Allen, W., & Milem, J. (1999). Enhancing campus climates for racial/ethnic diversity: Educational policy and practice. *The Review of Higher Education*, 22(3), 267-293. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/236696144_Enhancing_Campus_Climates_for_RacialEthnic_Diversity_Educational_Policy_and_Practice

- Lind, W., Marchal, & Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. McGraw- Hill/Interamericana Editores. Obtenido de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1542>
- Manzano, A. (2019). *Compromiso organizacional y sentido de pertenencia en docentes: un estudio en una institución educativa pública y privada de quito-ecuador*. Instituto Tecnológico Superior Cordillera. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/download/220/179>
- Molina, V. (2017). La autenticidad. *Centro San Camilo vida y salud*, 85(1). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<http://cscbiblioteca.com/Psicologia%20OK/La%20Autenticidad.pdf>
- Morales, P., & Rodriguez, L. (2016). *APLICACIÓN DE LOS COEFICIENTES CORRELACIÓN DE KENDALL Y SPEARMAN*. Ucla.
- Muguirra, A. (s.f.). *Tipos de investigación y sus características*. Recuperado el 6 de Mayo de 2023, de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-de-mercados/>
- Musayón, R. S. (2021). *Factores que inciden en el sentido de pertenencia como complemento del compromiso organizacional en la institución educativa emblemática Juan Manuel Iturregui en Lambayeque en el año 2021 [Tesis de posgrado]*. Universidad Alas Peruanas. Obtenido de https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10160/Factores%20que%20inciden_Sentido%20de%20pertenencia_Compromiso%20organizacional_Instituci%c3%b3n%20Educativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nicholls, J. (1989). *The Competitive Ethos and Democratic Education*. MA: Harvard University Press. Obtenido de [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkozje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=527696](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkozje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=527696)

- Noboa, G., Asbun, J., & Sevilla, M. (2016). *Responsabilidad profesional aplicada a la farmacovigilancia: Un estudio de caso en México*. Acta bioethica. Obtenido de <https://doi.org/10.4067/S1726-569X2016000200014>
- Perez, J., Tarango, J., & Gonzalez, F. (2020). *Caracterización de la identidad universitaria y su importancia en el desarrollo institucional*. Revista Electrónica Científica de Investigación Educativa. Obtenido de <https://rediech.org/ojs/2017/index.php/recie/article/download/956/1248>
- Proshansky, H., Ittelson, W., & Rivlin, L. (1976). *Environmental psychology: People and their physical settings* (2 ed.). Holt, Rinehart and Winston.
- Rigo, D., & Rovere, R. (2021). *El compromiso académico estudiantil presente en una educación expandida por el uso de las TIC*. Revista Andina de Educación. Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/ree/article/view/2684/2616>
- Rigo, D., & Rovere, R. (2021). El compromiso académico estudiantil presente en una educación expandida por el uso de las TIC. *Revista Andina de Educación*, 4(2), 46-55. Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/ree/article/view/2684/2616>
- Sencio, R. (2021). *Factores que inciden en el sentido de pertenencia como complemento del compromiso organizacional en la institución educativa emblemática Juan Manuel Iturregui en Lambayeque en el año 2021*. Universidad Alas Peruanas. Obtenido de https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10160/Factores%20que%20inciden_Sentido%20de%20pertenencia_Compromiso%20organizacional_Instituci%3%b3n%20Educativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tajfel, H., & Turner, J. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. *Political psychology: Key readings*, 1(1), 276 - 293. Obtenido de <https://doi.org/10.4324/9780203505984-16>
- Turner, J. (1990). *Redescubrir el grupo social. Una teoría de la categorización del Yo*. Ediciones Morata.

Valle, B. (2017). *Factores determinantes en el sentido de pertinencia en la institución educativa Peruano Suizo*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14155/Valle_SBF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Apéndice