



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS



ESTUDIO DE LA IDENTIDAD
UNIVERSITARIA DE LOS ALUMNOS
DE LA DACEA DE LA UJAT

Trabajo recepcional bajo la modalidad de:

TESIS

Para obtener el grado de:
Maestro en Administración

Presenta:

Lic. Maricela Pérez Pérez

Bajo la Dirección de:

Dra. Deneb Elí Magaña Medina

En Co-Dirección:

Dra. Norma Aguilar Morales

Villahermosa, Tabasco. Agosto de 2019.



**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DIVISIÓN ACADÉMICA
DE CIENCIAS
ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS



**DIRECCIÓN
JEFATURA DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

Oficio No. JEP/256/19
Agosto 1 de 2019
Autorización de Impresión
Trabajo Recepcional.

**LIC. MARICELA PÉREZ PÉREZ
PASANTE DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
P R E S E N T E**

Me permito informarle que de acuerdo a los arts. 26 y 27 del reglamento de los Estudios de Posgrado, y habiendo cumplido satisfactoriamente con las observaciones que en el proceso de revisión se hicieron a su trabajo recepcional titulado:

**"ESTUDIO DE LA IDENTIDAD UNIVERSITARIA DE LOS ALUMNOS
DE LA DACEA-UJAT"**

Está usted autorizada para reproducirlo y pagar los derechos correspondientes para el examen de grado y concluir con los requisitos normales que establecen los ordenamientos de esta Casa de Estudios.

ATENTAMENTE

**DR. JORGE REBOLLO MEZA
ENCARGADO DE DESPACHO
DE LA DIRECCIÓN DE LA DACEA**

Universidad Juárez
Autónoma de Tabasco



DIVISION ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
DIRECCION

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Carta de Cesión de Derechos

La que suscribe, autoriza por medio del presente escrito a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco para que utilice tanto físico como digitalmente la tesis de grado denominada **“Estudio de la Identidad Universitaria de los Alumnos de la DACEA de la UJAT”**, de la cual soy autora y titular de los Derechos de Autor.

La finalidad del uso por parte de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de la tesis mencionada, será única y exclusivamente para difusión, educación y sin fines de lucro; autorización que se hace de manera enunciativa más no limitativa para subirla a la red Abierta de Bibliotecas Digitales (RABID) y a cualquier otra red académica con las que la Universidad tenga relación institucional.

Por lo anterior manifiesto, libero a la universidad Juárez Autónoma de Tabasco de cualquier reclamación legal que pudiera ejercer respecto al uso y manipulación de la tesis mencionada y para los fines en éste documento.

Se firma la presente autorización en la ciudad de Villahermosa, Tabasco a los doce días del mes de agosto del año 2019.

AUTORIZO




Lic. Maricela Pérez Pérez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Declaración de autoría

Esta tesis es mi propio trabajo, con excepción de las citas en las que he dado crédito a sus autores. Asimismo, afirmo que no ha sido presentado para la obtención de algún título, grado académico o equivalente.



Lic. Maricela Pérez Pérez

Agradecimientos

A Dios

Te doy gracias Señor por Tú gran amor; ya que me permitiste haber realizado muchos sueños, uno de ellos fue la culminación de este trabajo de investigación.

A mi Hija

A mi hija Mariselita por apoyarme en los momentos más difíciles y alegres de mi vida. Te amo con todo mi corazón.

A mis Amigos

A mis compañeros (as) y amigos (as) por brindarme su apoyo en cada momento en especial a Lupita y Edgar les agradezco su gran apoyo, cariño y ayuda incondicional que tienen hacia mí, que sin ellos no lo hubiera podido lograr, les quiero amigos.

A mi Directora de Tesis

Gracias a mi Directora de tesis, Dra. Deneb Elí Magaña Medina, por inspirarme, guiarme y apoyarme en el desarrollo de este trabajo de investigación. Éste logro es de usted también.

A mi Comisión Revisora

Deseo agradecer de manera atenta a la comisión revisora de esta tesis integrada por: Dra. Olga Beatriz Sánchez Rosado, Dra. Aida Dinorah García Álvarez, Dra. Norma Aguilar Morales y la Dra. Candelaria Guzmán Fernández.

A mi Alma Mater y a la DACEA

A la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco por su compromiso con la educación y por haberme brindado maravillosas oportunidades.

También me permito agradecer a las autoridades de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, por brindarme las facilidades que se requirieron durante el trabajo de campo para la realización de las encuestas.

Contenido

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS	2
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	3
AGRADECIMIENTOS	4
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	10
CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN	11
Antecedentes del Problema	12
Preguntas de investigación	14
Objetivos de la Investigación	14
Objetivo General:	15
Objetivos Específicos:	15
Justificación	15
CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO	17
Conceptualización de la Identidad	18
Tipos de Identidades	18
Identidad individual	19
Identidad grupal	19
Identidad social	19
La Identidad Universitaria	20
La cultura en la formación de la Identidad universitaria	21
Cultura Universitaria	22
La identidad institucional vs identidad universitaria	23

La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de Ayer, de Hoy, y del Futuro.	23
Antecedentes Históricos	23
Misión	28
Visión institucional al 2020	28
Ideario	29
Valores institucionales	30
Macro localización	33
Oferta Educativa	34
Símbolos Representativos de la UJAT	39
La División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA)	40
MISIÓN	42
VISIÓN al 2028	42
CAPÍTULO 3 DISEÑO METODOLÓGICO	43
Diseño de Investigación	44
Tipo de investigación	44
Sujetos de estudio	44
Tamaño y Características de la Muestra	45
Definición de variables	48
Confiabilidad y Validez	51
Procedimiento de Análisis de Datos	52
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	53
Resultados Descriptivos	54
Identidad Visual	59
Comunicación universitaria	60
Comportamiento Institucional	62
Cultura Universitaria	63
Actitud de la organización	65
Estadísticos Descriptivos	66
Identidad visual	66
Comunicación Universitaria	68

Comportamiento Institucional	70
Cultura Universitaria	71
Actitud hacia la Organización	72
Análisis de diferencia de medias	74
Análisis de Correlación	76
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	77
REFERENCIAS	82
APÉNDICE A- CUESTIONARIO	88

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Índice de Tablas

Tabla 1 Distribución de la población y muestra	45
Tabla 2 Tabla de especificaciones de la variable identidad universitaria	49
Tabla 3 Tabla de especificaciones de la variable sentido de pertenencia	51
Tabla 4 Valores de confiabilidad de las dimensiones de identidad universitaria y sentido de pertenencia.	52
Tabla 5 Distribución de las frecuencias de la variable rango de género.....	54
Tabla 6 <i>Distribución de las frecuencias de la variable rango de edad</i>	55
Tabla 7 Distribución de las frecuencias de la variable avance curricular.	56
Tabla 8 Distribución de las frecuencias de la variable rango de contratación	57
Tabla 9. Distribución de las frecuencias de la variable ciclo de estudio.	58
Tabla 10 Niveles percibidos de la Identidad Visual Universitaria, rango de valores de (2 - 6)	59
Tabla 11 Niveles percibidos de la Comunicación Universitaria, rango de valores de (2 - 6)	61
Tabla 12 Niveles percibidos de Comportamiento Institucional, rango de valores de (2 - 6)	62
Tabla 13 Niveles percibidos de la Cultura Universitaria, rango de valores de (2 - 6)	64
Tabla 14 Niveles percibidos del Sentido de Pertenencia, rango de valores de (2 - 6).....	65
Tabla 15 Estadísticos descriptivos de las dimensiones del cuestionario de identidad universitaria y sentido de pertenencia	66
Tabla 16 Estadísticos descriptivos de las preguntas de identidad visual.....	67
Tabla 17 Estadísticos descriptivos de las preguntas de comunicación.....	69
Tabla 18 Estadísticos descriptivos de las preguntas de comportamiento institucional	70
Tabla 19 Estadísticos descriptivos de las preguntas de cultura universitaria.....	71
Tabla 20 Estadísticos descriptivos de las preguntas de actitud hacia la organización	73
Tabla 21 Comparación de las medias poblacionales de cada dimensión por porcentaje de avance curricular	74
Tabla 22 Comparación de las medias poblacionales de cada dimensión por programa de licenciatura	75

Índice de Figuras

Figura 1. Distribución de Frecuencias por rango de genero	55
Figura 2.- Distribución de Frecuencias por rango de edad	56
Figura 3.- Distribución de Frecuencias por avance curricular	57
Figura 4.- Distribución de Frecuencias por Licenciatura	58
Figura 5.- Distribución de Frecuencias por ciclo de estudio	59
Figura 6.- Distribución de frecuencias de la dimensión identidad visual	60
Figura 7.- Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación universitaria.	61
Figura 8.- Distribución de frecuencias de la dimensión comportamiento institucional	63
Figura 9.- Distribución de frecuencias sobre Cultura Universitaria	64
Figura 10.- Distribución de frecuencias sobre actitud hacia la organización	65
Figura 11.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión de identidad visual	68
Figura 12.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión comunicación	69
Figura 13.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión comportamiento institucional	71
Figura 14.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión cultura universitaria	72
Figura 15.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión actitud hacia la organización.	73

Resumen

La identidad universitaria es la expresión que da personalidad y traduce lo que se considera ejemplar para una institución de educación superior, representado los conceptos de misión, visión y valores. El objetivo fue determinar los niveles de identidad universitaria y sentido de pertenencia de los estudiantes de las licenciaturas de la DACEA en referencia a la identidad universitaria de la UJAT. El diseño fue no experimental descriptivo y correlacional. Se administró un instrumento a papel y lápiz a 225 estudiantes de los cuatro programas educativos. Los resultados indican que, en general, los estudiantes tienen niveles de moderado a positivo con relación a todas las dimensiones, únicamente podemos referir que el 32% de los estudiantes perciben que los valores no se reflejan a nivel institucional en directivos y empleados. Se proponen diversas estrategias y acciones para fortalecer la identidad universitaria entre la comunidad académica de la DACEA

Palabras clave: identidad universitaria, sentido de pertenencia, ciencias económico administrativas

Abstract

University identity is the expression that gives personality and translates what is considered exemplary for a higher education institution, representing the concepts of mission, vision and values. The objective was to determine the levels of university identity and sense of belonging of the students of the DACEA degrees in reference to the university identity of the UJAT. The design was non-experimental descriptive and correlational. A paper and pencil instrument was administered to 225 students of the four educational programs. The results indicate that in general students have moderate to positive levels in relation to all dimensions, we can only say that 32% of students perceive that the values are not reflected at the institutional level in managers and employees. Various strategies and actions are proposed to strengthen the university identity among the academic community of DACEA.

Key Words: University identity, sense of belonging, administrative economic sciences.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Capítulo 1 Introducción

Antecedentes del Problema

Las instituciones de educación superior se ven expuestas a procesos de cambios identitarios; por ello para sus directivos es un reto mantener vigentes los lineamientos que buscan sean apropiados por sus grupos de interés, mediante los valores, principios y raíces, para alcanzar sus propósitos. Rivera y Cabra (2016),

La identidad universitaria es la expresión que da personalidad y traduce lo que se considera ejemplar para una institución de educación superior, representado los conceptos de misión, visión y valores, donde la misión define la razón de la existencia; visión, la situación deseable para el futuro; y los valores constituyen la base de todo lo que se cree como cierto y adecuado (Cortina Izeta, 2006)

Mapen, Rosas y Rodríguez, (2015) nos dicen la identidad universitaria no se circunscribe al hecho de ser miembro de la comunidad universitaria, se trata de un proceso social que implica conocer y compartir los valores, tradiciones, símbolos, historias, prácticas cotidianas como el sentimiento de pertenencia forjado a través de las experiencias escolares, las relaciones humanas, los valores institucionales, la educación y la percepción que de manera general se tiene y comparte de la universidad.

En este tenor, la identidad institucional de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), se ha compuesto durante todo el devenir histórico de 60 años, mismo que ha sido de relevancia en la estructura social del colectivo tabasqueño (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2015).

Con base en el Plan de Desarrollo Institucional 2016-2020 de la UJAT, la Política Estratégica cuatro: gestión, el tercer reto señala que es preciso reforzar la identidad institucional y se le considera como expresión de los principios que

orientan la vida institucional y contribuyen a consolidar su presencia en los entornos nacional e internacional (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT], 2016, p. 49).

Asimismo, las políticas y compromisos de la UJAT con la extensión y difusión de la cultura en su eje cuatro señala: “Promover la identidad universitaria como expresión de los principios que orientan la vida institucional y contribuyen a consolidar su presencia en los entornos nacional e internacional (UJAT, 2016, p. 68).

Durante el primer periodo de gestión del Dr. José Manuel Piña Gutiérrez, comprendido de 2012 a 2016, se dio impulso al fomento de las actividades que tienen que ver con la identidad universitaria, con la campaña Gen UJAT y Caravana Universitaria (UJAT, 2016, p. 37).

La identidad universitaria no es solo la personalización de formatos, generación de colores, logotipos, vestimentas, entre otros elementos, sino que comprende también la parte no visible de la identificación institucional.

Conocer y entender el nivel de identidad universitaria que los alumnos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, manifiestan en su vida académica, familiar, laboral y afectiva, como reflejo de la apropiación de la filosofía universitaria.

Partiendo de la formación de la identidad personal, este se puede entender como un proceso complejo de construcción de personalidad, que es efecto de la compilación de valores familiares, religiosos, ideológicos, académicos etc., que se va gestando desde la infancia hasta a la adultez (López, 2003).

La UJAT, no solo es un complejo de edificios de valor arquitectónico y un centro de enseñanza más, es la esencia del espíritu académico de miles de profesionistas egresados de sus aulas y el futuro de generaciones que moldearán

sus proyectos de vida en sus espacios.

Dentro de este contexto, es necesaria la realización de estudios que permitan detectar las carencias y necesidades de identidad para, posteriormente, adecuar con los programas de identidad institucional, estrategias de marketing que permitan un mayor sentido de pertenencia entre los estudiantes.

Rosas y Mapen, (2016), sostienen que la identidad en los alumnos se construye a través de las articulaciones que ejecutan las estructuras orgánicas de las instituciones de educación superior, de acuerdo a la transformación social y económica que los modelos educativos persiguen. Los mismos autores señalan que el sentido de pertenencia refiere al compromiso sentido por el estudiante como parte de su institución y de la comunidad universitaria.

Preguntas de investigación

Lo anterior permitió la formulación de las preguntas que dieron sentido al proceso de investigación, las cuales se plantearon de la siguiente forma:

- ¿Se manifiesta y se asume la identidad universitaria en los estudiantes de licenciatura de la DACEA-UJAT?
- ¿Son efectivas las campañas y programas de fomento y construcción de la identidad universitaria que la universidad ha emprendido en los tiempos recientes?

Objetivos de la Investigación

A fin de dar una directriz al trabajo de investigación se formularon los objetivos de investigación:

Objetivo General:

Determinar los niveles de identidad universitaria y sentido de pertenencia, de los estudiantes de las licenciaturas de la DACEA en referencia a la identidad universitaria de la UJAT.

Objetivos Específicos:

- 1 Identificar los elementos visibles y no visibles de la identidad universitaria, que los estudiantes manifiestan en la cotidianidad.
- 2 Indagar si las actividades de identidad universitaria, emprendidas por la UJAT han tenido efecto en la construcción de la identidad universitaria en los alumnos de la DACEA.

Justificación

Desde hace un poco más de una década se ha iniciado un resurgimiento de la identidad universitaria en la UJAT, agregando nuevos símbolos que afianzan la construcción de la imagen y el sentimiento universitario, tal es la composición del Himno Universitario de la UJAT y la confección de la Bandera Universitaria. A pesar de todas estas acciones en favor de la apropiación de la filosofía e ideales universitarios, aun es necesario continuar trabajando en la composición de la personalidad de los universitarios UJAT, a fin de que se sientan identificados con la universidad.

La investigación se realizó con la finalidad de obtener información sobre la apropiación que los alumnos tienen sobre la identidad universitaria de la UJAT,

comprendiendo el fenómeno de la identidad universitaria en el alumnado, enriqueciendo los estudios que se han realizado con anterioridad acerca del tema de identidad universitaria, permitiendo generar estrategias y tácticas que permitan la identificación de los estudiantes con su alma mater, coadyuvando a la generación de actividades que proporcionan un mejor proceso de identificación, y comunicación efectiva entre estudiante e institución educativa, con la posibilidad de fomentar una identidad universitarias del alumno sólida, acorde con la misión, la visión y los valores de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Capítulo 2 Marco Teórico

Conceptualización de la Identidad

La Real Academia Española (2017), define a la identidad como el conjunto de rasgos propios de un individuo o de un grupo de individuos que se diferencian de los demás, etimológicamente la palabra identidad proviene del latín *identitas* y este de *ídem* (lo mismo), por tanto, la identidad se puede definir como un conjunto de características que identifica a una persona, pero por otro lado a ese conjunto de características que poseemos y que percibimos como lo mismo.

La identidad es considerada como un fenómeno subjetivo, de elaboración personal, que se construye simbólicamente en interacción con otros. La identidad personal también va ligada a un sentido de pertenencia a distintos grupos socio- culturales con los que consideramos que compartimos características en común (Moro Da Dalt, 2009, p. 18).

Una aproximación al concepto de la identidad que nos plantea Giménez, (2010 p.2), nos dice que la identidad implica conocer quienes somos y quienes son los otros, además de las relaciones que gestamos con los otros, implicando comparar las similitudes y las diferencias que nos distinguen, sin embargo cuando creemos encontrar semejanzas entre un grupo de personas inferimos que compartimos la misma identidad.

Tipos de Identidades

Mucchielli, (1986, p. 10), citado por García, (2007) promueve una categorización de las identidades, las cuales describen una identidad imersa en las otras como: “conjunto de criterios que definen una identidad funciona como un

sistema donde el conjunto de los elementos interviene para precisar el sentido de cada uno de ellos”, de ahí se pueden definir tres tipos de identidades: Individuales, grupales y sociales.

Identidad individual

García, (2007 p. 209), señala que la identidad individual “se forma interacciones cotidianas con las que se encuentra un sujeto y que producen la internalización de los sistemas de actitudes y comportamientos adecuados a ese contexto social”, el mismo autor nos refiere que las experiencias personales junto con los valores inculcados en la socialización primaria del sujeto generaran un proceso de construcción de identidad individual.

Identidad grupal

García, (2007 p. 210), expone que la identidad grupal “Es el fruto dialéctico del reconocimiento recíproco entre el individuo y los grupos sociales a los que puede pertenecer”, en esta apreciación de identidad grupal se entiende como la necesidad de sentirse parte de algo.

Identidad social

Agier (2001), citado por García Dussan (2016 p. 575) nos dice que “comprendemos a la identidad social como un conjunto de acciones que realizan un grupo de sujetos para lograr un rostro propio frente a los otros”

García Dussan (2016 p. 576), refiere que la identidad social “resulta manifestandose como una etiqueta y arma segregacionista” , es decir que se diferencia del resto de las sociedad.

La Identidad Universitaria

Para entender los elementos visibles y no visibles, que forman parte de la identidad universitaria, es importante conocer algunas definiciones que nos permitan estructurar una conceptualización particular del sentido de pertenencia en los estudiantes de educación superior.

Castro (2015), nos dice que la identidad universitaria es todo un proceso social que tiene su origen desde la postulación o el proceso de admisión a la universidad, y que tiene que ver con el conocer, compartir y manifestar la filosofía de la institución.

Valdez (2013), en su artículo Identidad Universitaria publicado en la Gaceta de la Universidad de Guadalajara, nos refiere que la identidad universitaria es “el conjunto de repertorios culturales compartidos por una comunidad universitaria a partir de los cuales se definen a sí mismos, orientan sus acciones y otorgan sentido a sus prácticas cotidianas”.

Por otro lado, Cortés (2011), menciona que la identidad universitaria es la manera de como la institución se define a sí misma, además de su actuación en contextos determinados, pero que se encuentra afectado por sus valores, su cultura y su forma organizacional, que la diferencian del resto de las instituciones de educación superior.

De cierta manera la identidad universitaria implica una expresión sensorial, de apego a la comunidad universitaria, de solidaridad, de afecto, de lealtad y de pertenencia, hacia la institución, su filosofía, sus integrantes y lo que representa en su zona de influencia.

La cultura en la formación de la Identidad universitaria

Giménez (2010 p. 5), nos explica que la cultura es “la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en formas simbólicas, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados”.

Triandis, (1995); Markus, Kitayama y Heiman, (1996) citados por Páez y Zubieta, (2003), indican que “la cultura se concibe como un conjunto de conocimientos compartidos por un grupo de individuos que tienen una historia común y participan en una estructura social”.

Rosas y Mapen (2016), nos aportan que la cultura es un patron de conducta deliberado y planeado para la construcción de la identidad, entonces bajo estos argumentos podemos decir que la identidad universitaria es producto de la cultura universitaria.

Según Luna, (2013) “La cultura en su sentido etnográfico, comprende un complejo de conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y hábitos adquiridos por el hombre que forma parte de una sociedad.”

Para Grimson, (2008) planteó un concepto de cultura asociado a todo aquel conocimientos, tradición, costumbre y hábito inherente a la persona dentro de una sociedad, al ser perteneciente de esta.

Según Flores, (2017) la cultura es un todo de cuanto existe en el orbe, el cual es producto del ideario colectivo de una sociedad, que se ha construido por diversos determinantes de la cotidianidad.

Cultura Universitaria

A través de la acción organizada, la transformación cultural, debe ser el resultado de esfuerzos planeados y deliberados para formar y transformar ambientes sociales y económicos mediante la cultura organizacional.

Cultura organizacional e identidad son, dos constructos que se retroalimentan en el proceso de la acción organizada y adoptan características específicas de acuerdo al tipo de organización de que se trate (Rosas, 2016).

Mora (2013), nos dice que las universidades que se encuentran comprometidas con la sociedad donde se desarrollan, no deben jamás de descuidar una buena cultura universitaria, ya que esta es la expresión visible de la institución interna y externamente.

Sentido de pertenencia

Según Correa, (2004) la idea de individuo ha permitido la imposición de una forma de significar la realidad, dado que construye una noción de ser humano ajeno a la dinámica del universo como un sentido de pertenencia de fusión y con-fusión, de continuidad. Así, lo humano entendido como individuo se ata perfectamente a la noción de este como mercancía, ya que los límites están puestos en lo palpable, en lo corporal factible de ser cuantificado.

Según Maslow,(1954) define la pertenencia como el sentido de implicación personal en un sistema social, de tal forma que la persona sienta que es una parte indispensable e integral de ese sistema.

La identidad institucional vs identidad universitaria

La Institucionalización implica cambios culturales en todos los aspectos, las instituciones de educación superior estos aspectos implican la adopción de buenas y mejores prácticas, Rosas y Mapen (2016), reconocen la identidad universitaria en los estudiantes a partir de la apreciación que ellos tienen de la identidad institucional, construida en la dinámica organizativa que sucede en los espacios físicos y natural de sus aulas.

La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de Ayer, de Hoy, y del Futuro.

Antecedentes Históricos

La educación superior en la Tabasco tiene como antecedente la gestión realizada en 1861 por el que para entonces fungía como gobernador del estado, don Victorio Victorino Dueñas, ante el Licenciado Benito Juárez García presidente de la República en dicha fecha, con la finalidad de crear un centro de enseñanza profesional en Tabasco (UJAT, 2019a).

La propuesta fue escuchada, y el presidente Juárez autorizó una partida presupuestal por \$52,000.00 procedente de los bienes nacionalizados. Así en 1879, se inauguraron los primeros cursos en el Instituto Juárez siendo gobernador del estado el doctor Simón Sarlat Nova, y cuyo primer director del Instituto fue el Licenciado Manuel Sánchez Mármol (UJAT, 2019a).

En las dos últimas décadas del siglo XIX, la oferta educativa se conformó por diversas carreras de diversas áreas del conocimiento, así como por estudios de bachillerato. La matrícula escolar del Instituto Juárez era inferior a los 100 alumnos al año. En ese mismo período, de acuerdo a la memoria gubernamental

del general Abraham Bandala, debido al excesivo número de estudiantes en la carrera de Abogacía, se reformaron los Planes de Estudio y el Reglamento del Instituto a fin de brindar una mejor enseñanza en beneficio de los educandos y de la sociedad tabasqueña (UJAT, 2019a).

Derivado de lo anterior, el 15 de mayo y el 13 de junio de 1895 se tramitaron respectivamente las reformas al Reglamento Interior y al Plan de Estudios, respectivamente, de acuerdo con lo cual la carrera de Jurisprudencia tendría una duración de seis años; las de Notariado y Agrimensura, tres y las de Farmacia y Profesor de Primaria Superior serían de cuatros años cada una (UJAT, 2019a).

A inicios del siglo XX se realizaron diversas modificaciones a los Planes y Programas de Estudios; en 1917 comenzaron a operar las Licenciaturas de Abogacía y Notariado, que habían sido suprimidas en 1912. En 1919 se cerró la carrera de Jurisprudencia y comenzaron las carreras de Ingeniería Topográfica, Contaduría de Comercio y Enseñanza Normal (UJAT, 2019a).

El 1 de agosto de 1947, gracias a la gestión del gobernador Francisco J. Santamaría, el Instituto Juárez pasó a ser parte de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) (UJAT, 2019a).

El Presidente de la República en esos días, el licenciado Miguel Alemán Valdés, realizó una visita el 25 de abril de 1950 a las instalaciones de la Instituto Juárez, durante el período de dirección del Licenciado Belisario Colorado, en la que se le solicitó la fundación de la universidad. La petición fue autorizada, y se

creó el Comité Pro Universidad de Tabasco. En 1954 se publicó la Ley Orgánica de la universidad (UJAT, 2019a).

Para 1958, el Licenciado Antonio Ocampo Ramírez, Director del Instituto Juárez, desarrolló el proyecto de ley para transformar al Instituto Juárez en la Universidad. Tras la aprobación de H. Congreso del Estado, el 20 de noviembre de ese mismo año se realizó el acto protocolario y se hizo oficial la creación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT, 2019a).

El Licenciado Ocampo Ramírez tuvo el honor de ser el primer Rector de la Institución y emitir la ley Orgánica correspondiente. Para entonces, la Universidad contaba con las licenciaturas de Derecho, Ingeniería, Medicina Veterinaria, y Zootecnia, Comercio, Normal de Maestros, Enfermería y Obstetricia y la Preparatoria (UJAT, 2019a).

En 1964, debido al apoyo brindado por el entonces gobernador, Licenciado Carlos Alberto Madrazo Becerra se construyó la Ciudad Universitaria, misma que fue inaugurada por el presidente Adolfo López Mateos y en este espacio empezaron a funcionar las diversas licenciaturas, con excepción de las preparatorias diurna y nocturna, así como las Escuelas de Medicina y de Leyes que estaban situadas fuera de este campus universitario (UJAT, 2019a).

En diciembre de 1966, se le otorgó la autonomía a Universidad y a partir de ese momento se le denominó Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT, 2019a).

Para julio de 1976 se publicó en el Periódico Oficial del estado la modificación a la Ley Orgánica Universitaria, mediante la cual se organizaron escuelas e institutos. En ese mismo año se creó la carrera de Ingeniería

Mecánica Eléctrica y la Licenciatura en Administración. Las preparatorias se separaron de la Universidad y se construyó en el kilómetro 25 de la carretera Villahermosa - Teapa, las instalaciones de la escuela de Medicina Veterinaria y Zootecnia, la cual fue denominada Rancho Escuela, con lo cual se comenzó con el proceso de descentralización universitaria (UJAT, 2019a).

El Presidente de la República José López Portillo y el Gobernador Ing. Leandro Rovirosa Wade, inauguraron en 1978 el edificio de la Escuela de Derecho, ubicado en la colonia Reforma. Para 1982, siguiendo con el proceso de descentralización universitaria que se había iniciado con la separación de las preparatorias años atrás, fueron inauguradas en el municipio de Cunduacán, las instalaciones de la Facultad de Ingeniería por el presidente de la República José López Portillo y, más adelante, en septiembre, se agregó a la Facultad la carrera de Ingeniería Química (UJAT, 2019a).

Para 1985 se puso en marcha el proyecto integral de reforma de la Universidad denominado Proyecto de Excelencia y Superación Académica 1985-1988. El proyecto fue el primer Plan Institucional de Desarrollo que diseñó un modelo universitario. De acuerdo al proyecto se estableció un modelo de organización matricial para la Universidad. Surgieron así las Divisiones Académicas que agrupan a todos los programas educativos en áreas del conocimiento (UJAT, 2019a).

El congreso local expidió en 1987 el Decreto 662 que contiene la Ley Orgánica de nuestra Universidad. Para 1990 el H. Consejo Universitario aprobó cinco nuevas licenciaturas: Arquitectura, Manejo de Recursos Naturales, Idiomas, Psicología, Nutrición y las especialidades en docencia, Administración

Pública, Contribuciones Fiscales y Finanzas. Asimismo, el H. Consejo Universitario aprobó para 1991 la creación de la División Académica de Educación y Artes de la Unidad Centro, la cual quedó integrada por las Licenciaturas en Comunicación, Ciencias de la Educación e Idiomas, además de los Talleres Culturales y el Centro de Enseñanza de Idiomas. Ese mismo año se otorgaron por primera vez las Becas al Desempeño Docente a los maestros universitarios más destacados (UJAT, 2019a).

En 1996 se introdujo la modalidad de Examen General de Calidad Profesional para titulación. Posteriormente al siguiente año, a fin de ampliar el servicio educativo y con el apoyo del Licenciado Roberto Madrazo pintado, Gobernador Constitucional del Estado, se llevó a cabo el proyecto de un nuevo campus denominado Extensión Universitaria de los Ríos, el cual fue ubicado en el municipio de Tenosique y donde hoy se imparten las carreras de Licenciado en Informática Administrativa, Ingeniería en Alimentos, Ingeniería en Acuicultura, y la Licenciatura en Derecho con el Sistema Abierto y a Distancia (UJAT, 2019a)..

Al inicio del milenio la Universidad ofertaba 33 licenciaturas, 17 especialidades, 10 maestrías y la carrera de Enfermería en el nivel técnico superior. Con un total de 26,525 alumnos, que acuden a las diversas Divisiones y a los Centros de Extensión Universitaria, y una planta docente conformada por 1,520 profesores (UJAT, 2019a).

El 4 de abril del 2014, por gestiones del Dr. José Manuel Piña Gutiérrez entonces rector de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el H. Consejo Universitario aprobó la creación de la División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez, la cual inició actividades bajo la supervisión del Dr. José

Manuel Vázquez Rodríguez el 12 de agosto del mismo año con tres licenciaturas, Ingeniería en Petroquímica, Licenciatura en Genómica y la Licenciatura en Enfermería. En agosto de 2015, se ofertó la licenciatura en Nanotecnología (UAJT, 2017).

Misión

La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, como institución pública de educación superior, tiene la misión de contribuir de manera significativa a la transformación de la sociedad y al desarrollo del país, con particular interés en el Estado de Tabasco, a través de la formación sólida e integral de profesionales capaces de adquirir, generar, difundir y aplicar el conocimiento científico, tecnológico y humanístico, con ética y responsabilidad para ser mejores individuos y ciudadanos (UJAT, 2019b).

Visión institucional al 2020

La Universidad es una institución con presencia nacional e internacional, socialmente responsable e incluyente, que contribuye al desarrollo sostenible de Tabasco y México, mediante programas educativos de calidad que forman profesionales éticos y competitivos en el ámbito global. Se distingue por sus relevantes aportes en la transferencia de ciencia y tecnología, el respeto y promoción de la cultura y la vinculación efectiva con su entorno, en el marco de una gestión moderna que promueve los derechos humanos, la salud integral, la transparencia y rendición de cuentas (UJAT, 2019c).

Ideario

En la Universidad existe conciencia de la importancia y trascendencia de la educación como base de la prosperidad y el progreso de Tabasco y de México. Por tanto, se otorga la más alta prioridad a la formación integral de los estudiantes. Se busca preparar ciudadanos con una formación basada en el más amplio sentido de igualdad y pluralismo; con valores que modelan para bien la conducta humana, que les permiten desarrollar su inteligencia y poner en práctica la rectitud, el espíritu democrático y ejercer el rechazo a toda forma de discriminación, afrontar los cambios y las vicisitudes de un mundo globalizado, y en constante evolución, donde el desarrollo sustentable en todas sus dimensiones, tanto humana, social y ambiental, ha pasado a ser una preocupación central (UJAT, 2019d).

Los estudiantes, graduados y profesores de esta Casa de Estudios son seres transformadores, a través de ellos, la Universidad concreta su función de mejorar a las personas y a la sociedad dentro de un marco de valores trascendentes (UJAT, 2019d).

La Universidad se reconoce y trabaja como Institución Pública de Educación superior con capacidad para rescatar, preservar, difundir y acrecentar el patrimonio cultural, humanístico y científico de Tabasco, de México y del mundo (UJAT, 2019c).

Valores institucionales

La Universidad y su comunidad tienen conciencia de la importancia y trascendencia de la educación como base de la prosperidad y el progreso de Tabasco, de México y de la sociedad en su conjunto. Por tanto, se otorga la más alta prioridad al logro de una formación integral del estudiante, entendida como un “proceso continuo de desarrollo de las potencialidades de la persona, equilibrando los aspectos cognitivos y socio afectivos, hacia la búsqueda de su plenitud en el saber pensar, saber hacer, saber ser y saber convivir con los demás, como profesionales y personas adaptadas a las circunstancias actuales y futuras” (UJAT, 2019e).

En la UJAT se busca preparar ciudadanos con una formación basada en el más amplio sentido de igualdad y pluralismo; con valores que modelen la conducta humana, que les permitan desarrollar su inteligencia y poner en práctica la rectitud, el espíritu democrático y ejercer el rechazo a toda forma de discriminación, afrontar los cambios y las vicisitudes de un mundo interdependiente y en constante evolución, donde el desarrollo sustentable en todas sus dimensiones, tanto humana, social y ambiental, es un imperativo histórico de convivencia armónica y supervivencia humana (UJAT, 2019e)..

Los estudiantes, graduados y profesores investigadores de esta Casa de Estudios son seres transformadores, a través de ellos, la Universidad concreta su función de mejorar a las personas y a la sociedad dentro de un marco de valores trascendentes (UJAT, 2019e)..

La Universidad se reconoce como una institución pública, cuyas funciones sustantivas son impartir educación superior, desarrollar programas de investigación científica, tecnológica y humanística y difundir la cultura, con el objetivo de dar respuesta a las distintas problemáticas que se presentan en nuestro estado, la región y la nación (UJAT, 2019e).

Las acciones que lleva a cabo se basan en los siguientes valores institucionales:

Ética: Como el conjunto de principios trascendentales, universales y permanentes que determinan la Misión, orientan el quehacer universitario y caracterizan el desempeño de sus integrantes para procurar el bien en todos los ámbitos (UJAT, 2019e).

Pluralidad: Postura que define a la institución universitaria como el espacio ideal para el respetuoso encuentro de las diversas teorías, corrientes filosóficas, ideologías, propuestas y personalidades que enriquecen el trabajo académico orientado a la ciencia, tecnología, el arte y las humanidades (UJAT, 2019e).

Libertad: Condición que favorece un ambiente institucional de responsabilidad con autocrítica e independencia intelectual para que cada quien ejerza sus funciones, desempeñe sus responsabilidades y logre para bien, los objetivos de los ámbitos que le competen (UJAT, 2019e).

Respeto: Valor que representa una condición sine qua non para la adecuada convivencia y el armonioso desempeño de los universitarios, de tal modo que les

permite aceptarse a sí mismos y actuar con tolerancia y consideración ante las diferentes formas de ser, pensar y actuar en un ámbito plural y diverso (UJAT, 2019e).

Equidad: Principio que defiende la igualdad de derechos, bajo las mismas condiciones, independientemente del género, realidades, circunstancias, pensamiento e ideología de los individuos o grupos sociales (UJAT, 2019e).

Calidad: Característica que impregna toda la vida universitaria para cumplir las funciones institucionales en óptima concordancia con las necesidades y expectativas de la sociedad en cada momento histórico (UJAT, 2019e).

Excelencia: Cualidad que sustenta el compromiso para que todo lo que se realiza y produce mediante el quehacer universitario alcance cada vez mejores parámetros (UJAT, 2019e)..

Innovación: Proceso permanente de la comunidad universitaria en el campo de la investigación, desarrollo y aplicación de la ciencia y la tecnología en beneficio de la institución, el conocimiento y la sociedad (UJAT, 2019e).

Servicio: Disposición y conjunto de actitudes que reflejan la vocación de la Universidad para brindar el acervo de conocimiento, experiencia, dedicación y apoyo de sus recursos humanos y materiales a favor de las instituciones, organismos y causas sociales, así como una mejor calidad de vida para los individuos (UJAT, 2019e).

Presencia social: Actitud y disposición permanente de la Universidad y sus integrantes para identificar y compaginar el ejercicio de sus funciones con las necesidades de la sociedad, y ofrecer respuesta oportuna de manera coordinada y corresponsable (UJAT, 2019e).

Desarrollo sustentable: Objetivo que marca el quehacer de docentes, alumnos, egresados y personal administrativo de la Universidad para que el resultado de las acciones y desempeño profesional redunde en progreso con absoluto respeto de la vida, salud y bienestar presente y futuro de los individuos, la sociedad y el entorno (UJAT, 2019e).

Integración armónica: Proceso dinámico mediante el cual los miembros de la comunidad universitaria se asumen como partes de la institución y se relacionan entre sí de manera responsable y respetuosa para favorecer el desarrollo de la institución y de sus integrantes (UJAT, 2019e).

Transparencia: Resultado del ejercicio y la voluntad institucional para permitir que sus acciones, disposiciones y logros se hagan públicos y se den a conocer en tiempo y forma tanto a las autoridades como a los integrantes de la sociedad (UJAT, 2019e).

Macro localización

Los Campus Universitarios están localizados mayormente en áreas urbanas, están distribuidos en once, seis en la capital Villahermosa y tres en la ciudad de Cunduacán. También hay un programa de extensión, formalmente

llamada, División Académica Multidisciplinaria de los Ríos, que opera en la ciudad de Tenosique. División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez, ubicada en el municipio de Jalpa de Méndez, y el campus de la División Académica Multidisciplinaria de Comalcalco, localizado en el municipio homónimo. Las oficinas centrales de la Universidad, así como el Campus principal, están ubicados en avenida Universidad s/n Zona de la Cultura, Villahermosa, Tabasco. En ese campus esta la División Académica de Educación y Artes, y la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. La División Académica de Ciencias Biológicas, División Académica de Ciencias de la Salud, División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades, y la División Académica de Ciencias Agropecuarias están ubicadas en otros campus en la ciudad de Villahermosa. La División Académica de Ingeniería y Arquitectura, División Académica de Informática y Sistemas, y la División Académica de Ciencias Básicas están ubicadas en Cunduacán (UJAT, 2019f).

Oferta Educativa

Las Licenciaturas que ofrece la Universidad en sus diferentes Divisiones Académicas son (UJAT, 2019g):

División Académica de Ciencias Biológicas

- Licenciatura en Biología
- Licenciatura en Gestión Ambiental

- Licenciatura en Ingeniería Ambiental

División Académica de Educación y Artes

- Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura
- Licenciatura en Ciencias de la Educación
- Licenciatura en Comunicación
- Licenciatura en Desarrollo Cultural (sistema abierto)
- Licenciatura en Idiomas

División Académica de Ingeniería y Arquitectura

- Ingeniería Civil
- Ingeniería Eléctrica y Electrónica
- Ingeniería Mecánica Eléctrica
- Ingeniería Química
- Licenciatura en Arquitectura

División Académica de Ciencias de la Salud

- Licenciatura en Médico Cirujano
- Licenciatura en Cirujano Dentista
- Licenciatura en Psicología
- Licenciatura en Nutrición
- Licenciatura en Enfermería
- Licenciatura en Trabajo Social
- Curso Complementario de Licenciatura en Enfermería (a distancia y semipresencial)

División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades

- Licenciatura en Derecho
- Licenciatura en Historia
- Licenciatura en Sociología

División Académica de Informática y Sistemas

- Licenciatura en Informática Administrativa
- Licenciatura en Sistemas Computacionales
- Licenciatura en Telemática

- Licenciatura en Tecnologías de la Información
- Ingeniería en Informática Administrativa
- Ingeniería en Sistemas Computacionales

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

- Licenciatura en Administración
- Licenciatura en Contaduría Pública
- Licenciatura en Economía
- Licenciatura en Mercadotecnia

División Académica de Ciencias Básicas

- Ingeniería Geofísica
- Licenciatura en Ciencias Computacionales
- Licenciatura en Física
- Licenciatura en Matemáticas
- Licenciatura en Química
- Licenciatura en Actuaría
- Químico Farmacéutico Biólogo

División Académica de Ciencias Agropecuarias

- Ingeniería en Acuacultura
- Ingeniería en Agronomía
- Ingeniería en Alimentos
- Licenciatura en Medicina Veterinaria y Zootecnia

División Académica Multidisciplinaria de los Ríos

- Ingeniería en Acuacultura
- Licenciatura en Administración
- Ingeniería en Alimentos
- Licenciatura en Informática Administrativa
- Licenciatura en Derecho
- Licenciatura en Enfermería

División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez

- Licenciatura en Enfermería
- Licenciatura en Genómica

- Licenciatura en Ingeniería Petroquímica
- Licenciatura en Ingeniería en Nanotecnología

División Académica Multidisciplinaria de Comalcalco

- Licenciatura en Enfermería
- Licenciatura en Médico Cirujano
- Licenciatura en Atención Prehospitalaria y Desastre
- Licenciatura en Rehabilitación Física

Símbolos Representativos de la UJAT

Debido a la relevancia histórica que los símbolos adquieren para esta comunidad, se hace necesario vincular su significado y representación a los momentos históricos por los que ha atravesado nuestra Alma Máter (UJAT, 2011).

Las transformaciones de la Máxima Casa de Estudios del estado no sólo se explican en el contexto de los documentos jurídicos que marcan su evolución, sino también a través de los emblemas que ha heredado de las innumerables generaciones que se han albergado en sus claustros (UJAT, 2011)..

Los símbolos de la Universidad son la representación de los ideales, valores, acontecimientos históricos y aspiraciones de la comunidad universitaria, por lo que es obligación de esta comunidad, difundirlos y utilizarlos con respeto y solemnidad para dignificarlos y enaltecerlos (UJAT, 2011).

Los símbolos de la Universidad tienen por objeto promover la presencia e identidad de la Institución en el contexto regional, estatal, nacional e internacional son: el escudo universitario, lema universitario, el himno universitario, la bandera universitaria y el Juchiman (UJAT, 2011).

La División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA)

Al inaugurarse el Instituto, el 1879, entre las primeras carreras que se impartieron ya destacaba la de Comercio, primer antecedente de las carreras que hoy se imparten en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Años después se lleva a cabo la creación de la carrera de Auxiliar de Contabilidad o Contador Privado en el Instituto durante 1958, misma que fue promovida por el C.P. Manuel Antonio Pérez Solís. En ese entonces el rector, primero de la historia de la UJAT, era el Lic. Antonio Ocampo Ramírez (UJAT - DACEA, 2014).

En 1961, queda establecida oficialmente la carrera de Contador Público en la Universidad (UJAT - DACEA, 2014).

En 1963 la Escuela de Comercio es sede de la 4ta. Conferencia de Facultades y Escuelas de Comercio. En 1965 egresa la primera generación de Contadores Públicos y en 1976 se crea la Licenciatura en Administración (UJAT - DACEA, 2014).

En 1977 da inicio la Licenciatura en Relaciones Comerciales y en 1985 la Licenciatura en Economía (UJAT-DACEA, 2014).

Actualmente en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas (UJAT-DACEA, 2014) imparte cuatro Licenciaturas, así como la Maestría en Administración, Maestría en Administración Pública, Maestría en Fiscalización de la Gestión Pública y la Especialidad en Contribuciones Fiscales. El área de educación continua tiene registrados 12 diplomados:

Asimismo, el área de Educación a Distancia ha entrado en un periodo de consolidación y en ésta modalidad se imparten las Licenciaturas de Contaduría Pública, y Administración (UJAT-DACEA, 2014).

En cuanto a Posgrado, la DACEA tiene todos sus programas registrados en el Padrón Nacional de Posgrados de Calidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y son 4 programas de maestría: En Administración y Dirección Estratégica, en Gerencia Pública y Gobierno, en Contaduría, y en Ciencias en Gestión del Desarrollo Regional; así como dos programas de doctorado: en Administración Educativa y Ciencias Económico Administrativas (UJAR-DACEA, 2019).

En la División Académica de Ciencias Económico Administrativas los actuales programas de estudio se imparten en la modalidad de Flexibilidad Curricular, lo cual se complementa con el programa de Tutorías, tal como se ha designado por la Administración Central (UJAT-DACEA, 2014).

En relación con otras actividades en la DACEA se cuenta con dos publicaciones, el Boletín de la DACEA y la Revista Hitos de Ciencias Económico Administrativas (UJAT-DACEA, 2014).

MISIÓN

La DACEA es una División Académica, que forma profesionales en las ciencias económicas administrativas, innovadoras, competitivas, emprendedoras, responsables con la sociedad y el medio ambiente; capaces de analizar problemas y tomar decisiones que demandan las organizaciones de la región, el país y el mundo a través de la vinculación, la generación y aplicación del conocimiento (UJAT-DACEA, 2014).

VISIÓN al 2028

Ser una División Académica reconocida por la formación integral de ciudadanos globales competitivos en las ciencias económico administrativas, con Programas Educativos reconocidos por su calidad, Cuerpos Académicos Consolidados y una gestión articulada, abierta, incluyente y socialmente responsable (UJAT-DACEA, 2014).

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Capítulo 3 Diseño Metodológico

Diseño de Investigación

La investigación busca determinar el nivel de apropiación de identidad universitaria, por ello el tipo de investigación que se realizó es cuantitativa (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014).

Lo anterior en virtud de que este enfoque de investigación es sistemático y empírico, por lo que las variables no son manipulables, y estas se han dado en su contexto natural.

Tipo de investigación

El diseño de investigación es no experimental, descriptiva transeccional, pues se recogió la información en un solo momento y en un tiempo único, además de que se analizó la realidad y se observa la situación, permitiendo la descripción de las variables, y su interrelación en un momento dado, proporcionándonos una visión de la manifestación de la identidad universitaria en los alumnos de la DACEA.

Sujetos de estudio

La población que fue objeto de estudios fueron los alumnos inscritos en 2018 de las Licenciaturas de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. La distribución de la población se puede distinguir en la tabla 1.

Tabla 1
Distribución de la población y muestra

Programa de licenciatura	Universo	Con más del 60% de trayectoria escolar	Población
Licenciatura en Administración	1823	474	110
Licenciatura en Contaduría Pública	1470	437	102
Licenciatura en Mercadotecnia	961	295	69
Licenciatura en Economía	218	63	15
TOTAL	4472	1269	296

Nota: Información proporcionada por la Dirección de Servicios Escolares, (2017, septiembre)

Las características de la población estudiantil de la investigación, fueron jóvenes inscritos en alguna de los programas de licenciatura de la DACEA en 2018,

Debido a la versatilidad de la población no hubo otras variables que generaron otro perfil, pues este estaba definido en los sujetos de estudio, más bien se centró en la identificación de la existencia o inexistencia, del sentido de identidad universitaria y pertenencia.

Tamaño y Características de la Muestra

La muestra se seleccionó a través de un muestreo determinístico por cuota conservando la representatividad, el proceso de encuesta no pudo conservarse de forma aleatoria. En la tabla 1 se presenta la distribución de la población y el cálculo de la muestra que fue realizado con la fórmula de Krejcie, y Morgan (1970).

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la respuesta sería: (Valdivieso, 2011)

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Determinación de la muestra para alumnos de la licenciatura en Administración con más del 60% de trayectoria escolar

Donde:

n = Tamaño de muestra. = ?

n= 110

N = Total de la población = 474

Za² = 1.962 (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en este caso deseamos un 5%).

Determinación de la muestra para alumnos de la licenciatura en Contaduría Pública con más del 60% de trayectoria escolar

Donde:

n = Tamaño de muestra. = ?

n= 102

N = Total de la población = 437

$Z_{\alpha^2} = 1.962$ (si la seguridad es del 95%)

$p =$ proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

$q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

$d =$ precisión (en este caso deseamos un 5%).

Determinación de la muestra para alumnos de la licenciatura en Mercadotecnia con más del 60% de trayectoria escolar

Donde:

$n =$ Tamaño de muestra. = ?

n= 69

$N =$ Total de la población = 295

$Z_{\alpha^2} = 1.962$ (si la seguridad es del 95%)

$p =$ proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

$q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

$d =$ precisión (en este caso deseamos un 5%).

Determinación de la muestra para alumnos de la licenciatura en Economía con más del 60% de trayectoria escolar

Donde:

n= 15

n = Tamaño de muestra. = ?

N = Total de la población = 63

$Z_{\alpha/2}$ = 1.962 (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = $1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

d = precisión (en este caso deseamos un 5%).

Definición de variables

El presente estudio mide la relación de las siguientes variables Identidad Universitaria: entendiéndola como el conjunto de elementos que identifican a los miembros de la Universidad Juárez autónoma de Tabasco, que la diferencian de otras IES nacionales y extranjeros.

Dimensiones: la identidad universitaria en la población universitaria de la DACEA puede presentarse; en cualquiera de las siguientes dimensiones.

1. **Identidad visual:** Refleja la identificación gráfica de los símbolos, signos, colores, tipografía institucional entre otros elementos, que unificados dan personalidad y marca a la DACEA y la UJAT.
2. **Comunicación:** Se refiere a la forma en como la institución transmite información con sus audiencias internas y externas.
3. **Comportamiento:** Revela el desenvolvimiento de los individuos que son afectados directamente por el entorno universitario.
4. **Cultura:** Se entiende como el conjunto de valores, filosofías, idearios, normatividades, y estructuras organizativas, que constituyen la cotidianidad de la comunidad universitaria de la DACEA.

Definición conceptual y operacional de la variable identidad universitaria y sus dimensiones se aprecia en la tabla de especificaciones (ver tabla 2)

Tabla 2
Tabla de especificaciones de la variable identidad universitaria

Variable	Dimensiones	Definición Operacional	Preguntas
Identidad Universitaria	Identidad visual	Percepción de que la identidad visual abarca aspectos relativos a la marca y el diseño de elementos visuales como el logotipo, la tipografía o los colores corporativos	<ol style="list-style-type: none"> 1. La identidad visual de mi Universidad (logotipo, colores corporativos, instalaciones. . .) refleja fielmente lo que somos 2. La identidad visual ayuda a reconocer mi Universidad 3. El público (alumnos, personal, sociedad en general) comprende los símbolos de nuestra Universidad (logotipo, colores, etc.)
	Comunicación	Percepción de que la información se genera por diversos canales	<ol style="list-style-type: none"> 4. A través de sus comunicaciones (página web, e-mails. . .), mi Universidad transmite un mensaje claro y consistente a todo su 5. público (alumnos, personal, sociedad en general) 6. La estrategia de comunicación de mi Universidad busca transmitir una imagen acorde con su personalidad 7. En general, en mi Universidad existe una buena comunicación interna y externa
	Comportamiento	Percepción de que los valores se reflejan a nivel institucional, como el de los directivos y del	<ol style="list-style-type: none"> 8. Las acciones que realiza mi Universidad reflejan sus valores 9. Nuestra Universidad supervisa periódicamente el rendimiento de sus trabajadores

Variable	Dimensiones	Definición Operacional	Preguntas
		resto de empleados	10. La Universidad proporciona a sus trabajadores la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos y habilidades para su desarrollo 11. desarrollo 12. La Universidad realiza acciones para mejorar el bienestar de su público (alumnos, personal, sociedad en general)
	Cultura	Percepción de que las creencias, actitudes y valores relativamente estables que existen dentro de la universidad, son compartidos por sus miembros, y que constituyen	13. Existe una visión clara sobre los objetivos que guían la estrategia de mi Universidad 14. El profesorado está comprometido con los objetivos de esta Universidad 15. El personal de la Universidad conoce la misión de esta institución

Con relación al sentido de pertenencia, esta implica el conjunto de los elementos que nos hacen sentir parte de la comunidad universitaria, y que dan identidad y subjetividad a los individuos que la conforman. Su dimensión es: *actitud hacia la institución*: Muestra el factor emocional en el proceso de identificación con la universidad, afectado por los contextos en los que se desarrolla el individuo (ver tabla 3).

Tabla 3
 Tabla de especificaciones de la variable sentido de pertenencia

Variable	Dimensiones	Definición Operacional	Preguntas
Sentido de pertenencia	Actitud hacia la organización	autodefinición cognitiva del individuo y la definición de la organización.	16. El éxito de mi Universidad lo considero mi éxito 17. Cuando alguien habla bien de mi Universidad, me siento orgulloso 18. Siento que formo parte de mi Universidad 19. Me identifico con esta Universidad

Nota: Elaboración propia con base en Takaki, Bravo y Martínez (2014).

El cuestionario fue aplicado en junio de 2018, período en el cual se le solicitó autorización a las autoridades académicas para poder realizar a partir de una selección de estudiantes que cumplieran los criterios de inclusión, es decir que tuvieran más del 60% de avance curricular. Se procedió a realizar un muestreo aleatorio simple que permitió identificar a los estudiantes que participaron en el estudio. Con el listado se fue identificando los horarios y las aulas donde se encontraban y se les invitó a participar voluntariamente contestando el cuestionario a papel y lápiz.

Confiabilidad y Validez

Para establecer la validez del cuestionario se realizó una validación de expertos pues los autores del cuestionario habían realizado una validación estadística.

Para la confiabilidad del instrumento se realizó un análisis del coeficiente Alpha de Cronbach para cada dimensión y se presentan los resultados en la tabla 4. De manera general la identidad universitaria presenta un valor de .90 y el sentido de pertenencia de

.90 también.

Tabla 4

Valores de confiabilidad de las dimensiones de identidad universitaria y sentido de pertenencia.

Medida	Alpha de Cronbach
Identidad visual	.73
Comunicación	.67
Comportamiento	.84
Cultura	.75
Actitud hacia la organización	.90

Procedimiento de Análisis de Datos

Los cuestionarios fueron capturados en SPSS y analizados a través de pruebas estadísticas. La primera parte de los análisis estuvieron centrados en los descriptivos y la distribución de frecuencias. Posteriormente se realizaron pruebas t y ANOVAS para determinar diferencias entre los grupos poblacionales y por último un análisis de correlación entre las variables de estudio y el ciclo escolar.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Capítulo IV. Resultados

Resultados Descriptivos

El presente estudio se realizó con estudiantes de pregrado en la División Académica de Ciencias Económicas Administrativas en la UJAT. La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

La división académica cuenta con una matrícula de 4,472 estudiantes, pero se tomó de ello según la muestra 296 alumnos de los cuales solo 225 respondieron el cuestionario de forma integral. De la muestra el 59.1% son mujeres y 40.9% son varones. La muestra manifiesta una representación proporcional en cuanto a género, dado que son más estudiantes mujeres las que estudian en la DACEA. La tabla 5 muestra las proporciones de la muestra respecto al género.

Tabla 5

Distribución de las frecuencias de la variable rango de género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	92	40.9
Mujer	133	59.1
TOTAL	225	100.0

En la figura 1 se puede observar esta proporción

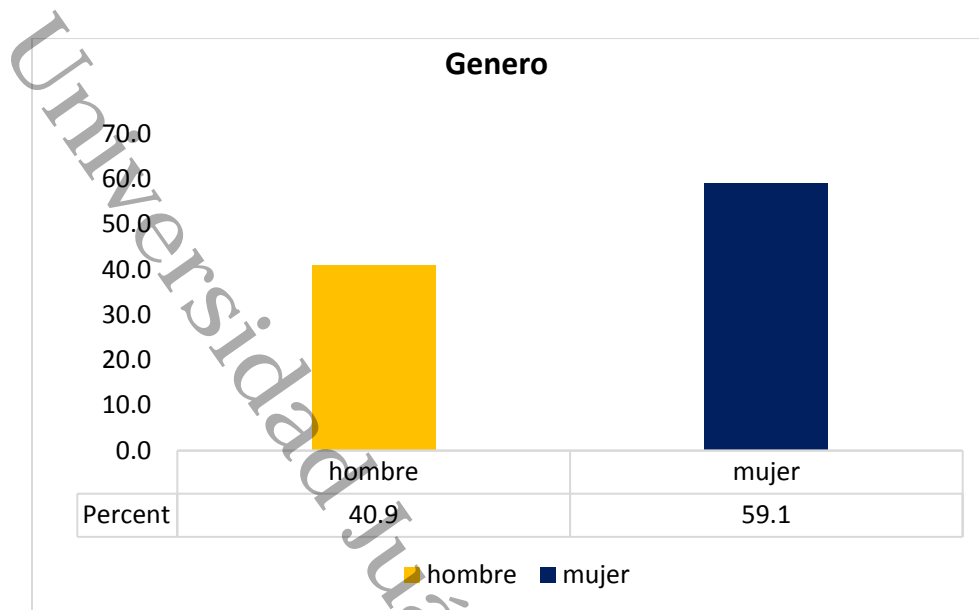


Figura 1. Distribución de Frecuencias por rango de genero

Con respecto a la edad los estudiantes en el rango de 19 a 28 años en la DACEA, la población de estudio que se encuentre entre 19 a 21 años son 94 (41.8%), dentro de un rango de 22 a 24 años son 98 (43.6%), en el rango de 25 a 27 años son 19 (8.4%) y en el rango de 28 años y más son 13 (5.8%), en la tabla (3) se muestra la distribución de las edades (tabla 6).

Tabla 6

Distribución de las frecuencias de la variable rango de edad

Rango de Edad	Frecuencia	Porcentaje
19 a 21 años	94	41.8
22 a 24 años	98	43.6
25 a 27 años	19	8.4
28 años en adelante	13	5.8
Total	224	99.6
Datos perdidos	1	0.4
TOTAL Final	225	100.0

En la figura 2 se puede observar esta proporción.

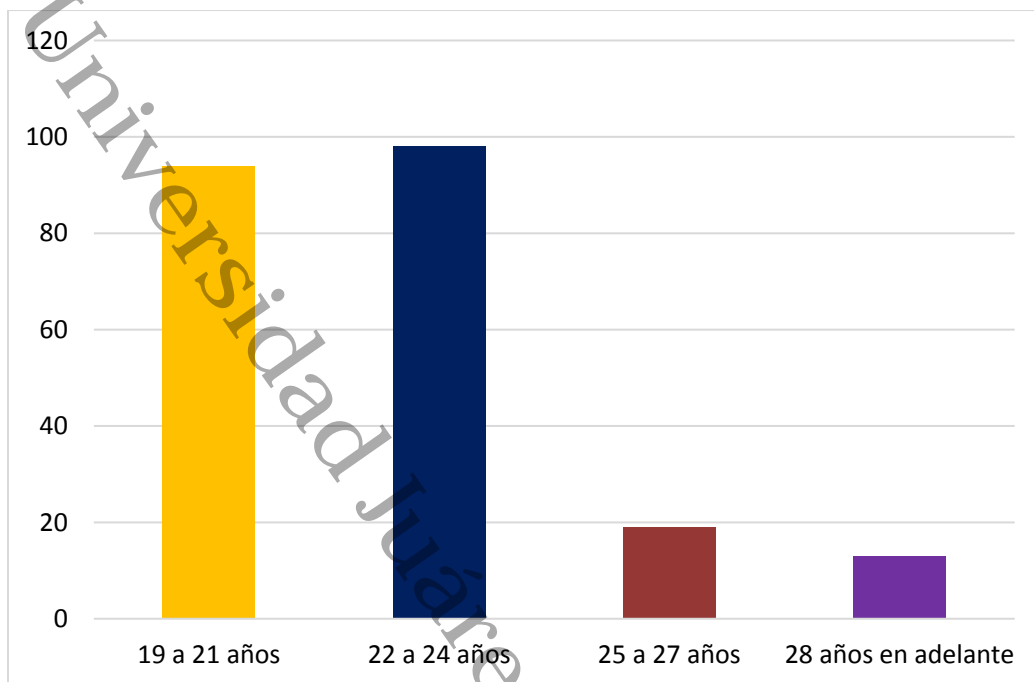


Figura 2.- Distribución de Frecuencias por rango de edad

Respecto al avance curricular en el rango del 16% a 100% de trayectoria académica cursada, 224 estudiantes pertenecen a este grupo poblacional, con un 67 a 87% de avance curricular se encontraron a 91 casos, en el rango de 50 a 66% de avance curricular con 87 sujetos, en el rango de 84 a 100% de avance curricular son 30, y con una trayectoria del 16 al 49% se encontraron 16 estudiantes, en la tabla 4 se puede observar la distribución por avance curricular.

Tabla 7

Distribución de las frecuencias de la variable avance curricular.

Avance Curricular	Frecuencia	Porcentaje
16 a 49%	16	7.1
50 a 66%	87	38.7
67 a 83%	91	40.4
84 a 100%	30	13.3
Total	224	99.6
Datos perdidos	1	0.4
Total	225	100.0

En la figura 3 se puede observar la proporción.

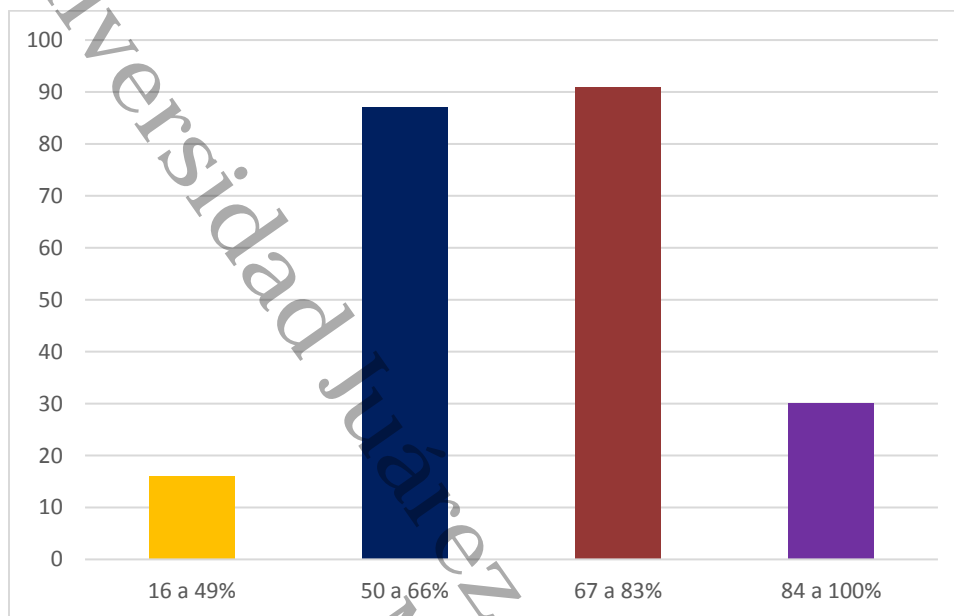


Figura 3.- Distribución de Frecuencias por avance curricular

Respecto a la carrera de pregrado en las cuales se encuentran matriculados en la DACEA los sujetos de estudio se encontró la siguiente: 62 alumnos pertenecen a la licenciatura en administración con un 27.6%, los estudiantes de la licenciatura en contaduría pública son 66 es decir 29.3%, los que pertenecían a la licenciatura en mercadotecnia son 71 que representa 31.6%, y de la licenciatura en economía fueron 26 es decir el 11.6%, en la tabla 5 se puede observar la distribución de licenciaturas de los sujetos de estudio (tabla 8)..

Tabla 8

Distribución de las frecuencias de la variable rango de contratación

Licenciaturas de la DACEA	Frecuencia	Porcentaje
Licenciatura en Administración	62	27.6
Licenciatura en Contaduría Pública	66	29.3
Licenciatura en Mercadotecnia	71	31.6
Licenciatura en Economía	26	11.6
Total	225	100.0

En la figura 4 se puede observar la proporción.

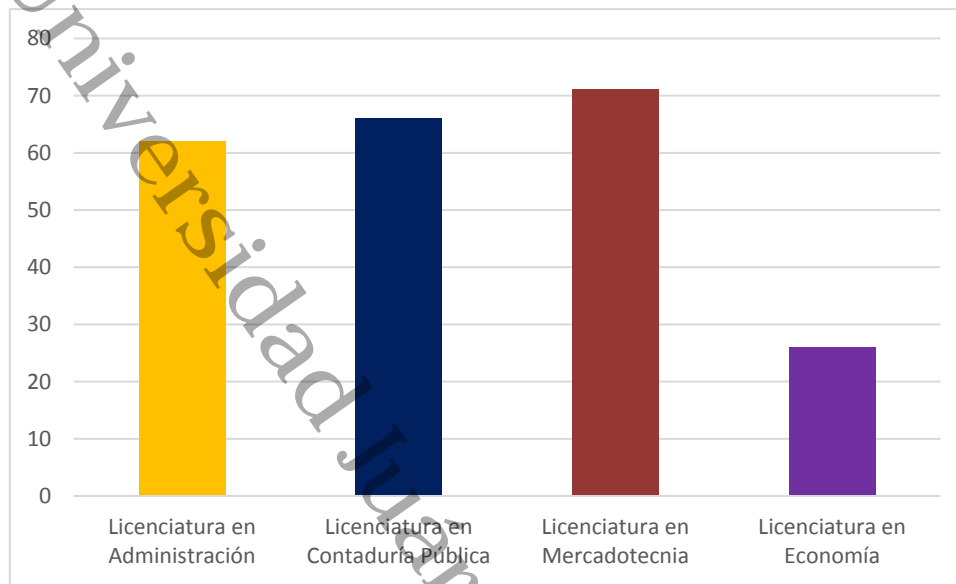


Figura 4.- Distribución de Frecuencias por Licenciatura

Respecto al rango del ciclo en que se encuentran matriculados de cada sujeto de estudio, 14 encuestados se encuentran cursando entre el tercero y quinto ciclo representando un 6.2% de la muestra, el 56.9% se encuentran cursando entre el sexto y octavo ciclo, los que se hallaban entre el noveno y catorceavo ciclo representaban 16.4%, sin embargo el 20.4% no indicaron su ciclo de estudio, en la tabla 6 se puede observar la distribución por ciclo escolar.

Tabla 9.

Distribución de las frecuencias de la variable ciclo de estudio.

Ciclo Escolar	Frecuencia	Porcentaje
6 a 8	142	63.1
9 en adelante	37	16.4
Total	179	79.6
Datos perdidos	46	20.4
Total	225	100.0

En la figura 5 se puede observar la proporción.

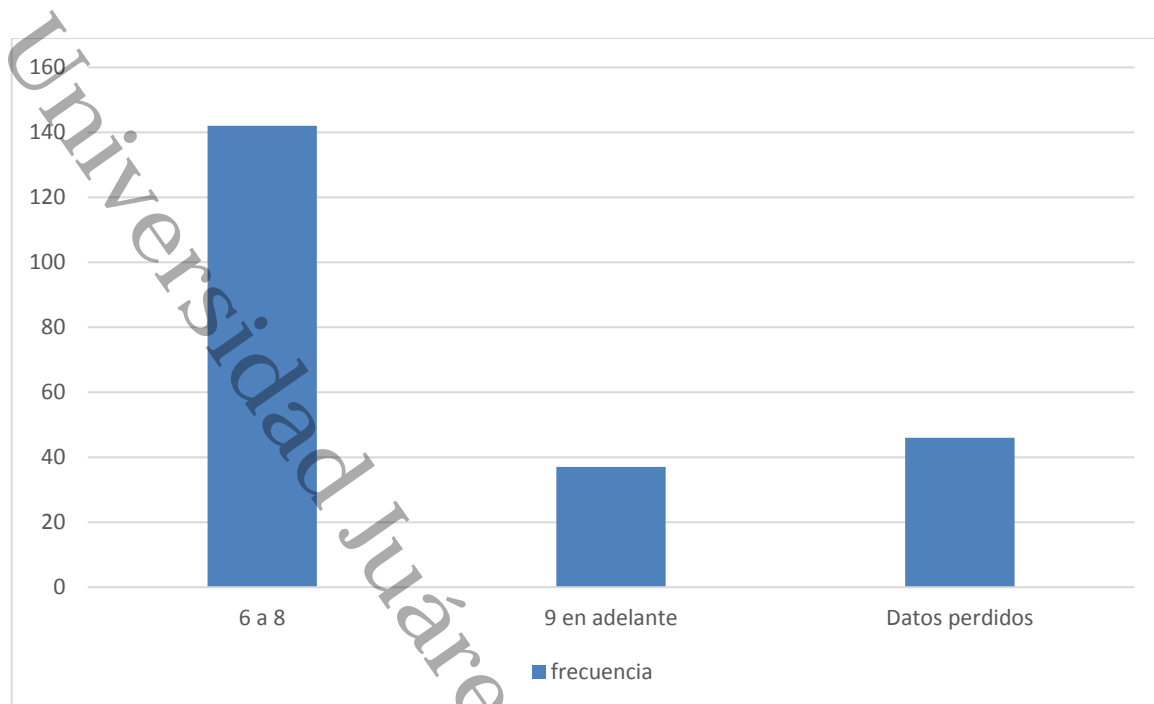


Figura 5.- Distribución de Frecuencias por ciclo de estudio

Identidad Visual

Se analizará la identidad visual. Los puntajes obtenidos en la escala de la identidad visual fueron analizados en primer término a través de la distribución de frecuencias, en esta se observa una distribución normal con un valor mínimo registrado de 2 y un valor máximo de 6, una curtosis de 0.360, una media de 4.75 y una desviación estándar de 0.913. Con la finalidad de establecer categorías de análisis se decidió identificar los cuartiles de la distribución y se derivan las categorías presentadas en la tabla 10.

Tabla 10

Niveles percibidos de la Identidad Visual Universitaria, rango de valores de (2 - 6)

Nivel de compromiso	Percentil	Rango	%
Bajo	25	Valores ≤ 4.25	28.9
Moderado	50	4.26 a 4.75	26.2
Alto	75	4.76 a 5.50	27.1
Muy alto	100	Valores ≥ 5.51	17.8

Con la finalidad de establecer un criterio más preciso para la población de estudio se considera presentar cierto nivel de identidad visual, se decidió contemplar únicamente a la población registrada como muy alto (17.8%). En la figura 6 se ilustra la distribución de frecuencias de los totales en el cuestionario para evaluar la identidad visual por cuartiles.

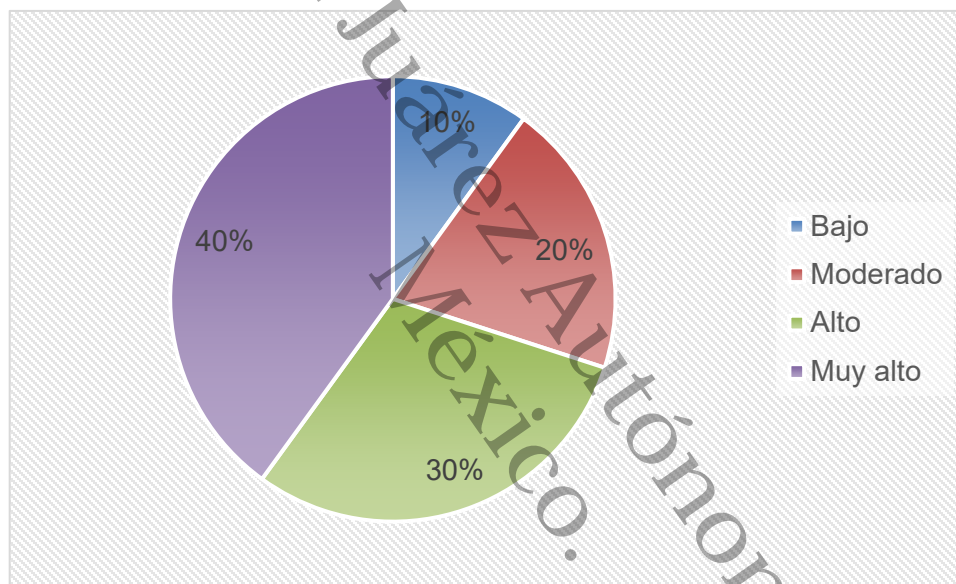


Figura 6.- Distribución de frecuencias de la dimensión identidad visual

En consideración de la distribución y la escala de la prueba, se puede determinar que el 70% de la población presenta altos grados de identidad visual.

Comunicación universitaria

Los puntajes obtenidos en la escala de comunicación universitaria fueron analizados en primer término a través de la distribución de frecuencias, en esta se observa una distribución normal con un valor mínimo registrado de 1 y un valor máximo de 6, una curtosis de 0.065, una media de 4.25 y una desviación estándar de 1.056. Con

la finalidad de establecer categorías de análisis se decidió identificar los cuartiles de la distribución y se derivan las categorías presentadas en la tabla 11.

Tabla 11
Niveles percibidos de la Comunicación Universitaria, rango de valores de (2 - 6)

Nivel de comunicación	Percentil	Rango	%
Bajo	25	Valores ≤ 3.5	30.2
Moderado	50	3.51 a 4.25	25.3
Alto	75	4.26 a 5.00	27.6
Muy alto	100	Valores ≥ 5.01	16.9

Con la finalidad de establecer un criterio más preciso para la población que se puede considerar presenta cierto nivel de comunicación universitaria, se decidió contemplar únicamente a la población registrada como alto (27.6%) y muy alto (16.9%).

En la figura 7 se ilustra la distribución de frecuencias de los totales en el cuestionario para evaluar la comunicación universitaria por cuartiles.

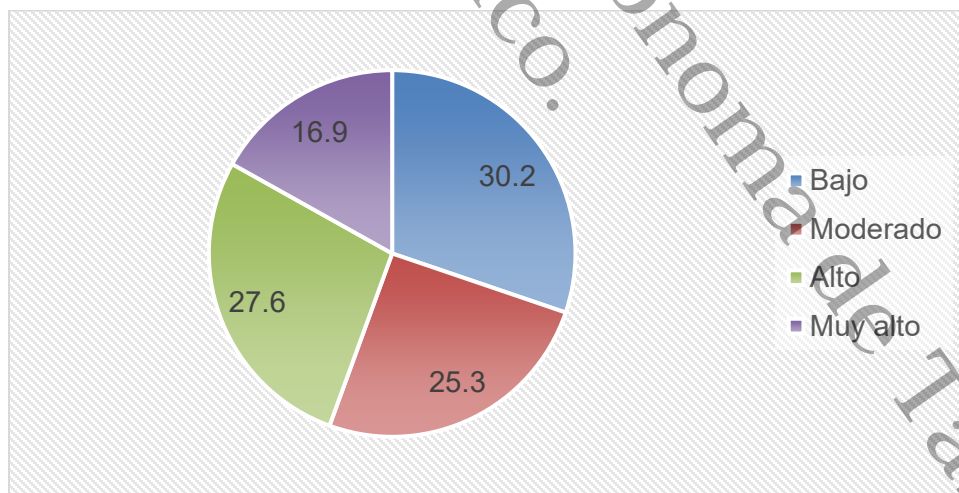


Figura 7.- Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación universitaria.

En consideración de la distribución y la escala de la prueba el 27.6% de la población presenta compromiso continuo.

Comportamiento Institucional

Los puntajes obtenidos en la escala del comportamiento institucional fueron analizados en primer término a través de la distribución de frecuencias, en esta se observa una distribución normal con un valor mínimo registrado de 2 y un valor máximo de 6, una curtosis de 0.072, una media de 4.67 y una desviación estándar de 0.895. Se decidió identificar los cuartiles de la distribución y se derivan las categorías presentadas en la tabla 12.

Tabla 12
Niveles percibidos de Comportamiento Institucional, rango de valores de (2 - 6)

Nivel de Identificación con el Comportamiento Institucional	Percentil	Rango	%
Bajo	25	Valores \leq 4.00	32.9
Moderado	50	4.01 a 4.66	11.1
Alto	75	4.67 a 5.00	33.8
Muy alto	100	Valores \geq 5.01	22.2

La población que se puede considerar presenta cierto nivel de compromiso con el Comportamiento Institucional, se decidió contemplar únicamente a la población registrada como alto (33.8%). En la figura 8 se ilustra la distribución de frecuencias de los totales.

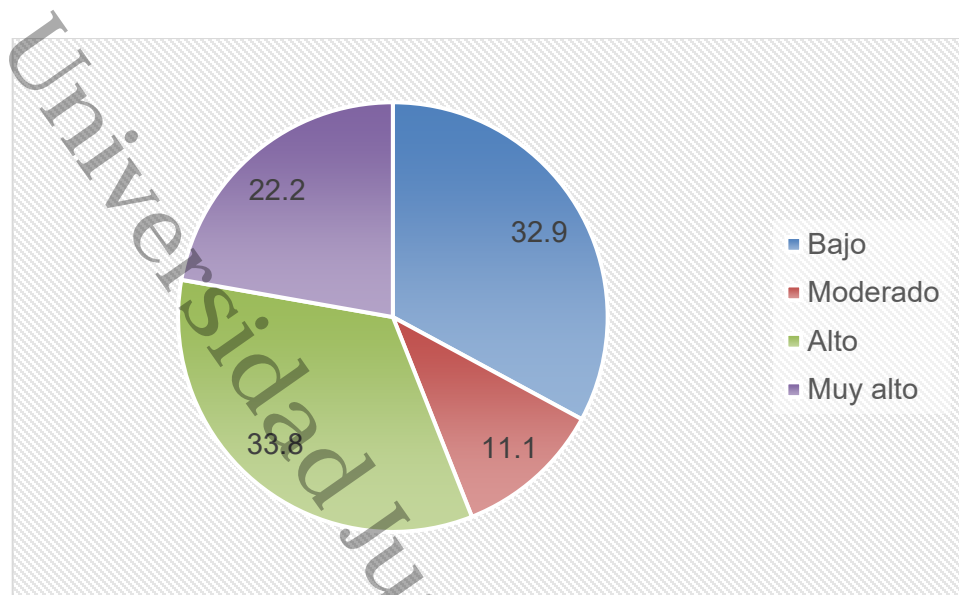


Figura 8.- Distribución de frecuencias de la dimensión comportamiento institucional

En consideración de la distribución y la escala de la prueba el 33.8% de la población presenta un nivel alto de comportamiento institucional.

Cultura Universitaria

Los puntajes obtenidos en la escala de la cultura universitaria fueron analizados en primer término a través de la distribución de frecuencias, en esta se observa una distribución normal con un valor mínimo registrado de 1 y un valor máximo de 6, una curtosis de 0.032, una media de 4.33 y una desviación estándar de 1.008. Con la finalidad de establecer categorías de análisis se decidió identificar los cuartiles de la distribución y se derivan las categorías presentadas en la tabla 13.

Tabla 13
Niveles percibidos de la Cultura Universitaria, rango de valores de (2 - 6)

Nivel de Cultura Universitaria	Percentil	Rango	%
Bajo	25	Valores \leq 3.66	24.0
Moderado	50	3.67 a 4.33	31.6
Alto	75	4.34 a 5.00	27.1
Muy alto	100	Valores \geq 5.01	17.3

La población que se puede considerar presenta cierto nivel de compromiso con la Cultura Universitaria, se decidió contemplar únicamente a la población registrada como moderado (31.6%). En la figura 9 se ilustra la distribución de frecuencias de los totales

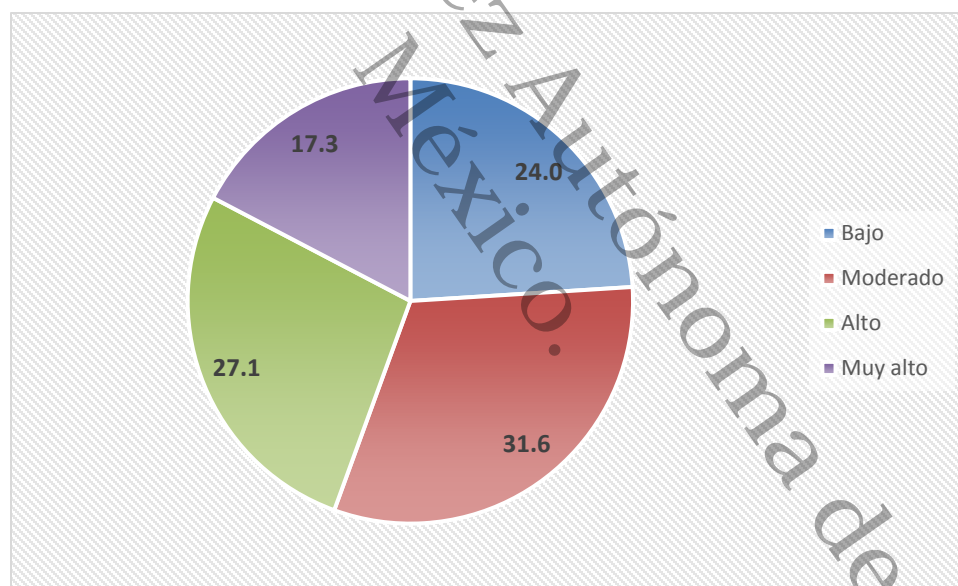


Figura 9.- Distribución de frecuencias sobre Cultura Universitaria

En consideración de la distribución y la escala de la prueba el 31.6% de la población presenta un nivel moderado de cultura universitaria.

Actitud de la organización

Los puntajes obtenidos en la escala de actitud hacia la organización fueron analizados en primer término a través de la distribución de frecuencias, en esta se observa una distribución normal con un valor mínimo registrado de 1 y un valor máximo de 6, una curtosis de 1.439, una media de 5.25 y una desviación estándar de 1.077. Con la finalidad de establecer categorías de análisis se decidió identificar los cuartiles de la distribución y se derivan las categorías presentadas en la tabla 14.

Tabla 14

Niveles percibidos del Sentido de Pertenencia, rango de valores de (2 - 6)

Nivel de actitud hacia la organización	Percentil	Rango	%
Buena	25	Valores \leq 4.25	26.7
Muy Buena	50	4.26 a 5.25	28.0
Excelente	100	Valores \geq 5.26	45.3

La población que se puede considerar presenta cierto nivel actitud hacia la organización, se decidió contemplar únicamente a la población registrada como Excelente (45.3%). En la figura 10 se ilustra la distribución de frecuencias de los totales

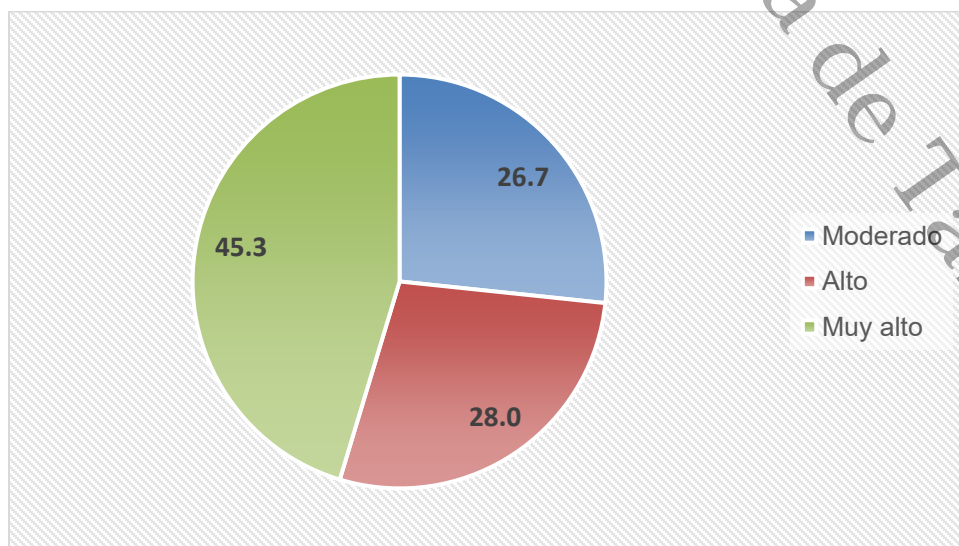


Figura 10.- Distribución de frecuencias sobre actitud hacia la organización

En consideración de la distribución y la escala de la prueba el 45.3% de la población presenta un nivel moderado de actitud hacia la organización.

Estadísticos Descriptivos

En este apartado se presentan los principales estadísticos descriptivos de las dimensiones bajo estudio. En primer término, la tabla 15 presenta los valores mínimos, máximos, media y desviación estándar de las variables identidad universitaria y sentido de pertenencia.

Tabla 15
Estadísticos descriptivos de las dimensiones del cuestionario de identidad universitaria y sentido de pertenencia

Dimensiones	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Identidad visual	225	1.75	6.00	4.7133	.91310
Comunicación	225	1.67	6.00	4.4874	.89474
Comportamiento	225	1.00	6.00	4.1011	1.05620
Cultura	225	1.00	6.00	4.2326	1.00826
Actitud organizacional	225	1.00	6.00	4.9700	1.07656

Se observa que la dimensión con la media más baja es la percepción del estudiante con relación al comportamiento de la institución que se refiere a los valores que refieren los directivos y el resto de los empleados. La media más alta se refiere a la actitud hacia la organización, la cual es excelente desde la perspectiva de los estudiantes.

Identidad visual

En la tabla 16 se presentan los principales descriptivos que corresponden a las preguntas del cuestionario que corresponden a la identidad visual percibida por los

estudiantes. Se aprecia que la media más baja corresponde a la pregunta sobre si el público comprende los símbolos de nuestra Universidad. La más alta corresponde a la pregunta donde se les cuestiona si la identidad visual ayuda a reconocer a la universidad. Se aprecia de igual forma que la pregunta más dispersa es también la que cuestiona sobre la identidad visual de la universidad y el reflejo de lo que los estudiantes sienten que son.

Tabla 16
Estadísticos descriptivos de las preguntas de identidad visual

Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
La identidad visual de mi Universidad (logotipo, colores corporativos, instalaciones) refleja finalmente lo que somos	225	1	6	4.76	1.230
La identidad visual ayuda a reconocer mi Universidad	223	1	6	5.09	1.051
El público (alumnos, personal, sociedad en general) comprende los símbolos de nuestra Universidad (logotipo, colores)	223	1	6	4.28	1.271
Los Símbolos Universitarios (Escudo, bandera e himno) reflejan fielmente lo que somos	223	1	6	4.86	1.161

Con la finalidad e ilustrar esta proporción se presenta en la figura 11

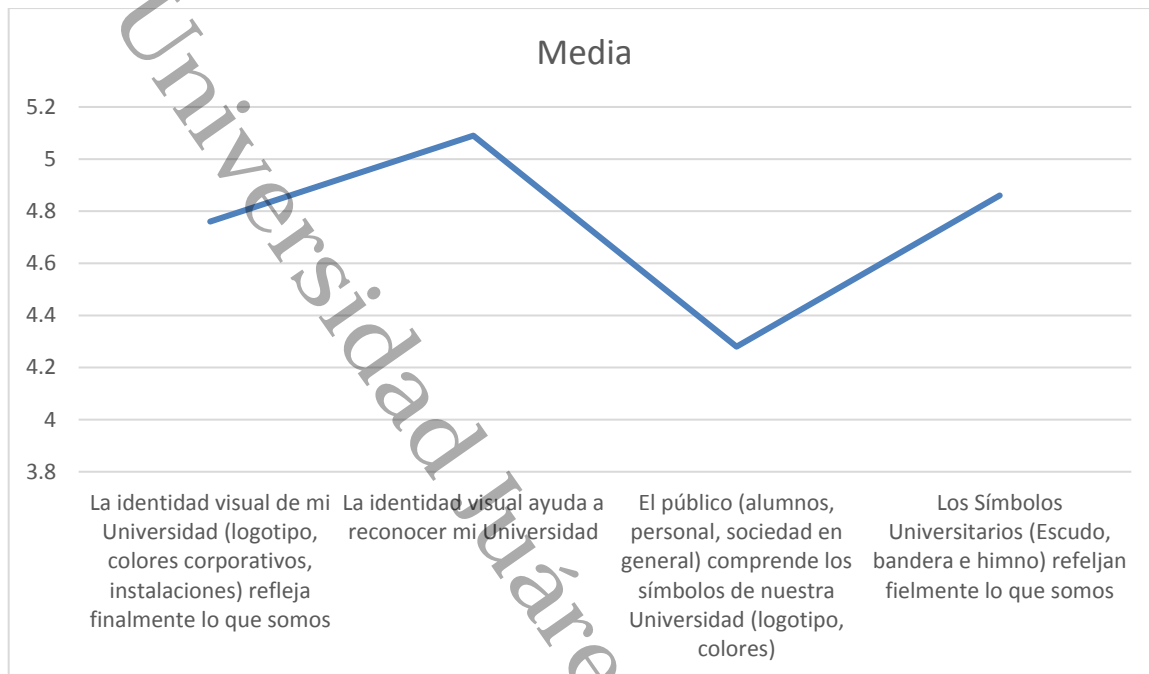


Figura 11.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión de identidad visual

Comunicación Universitaria

En la tabla 17 se presentan los principales descriptivos que corresponden a las preguntas del cuestionario que corresponden a la comunicación de los símbolos universitarios hacia la comunidad universitaria. Se aprecia que la media más alta está en la pregunta: A través de sus comunicaciones mi universidad transmite un mensaje claro y consistente a todo su público. La más baja corresponde a la pregunta sobre si existe una buena comunicación interna y externa, que además también es la pregunta con mayor dispersión según el valor reportado de la desviación estándar.

Tabla 17
Estadísticos descriptivos de las preguntas de comunicación

Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
A través de sus comunicaciones (página web, e-mails...), mi Universidad transmite un mensaje claro y consistente a todo su público (alumnos, personal, sociedad en general)	225	1	6	4.92	1.059
La estrategia de comunicación de mi Universidad busca transmitir una imagen acorde con su personalidad	223	1	6	4.59	1.026
En general, en mi Universidad existe una buena comunicación interna y externa	225	1	6	4.00	1.301

Con la finalidad de ilustrar esta proporción se presenta en la figura 12 en donde se aprecia claramente que las diferencias son menores que la dimensión anterior.

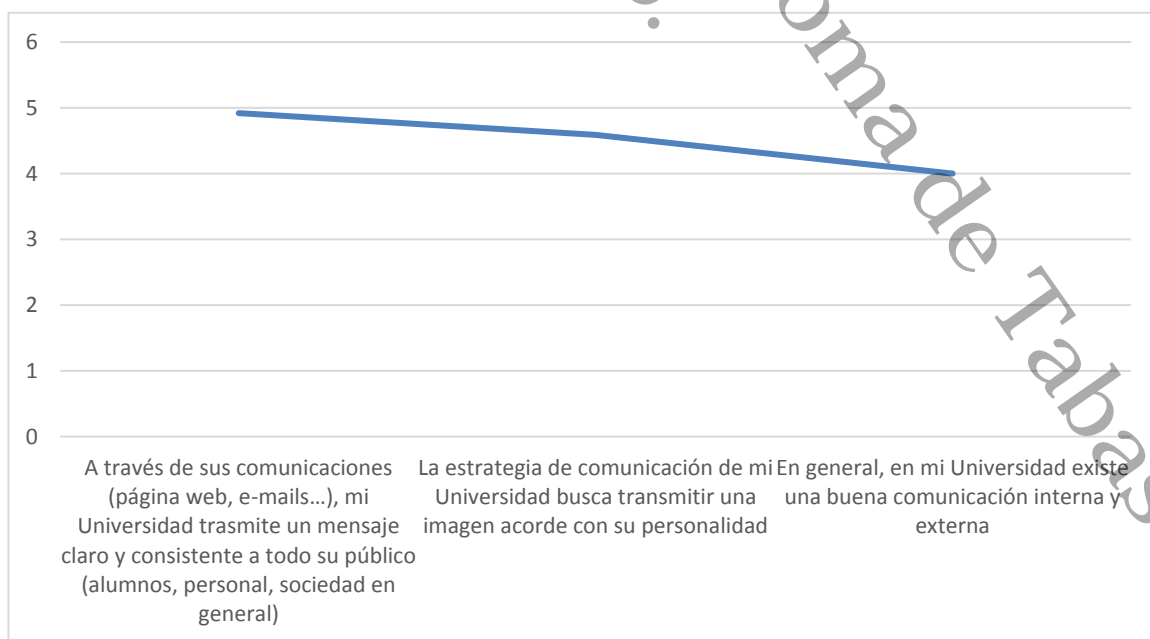


Figura 12.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión comunicación

Comportamiento Institucional

En la tabla 18 se presentan los principales descriptivos que corresponden a las preguntas del cuestionario que corresponden al comportamiento institucional. En esta dimensión la media más alta corresponde a dos preguntas: La Universidad proporciona a sus trabajadores la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos y habilidades para su desarrollo, y las acciones que realiza mi Universidad reflejan sus valores, siendo esta última la más dispersa. La media más baja corresponde hacia el cuestionamiento sobre si la universidad supervisa periódicamente el rendimiento de sus trabajadores, la cual se aprecia es la pregunta con la mayor dispersión de todas en esta dimensión de acuerdo a la percepción de los estudiantes.

Tabla 18

Estadísticos descriptivos de las preguntas de comportamiento institucional

Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Las acciones que realiza mi Universidad reflejan sus valores	222	1	6	4.26	1.231
Nuestra Universidad supervisa periódicamente el rendimiento de sus trabajadores	225	1	6	3.77	1.375
La Universidad proporciona a sus trabajadores la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos y habilidades para su desarrollo	225	1	6	4.26	1.205
La Universidad realiza acciones para mejorar el bienestar de su público (alumnos, personal, sociedad en general)	225	1	6	4.17	1.274

Con la finalidad de ilustrar esta proporción se presenta en la figura 13.

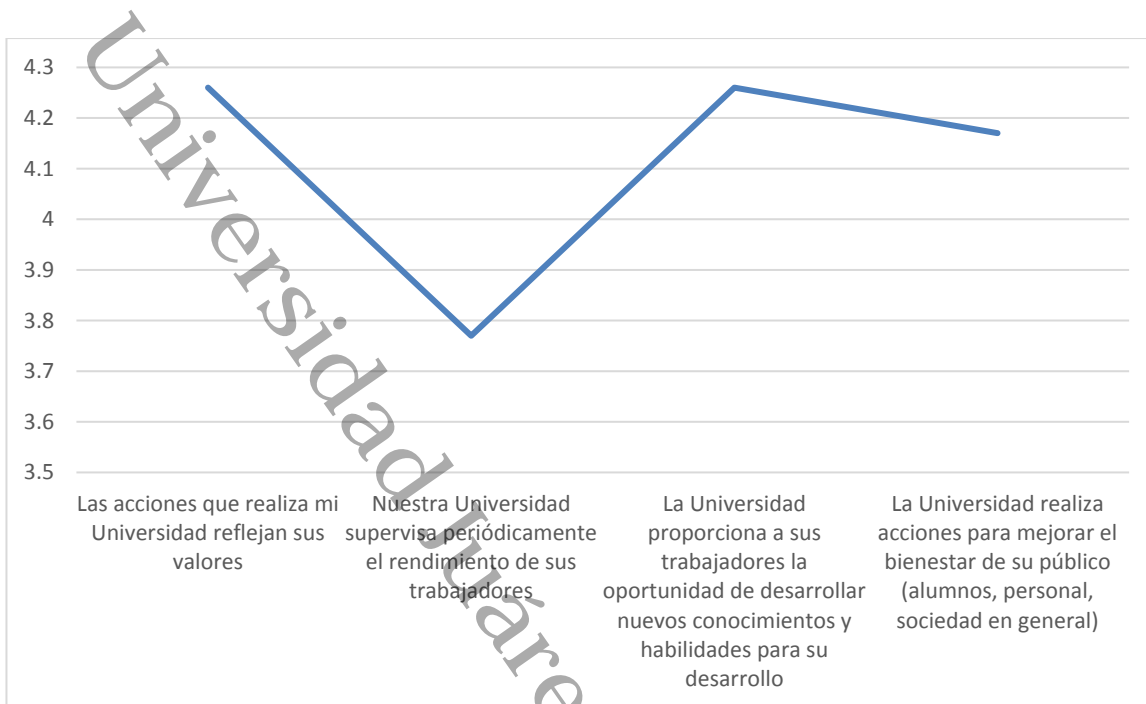


Figura 13.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión comportamiento institucional

Cultura Universitaria

En la tabla 19 se presentan los principales descriptivos que corresponden a las preguntas del cuestionario que corresponden a la cultura universitaria. Se aprecia que la media mas alta corresponde a la pregunta que señala si existe una visión clara sobre los objetivos que guían la estrategia de la universidad con una dispersión mínima. La media más baja corresponde a si el profesorado si el personal de la universidad conoce la misión de la misma, la cual también es la pregunta con mayor dispersión.

Tabla 19
Estadísticos descriptivos de las preguntas de cultura universitaria

Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Existe una visión clara sobre los objetivos que guían la estrategia de mi Universidad	224	1	6	4.40	1.006

El profesorado está comprometido con los objetivos de esta Universidad	225	1	6	4.28	1.270
El personal de la Universidad conoce la misión de esta institución	225	1	6	4.04	1.379

Con la finalidad de ilustrar esta proporción se presenta en la figura 14 los valores de las medias de cada pregunta, en donde se puede apreciar con claridad la diferencias entre los valores de cada pregunta.

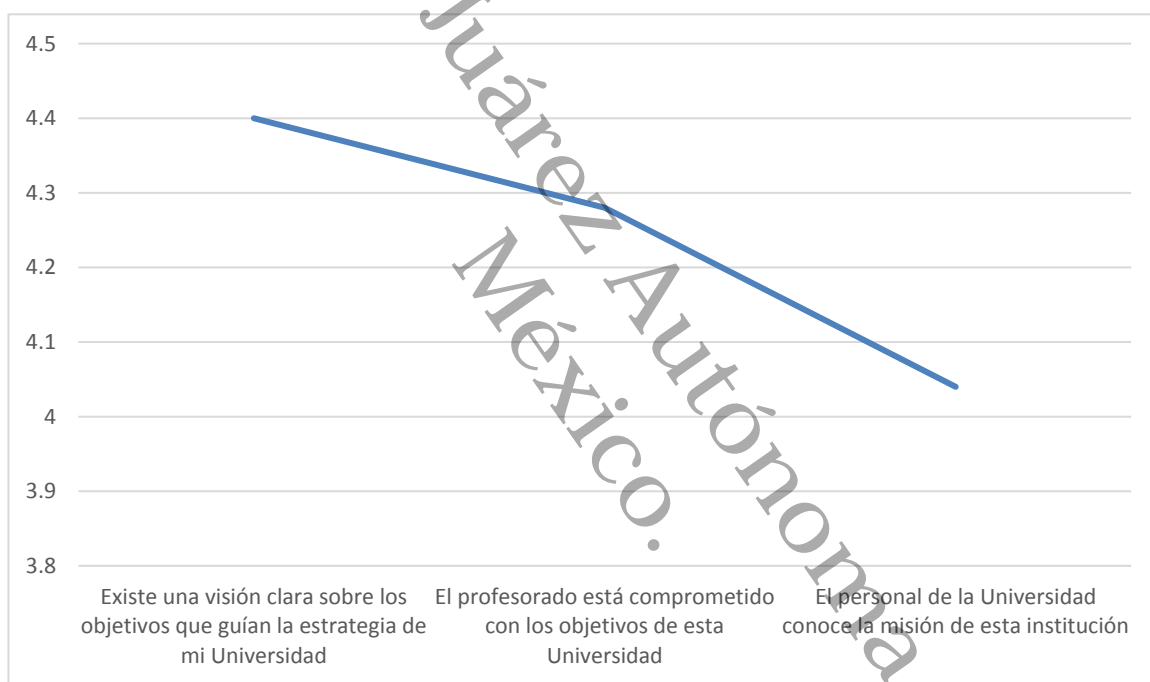


Figura 14.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión cultura universitaria

Actitud hacia la Organización

En la tabla 20 se presentan las preguntas de la única dimensión de la variable sentido de pertenencia, la actitud hacia la organización percibida por los estudiantes. Se aprecia que la media más alta corresponde a la pregunta sobre si se siente orgullo cuando alguien habla de la universidad, y la media más baja corresponde a si se considera que

el éxito de la universidad es parte del éxito individual, siendo esta pregunta también la que mayor dispersión refleja. En términos generales están de acuerdo a la escala en una zona de aceptación.

Tabla 20
Estadísticos descriptivos de las preguntas de actitud hacia la organización

Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
El éxito de mi Universidad lo considero mi éxito	224	1	6	4.76	1.306
Cuando alguien habla bien de mi Universidad, me siento orgulloso	224	1	6	5.21	1.134
Siento que formo parte de mi Universidad	225	1	6	5.02	1.138
Me identifico con esta Universidad	225	1	6	4.94	1.259

En la figura 15 se ilustran los valores de las medias de cada pregunta de la dimensión actitud hacia la organización.

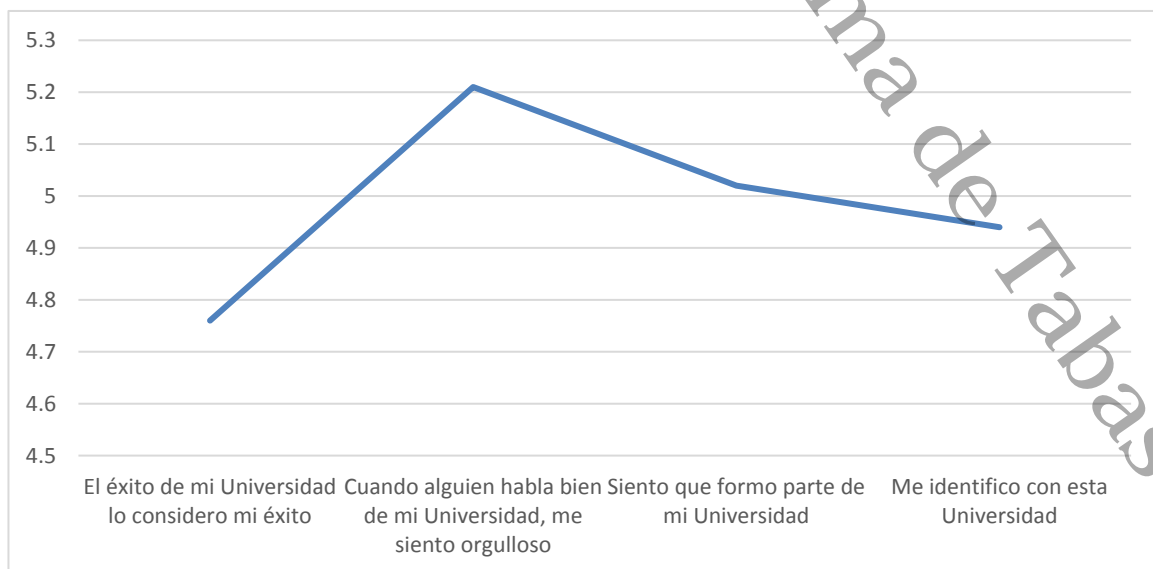


Figura 15.- Medias de las preguntas que corresponden a la dimensión actitud hacia la organización.

Análisis de diferencia de medias

Para determinar las diferencias estadísticamente significativas de las variables con respuesta dicotómica se realizó un estadístico de prueba de la t de student, en donde la única variable analizada fue el género, la cual no reporta diferencias significativas.

Para las variables demográficas con más de dos categorías se realizó el estadístico de prueba ANOVA, cuyos resultados para el ciclo escolar no fueron significativos.

El porcentaje de avance curricular es el que reporta una diferencia con respecto a percepción del estudiante sobre cultura organizacional, siendo e rango de 16 a 49% de avance curricular lo que mejor percepción reportan.

Tabla 21

Comparación de las medias poblacionales de cada dimensión por porcentaje de avance curricular

Antigüedad	N	Media	Desviación típica	F	Sig.
IDENTIDAD				.57	.63
16 a 49%	16	4.7656	0.71571		
50 a 66%	87	4.7902	0.86760		
67 a 83%	91	4.6209	1.02019		
84 a 99%	30	4.7750	0.79424		
COMUNICACIÓN				2.16	.09
16 a 49%	16	4.9375	0.47483		
50 a 66%	87	4.5441	0.87768		
67 a 83%	91	4.3663	0.90138		
84 a 99%	30	4.5444	0.90331		
COMPORTAMIENTO INSTITUCIONAL				2.00	.11
16 a 49%	16	4.4688	0.49896		
50 a 66%	87	4.2385	1.01580		
67 a 83%	91	3.9313	1.17619		
84 a 99%	30	4.0167	0.95125		
CULTURA ORGANIZACIONAL				3.01	.03*

Antigüedad	N	Media	Desviación típica	F	Sig.
16 a 49%	16	4.8542	0.60820		
50 a 66%	87	4.3027	0.99044		
67 a 83%	91	4.0879	1.07017		
84 a 99%	30	4.1111	0.93191		
ACTITUD ORGANIZACIONAL				1.46	.22
16 a 49%	16	4.9688	1.01191		
50 a 66%	87	5.1178	1.02074		
67 a 83%	91	4.7995	1.17036		
84 a 99%	30	5.1000	0.92522		

Nota: N = 224 p ≤ 0.05*

Con relación a las diferencias entre los programas de licenciatura, se aprecia en la tabla 16 que los alumnos de mercadotecnia presentan los valores de la media más bajos, en todas las dimensiones. El programa de licenciatura en administración por su parte registra las medias más altas con excepción de la dimensión de Cultura Organizacional, en donde es la Licenciatura en Economía la que presenta la media más alta.

Tabla 22

Comparación de las medias poblacionales de cada dimensión por programa de licenciatura

Programa de licenciatura	N	Media	Desviación típica	F	Sig.
IDENTIDAD				3.66	.01*
Licenciatura en Administración	62	4.8992	0.77415		
Licenciatura en Contaduría Pública	66	4.8106	0.98845		
Licenciatura en Mercadotecnia	71	4.4261	0.99498		
Licenciatura en Economía	26	4.8077	0.58441		
COMUNICACIÓN				7.47	.00**
Licenciatura en Administración	62	4.8118	0.72585		
Licenciatura en Contaduría Pública	66	4.4747	0.98720		
Licenciatura en	71	4.1362	0.88833		

Programa de licenciatura	N	Media	Desviación típica	F	Sig.
Mercadotecnia					
Licenciatura en Economía	26	4.7051	0.69491		
COMPORTAMIENTO INSTITUCIONAL				7.02	.00**
Licenciatura en Administración	62	4.4355	0.85763		
Licenciatura en Contaduría Pública	66	4.1818	1.13472		
Licenciatura en Mercadotecnia	71	3.6655	1.09295		
Licenciatura en Economía	26	4.2885	0.79904		
CULTURA ORGANIZACIONAL				5.75	.00**
Licenciatura en Administración	62	4.3978	0.89491		
Licenciatura en Contaduría Pública	66	4.4040	1.12397		
Licenciatura en Mercadotecnia	71	3.8357	0.97894		
Licenciatura en Economía	26	4.4872	0.72560		
ACTITUD ORGANIZACIONAL				7.11	.00**
Licenciatura en Administración	62	5.3750	0.98112		
Licenciatura en Contaduría Pública	66	5.0947	1.02260		
Licenciatura en Mercadotecnia	71	4.5986	1.08354		
Licenciatura en Economía	26	4.7019	1.05598		

N = 224 $p \leq 0.05$ * $p \leq 0.01$ **

Análisis de Correlación

Con relación al análisis de correlación, la única correlación propuesta fue de las dimensiones con respecto al ciclo escolar, pero el análisis no reportó ninguna correlación con esta variable.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Capítulo 5. Conclusiones

El objetivo de la investigación fue determinar los niveles de identidad universitaria y sentido de pertenencia de los estudiantes de las licenciaturas de la DACEA en referencia a la identidad universitaria de la UJAT.

Con respecto a la identidad universitaria, podemos hablar de los niveles de cada una de las dimensiones que la conforman: la identidad visual, la comunicación, el comportamiento y la cultura. Los resultados indican que en general los estudiantes tienen niveles de moderado a positivo con relación a todas las dimensiones, únicamente podemos referir que el 32% de los estudiantes perciben que los valores no se reflejan a nivel institucional en directivos y empleados.

Esto se puede explicar debido a que los programas de sociabilización de los valores institucionales solo son llevados a cabo con la comunidad estudiantil, y probablemente un puñado de directivos de la universidad, dejando fuera de estos ejercicios al personal académico, administrativo y de servicios, por tanto, el estudiante que tiene esta información, no encuentra aplicación visible de los valores universitarios en el factor humano de la universidad.

Con relación al sentido de pertenencia, los valores son excelentes, los estudiantes se sienten parte de la Universidad y se identifican con la organización.

La pirámide de Maslow, nos señala que el sentido de pertenencia se basa en una necesidad social, ya que el ser humano es un ser social por naturaleza, y necesita pertenecer a un grupo, y sentirse parte de este grupo los cuales podemos definir como sus núcleos de referencia: una nación, la familia, club deportivo, asociación religiosa,

comunidad escolar, agrupación política, equipos de trabajo entre otros.

Dávila León y Jiménez García (2014), proponen una definición del sentido de pertenencia como un aspecto propio de la identificación institucional, es decir el agrado que tiene una persona de sentirse integrante de un grupo particular.

Los resultados permiten concluir que las actividades de identidad universitaria emprendida por la UJAT, no ha tenido los resultados esperados al menos en todas las licenciaturas, porque alumnos que llevan asignaturas relativas a estos tópicos como lo es la licenciatura en Mercadotécnica presentan los valores más bajos en un comparativo por licenciatura.

Se destaca también que el avance curricular es importante, pues los alumnos con poco avance curricular tienen una opinión mucho más positiva sobre la identidad universitaria y sentido de pertenencia, que los alumnos que ya llevan más del 50% de avance en las materias.

Dávila León y Jiménez García (2014), proponen una definición del sentido de pertenencia como un aspecto propio de la identificación institucional, es decir el agrado que tiene una persona de sentirse integrante de un grupo particular.

Los resultados permiten concluir que las actividades de identidad universitaria emprendida por la UJAT, no ha tenido los resultados esperados al menos en todas las licenciaturas, porque alumnos que llevan asignaturas relativas a estos tópicos como lo es la licenciatura en Mercadotécnica presentan los valores más bajos en un comparativo por licenciatura.

Haradas (2015), expresa que los solemos recurrir a la comunicación visual para que los productos y servicios, además de los quienes los producen y prestan, sean identificados, distinguidos, recordados y consumidos.

En el caso de los alumnos de mercadotecnia, por su formación disciplinar tienen mayor información en posicionamiento de marca, comunicaciones integradas, construcción de marcas, y publicidad, por cual se vuelven más críticos de acciones promocionales que la institución emprende.

Se destaca también que el avance curricular es importante, pues los alumnos con poco avance curricular tienen una opinión mucho más positiva sobre la identidad universitaria y sentido de pertenencia, que los alumnos que ya llevan más del 50% de avance en las materias.

Propuestas de Estrategias de mejora

Con fundamento en esta investigación, se proponen estrategias y acciones que permitan fortalecer la identidad universitaria entre la comunidad académica de la DACEA, considerando cinco estrategias para su cumplimiento.

- E1. Identificación de los públicos internos a quienes debe dirigirse las acciones de fortalecimiento de la identidad universitaria, considerando sus características y particulares, de cada segmento poblacional.
- E2. Fortalecer el conocimiento de la raíz de la identidad universitaria, desde los orígenes hasta la actualidad, rescatando elementos visibles, que dan representatividad a la comunidad universitaria.
- E3. Reconocer el entorno donde se desarrolla la población destino, para

identificar sus accesos de información.

- E4. Empatía del perímetro social, volcar las acciones de identidad universitaria para que exista la cohesión social entre todos los que integran la comunidad de la DACEA.
- E5. Utilizar el factor emocional para el proceso de identificación, de la pertinencia académica.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

Referencias

- Bernheim, C. T. (2000). *El nuevo concepto de la extensión universitaria*. biblioteca general de extensión universitaria. Recuperado de <http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/handle/123456789/80>.
- Castro Salazar, H. (1 de Mayo de 2015). *Universidad Mexicana*. Recuperado el 19 de Marzo de 2018, de unimex.edu.mx: http://unimex.edu.mx/Investigacion/DocInvestigacion/Identidad_Universitaria.pdf
- Correa, J. M. (2004). Individuo, Cultura y Sociedad. *Revista Electrónica de Psicología*, 7(3), 53-70. Recuperado de <http://www.iztacala.unam.mx/carreras/psicologia/psiclin/vol7num3/art4-2004-3.pdf>
- Cortés, D. (2011). Aportes para el estudio de la identidad institucional universitaria. El caso de la UNAM. *Perfiles Educativos*, 32, 78-90. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13221258008>
- Cortina, J. M. (2006). *Identidad, Identificación e Imagen*. México: FCE.
- Flores, D. M. (2017). Concepto de Cultura. *promonegocios.net*, <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>.
- García, A. (2007). La Construcción de las Identidades. *Cuestiones Pedagógicas*, 18, 207-228. Recuperado de

<http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/18/14%20construccion%20de%20identidades.pdf>

García, É. (2016). La identidad social y el macondismo. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 25, 573-594.
Doi <https://doi.org/10.5944/signa.vol25.2016.16963>

Giménez, G. (Enero de 2010). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Unam en línea:
http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/625trabajo.pdf

Giménez, G. (s.f.). La Cultura Como Identidad y La Identidad Como Cultura. *Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM*, pág.
<http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>.

Gómez, M. R. (2016). *Factores fundamentales de una identidad corporativa*. moio estudios. Recuperado de <http://blog.moioestudio.com/factores-fundamentales-de-una-identidad-corporativa>.

González, A. G. (2012). Caracterización Sociocultural De La Comunidad. *Eumed.net Revistas*, <http://www.eumed.net/rev/cccs/20/agg2.html>.

Grimson, A (2008). Diversidad y cultura. Reificación y situacionalidad. *Tabula Rasa*. Doi: 10.25058/20112742.321

Hernández, C. Z. (2014). Influencia De La Cultura En La Personalidad Del Individuo.

Hernández, S. Fernández, C., & Baptista L. (2014). *Metodología de la investigación: (6a.*

ed.). México D.F.: McGraw-Hill

Krejcie, RV, & Morgan, DW (1970). Determinando el tamaño de la muestra para actividades de investigación. *Medición educativa y psicológica*, 30, 607-610.

Luna, R. B. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de Claseshistoria*.

Martínez, A. G. (2008). La influencia de la cultura y las identidades en las relaciones interculturales. *Kairos, Revista de Temas Sociales.*, 22. Recuperado de file:///C:/Users/Asistente%20Basicos/.satLock/Downloads/Dialnet-LaInfluenciaDeLaCulturaYLasIdentidadesEnLasRelacio-2777529.pdf.

Maslow. (1954). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3378/337832618004.pdf>.

Mora (2013). *Neuroeducación, solo se puede aprender aquello que se ama*. Madrid. Editorial Alianza.

Moro Da Dalt, L. (2009). *Guía para la promoción personal de las mujeres gitanas: perspectiva psico-emocional y desarrollo profesional*. Madrid: Fundación Secretariado Gitano.

Páez, D., & Zubieta, E. (2003). En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos, & E. Zubieta, *Psicología Social, Cultura y Educación* (págs. 25-44). España: Pearson Educación.

Real Academia Española. (Diciembre de 2017). *Identidad : Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 4 de Marzo de 2018, de Real Academia Española Web Site: <http://dle.rae.es/?id=KtmKMfe>

Rivera Rodríguez, H., & Cabra Ballester, D. (7 de Octubre de 2016). Importancia De La Identidad Corporativa Para. *Xxi Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática*. Ciudad México, México: UNAM.

Rosas Castro, J. A., & Mapen Franco, F. D. (2016). Institucionalización del modelo educativo de las universidades tecnológicas en México en sus alumnos. *Gestión y Estrategias*, 87-101.

Takaki, M., Bravo, R. y Martínez, E. (2014). La gestión de la identidad corporativa en la Universidad: análisis y consecuencias desde la perspectiva del profesorado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 24 (2015) 25–34. Recuperado de www.elsevier.es/redee.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2011). *Reglamento sobre los símbolos representativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco*. Tabasco, México, Autor. Recuperado de http://www.archivos.ujat.mx/abogado_gral/legislacion_univ2012/REGLAMENTO%20SIMBOLOS%20REPRESENTATIVOS%20DE%20LA%20UJAT.pdf

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] – División Académica de Ciencias Económico Administrativas [DACEA] (2014). *Identidad*. Recuperado de <http://www.archivos.ujat.mx/2014/dacea/pagina%20nueva/identidad.pdf>.

Tabasco, México: Autor.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] – División Académica de Ciencias Económico Administrativas [DACEA] (2019). *Posgrados*. Recuperado de <http://www.ujat.mx/dacea>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2015). Plan Institucional de Desarrollo a Largo Plazo 2028. Tabasco, México: Autor

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2016). Plan de Desarrollo Institucional 2016-2020 recuperado de: http://www.archivos.ujat.mx/2016/rectoria/PDI_FINAL2020.pdf tabasco, México: Autor

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2017). *Plan de desarrollo divisional 2016-2020 – División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez*. tabasco, México: Autor. Recuperado de: <http://www.archivos.ujat.mx/2018/DAMJM/PDD-2016-2020-DAMJM.pdf>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2019a). *Historia*. Página Web. Recuperado de <http://www.ujat.mx/45/7114>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2019b). *Mision*. Página Web. Recuperado de <http://www.ujat.mx/45/348>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2019c). *Visión*. Página Web.

Recuperado de <http://www.ujat.mx/45/19800>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2019d). *Ideario*. Página Web.

Recuperado de <http://www.ujat.mx/473/21021>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2019e). *Valores Institucionales*.

Página Web. Recuperado de <http://www.ujat.mx/45/7659>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2019f). *Macrolocalización*. Página

Web. Recuperado de <http://www.ujat.mx/45/10003>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2019g). *Oferta Educativa*. Página

Web. Recuperado de <http://www.ujat.mx/287>

Valdivieso, C. E., Valdivieso, R., & Valdivieso, O. (2011). Determinación Del Tamaño

Muestral mediante el uso de árboles de decisión. *Upb - Investigación & Desarrollo*, 148-176.

Zac, M. L. (2011). Cultura Y Ética Universitaria. <http://cultura-pro-vida.blogspot.mx/>.

Apéndice A- Cuestionario

Apreciable alumno:

El siguiente cuestionario tiene el objetivo de conocer tu percepción sobre algunos aspectos de la Identidad Universitaria es ANÓNIMO Y CONFIDENCIAL. La información únicamente será empleada en un proyecto de investigación con fines académicos. Contestarlo te llevará aproximadamente 5 minutos.

División a la que pertenece _____

Edad: años Género: H M

Porcentaje de Avance Curricular: Ciclo:

Programa de Licenciatura

Licenciatura en Administración

Licenciatura en Contaduría Pública

Licenciatura en Mercadotecnia

Licenciatura en Economía

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DEL CUESTIONARIO

A continuación, se le presentan una serie de enunciados acerca de cómo se siente en su trabajo. Le solicitamos responder de acuerdo con su manera de sentir, percibir y pensar sobre diversas situaciones que se presentan en su vida laboral. Le pedimos que responda de la manera más sincera posible. Opina marcando el número o una X en las columnas de la derecha de acuerdo a la siguiente escala.

Totalmente en desacuerdo	1
Moderadamente en desacuerdo	2
Ligeramente en desacuerdo	3
Ligeramente de acuerdo	4
Moderadamente de acuerdo	5
Totalmente de acuerdo	6

Por favor, lee cuidadosamente las instrucciones, es importante para un llenado rápido del cuestionario. No dejes ningún reactivo sin contestar. **Si no estás seguro, déjate guiar por tu primer impulso.**

Por favor, una vez que termines, devuelve la encuesta a la persona encargada y no olvides sellarlo para garantizar la integridad de la información que nos brindas.

¡Adelante y mil gracias!

1 La identidad visual de mi Universidad (logotipo, colores corporativos, instalaciones) refleja fielmente lo que somos

2 La identidad visual ayuda a reconocer mi Universidad

3	El público (alumnos, personal, sociedad en general) comprende los símbolos de nuestra Universidad (logotipo, colores)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Los Símbolos Universitarios (Escudo, bandera e himno) reflejan fielmente lo que somos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	A través de sus comunicaciones (página web, e-mails. . .), mi Universidad transmite un mensaje claro y consistente a todo su público (alumnos, personal, sociedad en general)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	La estrategia de comunicación de mi Universidad busca transmitir una imagen acorde con su personalidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	En general, en mi Universidad existe una buena comunicación interna y externa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Las acciones que realiza mi Universidad reflejan sus valores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Nuestra Universidad supervisa periódicamente el rendimiento de sus trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	La Universidad proporciona a sus trabajadores la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos y habilidades para su desarrollo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	La Universidad realiza acciones para mejorar el bienestar de su público (alumnos, personal, sociedad en general)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Existe una visión clara sobre los objetivos que guían la estrategia de mi Universidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	El profesorado está comprometido con los objetivos de esta Universidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	El personal de la Universidad conoce la misión de esta institución	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	El éxito de mi Universidad lo considero mi éxito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Cuando alguien habla bien de mi Universidad, me siento orgulloso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Siento que formo parte de mi Universidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Me identifico con esta Universidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Señala alguna pregunta que no hayas comprendido

Si deseas agregar algún comentario sobre las preguntas te agradeceremos tu retroalimentación

¡Nuevamente Muchas Gracias por tu Valiosa Colaboración!