

Capítulo 8. Sentido de pertenencia e identificación universitaria: “Análisis de la cultura organizacional de UACyA”.

Edgar Dagoberto Aldana Ochoa
Carlos Felipe Castro Castañeda
Aldara María Díaz Ponce Madrid
Cesar Rafael Gómez Martínez

Universidad Autónoma de Nayarit

DOI: [10.46990/iQuatro.2025.04.19.8](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2025.04.19.8)

Resumen

La investigación “Sentido de pertenencia e identificación universitaria: Análisis de la cultura organizacional de UACyA” tiene como objetivo analizar los factores que influyen en la construcción del sentido de pertenencia de los estudiantes hacia su institución educativa y la existencia o no de una cultura organizacional. Cuantificar los efectos en el desempeño académico y la retención escolar. Con un enfoque cuantitativo y diseño correlacional, se aplicaron encuestas a estudiantes de educación superior. Los resultados muestran que un alto sentido de pertenencia mejora el compromiso académico y la satisfacción institucional, mientras que su ausencia incrementa el aislamiento social y la deserción. El principal aporte radica en evidenciar la importancia de estrategias que fortalezcan el orgullo institucional y la cohesión, promoviendo universidades inclusivas y comprometidas.

Palabras clave

Identidad, Cultura, Organización, Pertinencia, Valores

Introducción

El sentido de pertenencia e identificación universitaria es un fenómeno de gran relevancia en el ámbito educativo, pues constituye un elemento esencial para el desarrollo integral de los estudiantes y el fortalecimiento de las instituciones de educación superior. Este concepto, que engloba la conexión emocional, cognitiva y conductual de los estudiantes con su universidad, tiene implicaciones significativas tanto en el bienestar individual como en el desempeño colectivo dentro del entorno académico. Sin embargo, la falta de pertenencia e identificación universitaria plantea desafíos importantes que afectan no solo la experiencia estudiantil, sino también la cohesión institucional y, en última instancia, el cumplimiento de los objetivos educativos.

En términos de ventajas, “un alto sentido de pertenencia contribuye a la motivación intrínseca de los estudiantes, mejora su rendimiento académico, reduce las tasas de deserción y promueve una participación activa en actividades extracurriculares y comunitarias” (Strayhorn, 2019, p.33). Además, fomenta un ambiente de colaboración y respeto mutuo, fortaleciendo los lazos entre estudiantes, docentes y personal administrativo. Por otro lado, cuando este sentimiento es insuficiente o inexistente, se generan consecuencias negativas como la desconexión emocional, el aislamiento social y la disminución del compromiso académico, lo que puede derivar en un incremento de la deserción escolar y una percepción negativa de la institución (Tinto, 2017).

La importancia de esta investigación radica en su capacidad para abordar un problema que, aunque frecuentemente reconocido, no siempre se analiza con la profundidad necesaria. En un contexto donde las instituciones educativas enfrentan crecientes desafíos para retener y motivar a sus estudiantes, comprender los factores que influyen en el sentido de pertenencia e identificación universitaria resulta crucial (Robbins & Judge, 2021, p. 175). Este estudio no solo permite identificar las áreas de oportunidad en la gestión institucional, sino que también proporciona herramientas para el diseño de estrategias que promuevan un entorno más inclusivo, participativo y comprometido. La investigación realizada aporta evidencia empírica sobre la relación entre variables clave como el orgullo institucional, la percepción de la unidad académica y la conexión con valores culturales universales, y su impacto en la identificación de los estudiantes con su universidad.

El fenómeno del sentido de pertenencia e identificación universitaria, que se ve influenciado por la cultura organizacional de la institución ha sido ampliamente estudiado desde diversas perspectivas teóricas y metodológicas. “Se sabe que este sentimiento positivo hacia la institución educativa está asociado con factores como la calidad de las interacciones

sociales, la percepción de apoyo académico y emocional, y la alineación entre los valores personales y los valores institucionales” (Hausmann et al., 2007, p.21).

Asimismo, Pérez (2018, p. 311) señala que “se ha documentado que el orgullo institucional y la identificación con la misión y visión de la universidad son elementos fundamentales para fomentar este sentimiento transformado en cultura”. Los programas que promueven la participación estudiantil en actividades culturales, deportivas y académicas han demostrado ser efectivos para fortalecer la conexión emocional de los estudiantes con su institución (Strayhorn, 2019). Sin embargo, cuando estos elementos están ausentes o son deficientes, los estudiantes pueden experimentar sentimientos de alienación y desconexión, lo que afecta negativamente su rendimiento y su percepción de la universidad. En este sentido, la falta de pertenencia no solo impacta a nivel individual, sino que también tiene implicaciones organizacionales, como la disminución de la reputación institucional y la pérdida de talento humano (López, 2018). A pesar de los avances en la comprensión de este fenómeno, Didou y Gérard, (2010, p.112) precisa que “existen vacíos significativos en el conocimiento sobre el sentido de pertenencia e identificación universitaria, especialmente en el contexto de instituciones de educación superior en América Latina”. McMillan y Schumacher, (2022), comentan que “gran parte de la literatura existente se centra en contextos anglosajones, donde las dinámicas culturales, sociales y económicas difieren considerablemente de las realidades de países como México” (p. 206). Destacar que Gómez (2017, p. 7-23) “subraya la necesidad de estudios que aborden este tema desde una perspectiva local, considerando las características únicas de las universidades mexicanas y su impacto en la experiencia estudiantil”.

Otro vacío importante en la literatura es la falta de un enfoque integral que considere simultáneamente las dimensiones emocionales, cognitivas y conductuales del sentido de pertenencia. Si bien se han realizado estudios que analizan aspectos específicos, como la influencia del apoyo académico o las relaciones interpersonales, pocos trabajos han abordado este fenómeno desde una perspectiva holística que integre múltiples factores. Además, existe una limitada exploración de las estrategias efectivas para fomentar el sentido de pertenencia en contextos educativos diversos, lo que dificulta la implementación de políticas y prácticas basadas en evidencia (Maldonado, 2018, p. 34).

En este contexto, la presente investigación se distingue por su enfoque integral y su atención a las particularidades del entorno universitario mexicano. A través de un análisis riguroso de las variables que influyen en el sentido de pertenencia e identificación universitaria, este estudio busca llenar los vacíos existentes en la literatura y proporcionar una base sólida para el diseño de intervenciones que promuevan un mayor compromiso estudiantil. Entre los hallazgos más relevantes de esta investigación se encuentra la identificación de una relación

significativa entre el orgullo institucional, la percepción de la unidad académica y la conexión con valores culturales universales, y su impacto en el sentido de pertenencia de los estudiantes.

La falta de pertenencia e identificación universitaria no es un problema trivial, ya que afecta directamente la calidad de la educación y el bienestar de los estudiantes. Según Tinto (2017), “uno de los principales factores que contribuyen a la deserción escolar es la ausencia de un sentido de comunidad dentro de la universidad”. Esto se agrava en contextos donde las instituciones no logran establecer vínculos significativos con sus estudiantes, ya sea por una falta de comunicación efectiva, una deficiente oferta de actividades extracurriculares o una percepción negativa de la cultura organizacional. Por lo tanto, abordar este problema no solo es una cuestión de interés académico, sino también una prioridad estratégica para las universidades que buscan mejorar su desempeño y su impacto social.

Sintetizando lo antes expuesto, Colella, (2019, p. 42), reitera que “el sentido de pertenencia e identificación universitaria es un tema de gran relevancia que requiere una atención prioritaria por parte de las instituciones de educación superior”. Esta investigación, al analizar las variables que influyen en este fenómeno y su impacto en la experiencia estudiantil, contribuye al desarrollo de un conocimiento más profundo y aplicado sobre este tema.

Pregunta de Investigación

¿De qué manera las variables independientes seleccionadas explican la percepción del “Sentido de Orgullo y Representación” en los estudiantes de UACyA a fin de determinar la existencia o no de una cultura organizacional?

Preguntas específicas:

¿Cuál es el grado de correlación entre las variables independientes y la percepción del “Sentido de Orgullo y Representación” en los estudiantes de la UACyA?

¿Qué tan significativa es la contribución de cada variable independiente en la explicación de la variabilidad del “Sentido de Orgullo y Representación”?

Metodología.

Tipo de Muestreo

La investigación utilizó un muestreo probabilístico estratificado, considerando como estratos las cuatro carreras de la Unidad Académica de Contaduría y Administración: Administración, Contaduría, Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Este método asegura la representatividad de cada estrato y mayor precisión en las estimaciones poblacionales (Hernán-

dez-Sampieri & Mendoza, 2018). La afijación de la muestra fue proporcional al tamaño de cada carrera, garantizando representatividad en la muestra final.

Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra se calculó con la fórmula para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. La población total de 1,927 estudiantes se distribuye en: Administración (607), Contaduría (774), Mercadotecnia (222) y Negocios Internacionales (324).

Tabla 8.1

Relación y distribución de estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración UACyA, con datos proporcionados por el Departamento de Control Estudiantil de la misma. Realización propia en Excel.

DATOS Y CIFRAS DE ALUMNADO DE UACyA									
Semestres	Administración		Contaduría		Mercadotecnia		Negocios Internacionales		TOTALES POR SEMESTRE
	H	M	H	M	H	M	H	M	
1 Semestre	98	97	129	121	29	39	50	86	649
3 Semestre	58	59	85	103	19	32	23	55	434
5 Semestre	79	90	89	95	31	22	27	39	472
7 Semestre	61	65	66	86	25	25	22	22	372
TOTALES x GÉNERO	296	311	369	405	104	118	122	202	1927
TOTALES x CARRERA	607		774		222		324		1927

Aplicando la fórmula de muestreo estratificado, se obtuvieron los siguientes tamaños de muestra por estrato:

Licenciatura en Administración: 236 estudiantes (38.9% de su población)

Licenciatura en Contaduría: 257 estudiantes (33.2% de su población)

Licenciatura en Mercadotecnia: 141 estudiantes (63.5% de su población)

Licenciatura en Negocios Internacionales: 176 estudiantes (54.3% de su población)

El tamaño total de la muestra asciende a 810 estudiantes, lo que representa un 42% de la población total. Este tamaño muestral permite obtener resultados estadísticamente significativos con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, considerando la

heterogeneidad de la población y las características particulares de cada estrato, teniendo así, que se realizaron en total 896 encuestas, superando en 86 encuestas más.

Del Instrumento empleado.

El instrumento de recolección de datos fue diseñado específicamente para la investigación “Sentido de pertenencia e identificación universitaria” y aplicado mediante Google Forms. Consta de 79 reactivos distribuidos en tres apartados: “Sentido de Orgullo y Representación” (34 reactivos), “Tú y la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA)” (20 reactivos) y “Por lo Nuestro a lo Universal” (25 reactivos), organizados en seis secciones temáticas: Clima Institucional, Relaciones Interpersonales, Satisfacción Académica, Participación, Involucramiento e Identificación Filosófica. Del total, 62 reactivos emplearon una escala Likert (1 = totalmente en desacuerdo, 5 = totalmente de acuerdo), reconocida por su eficacia para medir actitudes y percepciones (Joshi et al., 2015). Además, nueve preguntas fueron dicotómicas (Sí/No), de las cuales ocho incluyeron preguntas abiertas adicionales para respuestas afirmativas. Estas fueron evaluadas cualitativamente, mientras las respuestas dicotómicas se cuantificaron para análisis estadístico. “La validez de contenido se garantizó con textos académicos y experiencia de los investigadores. Una prueba piloto, realizada con docentes-investigadores, aseguró claridad y confiabilidad del instrumento” (Creswell & Creswell, 2018).

Variables.

Para el instrumento descrito, se identifican dos tipos principales de variables: variables cuantitativas y variables cualitativas. Estas se definen y clasifican de acuerdo con las características de los reactivos y las escalas utilizadas.

Variable dependiente: “Sentido de pertenencia e identificación universitaria”.

Esta variable puede ser medida como una variable latente, no observable directamente, inferida a partir de las respuestas a los diferentes reactivos.

Variables independientes: Las 3 secciones del instrumento son consideradas como variables independientes dado que influyen en el sentido de pertenencia, las cuales son: “Sentido de Orgullo y Representación” (34 reactivos), “Tú y la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA)” (20 reactivos) y “Por lo Nuestro a lo Universal” (25 reactivos).

Hipótesis planteadas.

Hipótesis 1 (Relación entre sentido de orgullo y sentido de pertenencia):

Hipótesis nula (H_{01}): La media entre la Variable Independiente Sentido de orgullo y representación y la media entre la Variable Dependiente Sentido de pertenencia e identificación universitaria son iguales, por tanto “No existe una relación significativa”.

Hipótesis alternativa (H_{11}): La media entre la Variable Independiente Sentido de orgullo y representación y la media entre la Variable Dependiente Sentido de pertenencia e identificación universitaria No son iguales, por tanto Existe una relación significativa”.

Hipótesis 2 (Relación entre identificación con la unidad académica y sentido de pertenencia):

Hipótesis nula (H_{02}): “No existe una relación significativa o es igual su media entre la Variable Independiente Identificación con la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA) y la Variable Dependiente Sentido de pertenencia e identificación universitaria”.

Hipótesis alternativa (H_{12}): “Existe una relación significativa o es diferente su media entre la Variable Independiente Identificación con la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA) y la Variable Dependiente Sentido de pertenencia e identificación universitaria”.

Hipótesis 3 (Relación entre “Por lo Nuestro a lo Universal” y sentido de pertenencia):

Hipótesis nula (H_{03}): “No existe una relación significativa o es igual su media entre la percepción de la Variable Independiente “Por lo Nuestro a lo Universal” y la Variable Dependiente Sentido de pertenencia e identificación universitaria”.

Hipótesis alternativa (H_{13}): “Existe una relación significativa o es igual su media entre la percepción de la Variable Independiente “Por lo Nuestro a lo Universal” y la Variable Dependiente Sentido de pertenencia e identificación universitaria”.

Se realiza lo siguiente:

Estadísticas empleadas

Índices descriptivos básicos: Primeramente y antes de recurrir a métodos y modelos más complejos, se calcularán medias, desviaciones estándar, y rangos para resumir los datos de las escalas de Likert y otras variables cuantitativas.

Alfa de Cronbach: Dado que la mayor parte de tu instrumento utiliza escalas de Likert, el Alfa de Cronbach es ideal para evaluar la consistencia interna de los reactivos dentro de cada dimensión o sección del cuestionario.

Análisis de Regresión Lineal “Multiple”: Debido a que existe una Variable Dependiente y múltiples (3) Independientes.

Prueba de Correlación Esta para prueba de Hipótesis de las 3 planteadas previamente.

Resultados

Índices descriptivos básicos.

Un rango de 0 indica que todos los valores en esa columna son idénticos, reflejando ausencia de variabilidad en las respuestas para esa pregunta específica. Del mismo modo, un intervalo de confianza de 0 sugiere que la estimación de la media poblacional es exacta, sin incertidumbre, lo cual es coherente con un rango de 0, ya que todos los valores son constantes. La media y la mediana aritmética son iguales en cada ítem, lo que implica que no hay tendencia hacia respuestas más positivas o negativas, ni sesgo en los datos. Además, la desviación estándar de 0 en las 62 preguntas demuestra uniformidad absoluta en las respuestas, indicando consenso entre los participantes. Esto podría interpretarse como un fuerte acuerdo sobre las afirmaciones presentadas o, alternativamente, como falta de reflexión crítica o incomodidad para expresar opiniones divergentes. Se utilizó la desviación estándar poblacional, ya que se analizaron datos de toda la población encuestada. En 54 de los 61 reactivos no se observaron desviaciones altas ni moderadas. Se parte de la interpretación siguiente:

“Las desviaciones estándar están en una escala de 0 a 5 (como en el presente caso), se considera”:

Baja: Menor a 0.8 (indica poca variabilidad en las respuestas).

Media: Entre 0.8 y 1.0 (variabilidad moderada).

Alta: Mayor a 1.0 (indica que las respuestas están más dispersas).

Tabla 8.2

“Estadísticas Descriptivas del instrumento aplicado”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

Reactivo	1	2	3
Desviación Estandar por Reactivo	0.902953518	0.85523411	0.930387963
Media Aritmética	0.952735681	0.952735681	0.952735681
Diferencia	0.049782163	0.097501571	0.022347718
Interpretación	Baja: Menor a 0.8	Baja: Menor a 0.22	Baja: Menor a 0.22

Solo en 7 de los reactivos, se puede considerar (de ser el caso), aquellas en que su desviación fue un poco mas elevada, sin ser significativa. Aun con esto, se puede establecer que se debe considerar solo un poco la "claridad y con ello el entendimiento por parte del alumno encuestado sobre estos reactivos y, que no se pudiese interpretar como no entendible o poco clara, inclusive, su relevancia en el instrumento".

Tabla 8.3

"Análisis de Desviaciones Estandar con diferencia Moderada del instrumento aplicado". Realización propia con el software "R" para Excel con datos del instrumento.

Desviaciones Estandar de reactivos en diferencia "Moderada"							
Reactivo	16	26	27	41	50	59	60
Desviación Estandar por Reactivo	0.843690208	0.852099157	0.746804417	0.778118725	0.833277196	1.094175846	0.784178186
Media Aritmética	0.952735681	0.952735681	0.952735681	0.952735681	0.952735681	0.952735681	0.952735681
Diferencia	0.109045472	0.100636524	0.205931264	0.174616956	0.119458485	-0.14144016	0.168557495
Interpretación	Moderada: Entre 0.8 y 1.0						

Estas variaciones, aunque mínimas, podrían estar reflejando diferencias en la percepción de la cultura organizacional por parte de los estudiantes. Un análisis más profundo de las respuestas a estos reactivos podría arrojar luz sobre las áreas donde la cultura organizacional es percibida de manera menos homogénea

Cálculo del Alfa de Cronbach.

Fórmula del Alfa de Cronbach (α):

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Tabla 8.4

"Cálculo del Alfa de Cronbach para todo el instrumento (total de reactivos y total de encuestados)". Realización propia con el software "R" para Excel con datos del instrumento.

Varianza de los Totales de los Items	0.815325056
Suma de las Varianza de los Totales de los Items	56.09582395
Varianza de los Totales por Participante	541.4728344

Tabla 8.5

“Resultados obtenidos para desarrollar el cálculo del Alfa de Cronbach”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

Donde:	
α = Coeficiente de Alfa de Cronbach (Confiabilidad del Instrumento)	0.91134143
k= Número de ítems o preguntas	61
Σ = Varianza de los ítems (suma de las varianzas de cada ítem)	56.0958
Varianza total de la puntuación total de la escala (Instrumento)	541.4728

Se tiene que, interpretando (indicador de la consistencia interna del instrumento) el resultado obtenido del Alfa de Cronbach, se considera que, el resultado de 0.9113, es decir $\alpha \geq 0.9$ nos dá “Excelente consistencia interna” y una “Excelente Confiabilidad del Instrumento”.

Se determina la misma prueba por cada una de las 3 Variables Dependientes que integran el instrumento a fin de validar si el instrumento refleja la Confiabilidad requerida.

Tabla 8.6

“Resultados por Variable del calculo del Alfa de Cronbach”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

Variable	Varianza de los Totales de los Ítems	Suma de las Varianza de los Totales de los Ítems	Varianza de los Totales por Participante	α = Coeficiente de Alfa de Cronbach (Confiabilidad del Instrumento)	Interpretación
Variable 1	0.815325056	29.99229587	229.26952	0.899155075	$0.8 \leq \alpha < 0.9$ “Buena consistencia interna”.
Variable 2	1.051957111	19.65077427	74.64759546	0.859544874	$0.8 \leq \alpha < 0.9$ “Buena consistencia interna”.
Variable 3	0.768569635	3.452753807	15.24270069	0.902395075	$\alpha \geq 0.9$ “Excelente consistencia interna”.

La consistencia interna de las escalas que miden las variables relacionadas con la cultura organizacional es aceptable. Sin embargo, sería recomendable analizar la eliminación de algunos ítems para intentar mejorar la consistencia interna, especialmente en la Variable 2.

Prueba de Regresión Lineal

Tal y como se esclareció al principio de la metodología, el instrumento fue analizado en 3 partes: 1 por cada una de las 3 Variables: “Sentido de Orgullo y Representación” (34 reactivos), “Tú y la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA)” (20 reactivos) y “Por lo Nuestro a lo Universal” (25 reactivos). Se presentan los resultados de la Regresión Lineal, en el mismo orden antes descrito:

Regresión Lineal del Total del Instrumento de la Variable “Sentido de Orgullo y Representación” (34 reactivos), “Tú y la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA)” (20 reactivos) y, “Por lo Nuestro a lo Universal” (25 reactivos).

Tabla 8.7

“Prueba de Regresión Lineal de la Variable 1: Sentido de Orgullo y Representación”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

Resumen de la Variable 1: “Sentido de Orgullo y Representación”	
Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.978859911
Coefficiente de determinación R^2	0.958166726
R^2 ajustado	0.957405256
Error típico	1.784137841
Observaciones	896

Interpretación:

El coeficiente de correlación múltiple (R) de 0.9789 muestra una relación muy fuerte y positiva entre las variables independientes y la dependiente, explicando el comportamiento del “Sentido de Orgullo y Representación”. El R^2 de 0.9582 indica que el 95.82% de la variabilidad de la variable dependiente se explica por el modelo, reflejando una alta capacidad explicativa. El R^2 ajustado de 0.9574 confirma la solidez del modelo tras ajustar por el número de variables, evitando sobreajuste. Finalmente, el error típico de 1.7841 indica baja dispersión en los residuos, respaldando la precisión del modelo en sus predicciones.

Tabla 8.8

“Prueba de Regresión Lineal de la Variable 2: Tú y la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA)”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

Resumen de la Variable 2: “Tú y la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA)”	
Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	1
Coefficiente de determinación R^2	1
R^2 ajustado	1
Error típico	1.30636E-14
Observaciones	896

Interpretación:

El coeficiente de correlación múltiple (R) de 1 indica una “correlación perfecta entre las variables independientes y la variable dependiente”. Asimismo, el R^2 de 1 señala que “el modelo explica el 100% de la variabilidad en la variable dependiente”. El R^2 ajustado, también igual a 1, “confirma que el modelo no está sobreajustado y que todas las variables independientes contribuyen de manera significativa”.

El error típico extremadamente bajo (1.30636E-14) demuestra “una precisión absoluta en las predicciones del modelo”, lo que indica que no hay prácticamente ninguna diferencia entre los valores observados y los valores predichos.

Tabla 8.9

“Prueba de Regresión Lineal de la Variable 3: Por lo nuestro a lo universal”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

Resumen de la Variable 3: “Por lo Nuestro a lo Universal”	
Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	1
Coefficiente de determinación R^2	1
R^2 ajustado	1
Error típico	1.85562E-14
Observaciones	896

Interpretación:

Los resultados de la Variable 3 “Tú y la UACyA” muestran consistencia. Los valores de R y R^2 iguales a 1 indican una correlación perfecta y que el modelo explica el 100% de la

variabilidad, sin sobreajuste, según el R^2 ajustado. El error típico, casi nulo ($1.85562E-14$), refleja precisión absoluta entre valores observados y predichos. Según Montgomery et al. (2021), un R^2 cercano a 1 demuestra alta capacidad explicativa del modelo, permitiendo evaluar la relación entre las variables y la calidad del modelo predictivo (p. 342).

Análisis de varianzas (ANOVAS):

Tabla 8.10

“Prueba estadística de análisis de Varianzas de la Variable 1”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

ANÁLISIS DE VARIANZA. Variable 1 “Sentido de Orgullo y Representación”					
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	de F	Valor crítico de F
Regresión	16	64086.25859	4005.391162	1258.311385	0
Residuos	879	2797.986948	3.183147836		
Total	895	66884.24554			

Interpretación:

El valor de $F = 1258.3114$ confirma que el modelo es altamente significativo, con una probabilidad casi nula de ocurrir por azar (F crítico = 0). La suma de cuadrados de la regresión (64086.25859) explica la mayor parte de la variabilidad total (66884.24554), reforzando la robustez del modelo. Además, el promedio de los cuadrados de los residuos (3.1831) frente al de la regresión (4005.3911) muestra variaciones mínimas no explicadas, respaldando su capacidad predictiva.

Tabla 8.11

“Prueba estadística de análisis de Varianzas de la Variable 2”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

ANÁLISIS DE VARIANZA. Variable 2 “Tú y la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA)”					
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	de F	Valor crítico de F
Regresión	16	46511.37388	2906.960868	1.703379158	0
Residuos	879	1.50009E-25	1.70658E-28		
Total	895	46511.37388			

Interpretación:

El valor de $F = 1.7034$, bajo en comparación con el modelo de la Variable 1, sugiere que el modelo no es tan sólido. Aunque el valor crítico de $F = 0$ indica significancia esta-

dística, la suma de cuadrados de los residuos (3.05767E-25) extremadamente baja sugiere sobreajuste. Esto implica que las variables independientes podrían no estar contribuyendo adecuadamente a explicar la variabilidad, a pesar de la significancia estadística del modelo.

Tabla 8.12

“Prueba estadística de análisis de Varianzas de la Variable 3”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

ANÁLISIS DE VARIANZA. Variable 3 “Por lo Nuestro a lo Universal”					
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	de F	Valor crítico de F
Regresión	7	11865.45982	1695.065689	4.92276E+30	0
Residuos	888	3.05767E-25	3.44333E-28		
Total	895	11865.45982			

Interpretación:

El valor de F extremadamente alto (4.92276E+30) indica una relación perfecta entre las variables, pero junto con la suma de cuadrados residuales cercana a cero, sugiere multicolinealidad o sobreajuste, posiblemente por redundancia o errores en el modelo. Aunque los resultados son estadísticamente perfectos, se recomienda revisar las variables independientes para asegurar la validez del modelo. Según Montgomery et al. (2021), valores muy altos de F, aunque indican significancia, pueden reflejar problemas técnicos como multicolinealidad o sobreajuste.

Prueba de Hipótesis.

Los resultados son los siguientes:

Tabla 8.13

“Resultados obtenidos de las Pruebas de Hipótesis por cada variable”. Realización propia con el software “R” para Excel con datos del instrumento.

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales		
	Variable Independiente 1	Variable Dependiente
Media	119.8247768	126.8247768
Varianza	229.5256871	229.5256871
Observaciones	896	896
Estadístico t	-9.779606915	
P(T<=t) una cola	2.42725E-22	< que alfa (0.5), Se rechaza Ho

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales		
	Variable Independiente 2	Variable Dependiente
Media	68.06473214	75.06473214
Varianza	74.7310006	74.7310006
Observaciones	896	896
Estadístico t	-17.13904616	
P(T<=t) una cola	2.16576E-61	< que alfa (0.5), Se rechaza Ha (H ₁₂)
Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales		
	Variable Independiente 3	Variable Dependiente
Media	20.47544643	25.47544643
Varianza	13.25749701	13.25749701
Observaciones	896	896
Estadístico t	-29.06552972	
P(T<=t) una cola	9.0049E-153	< que alfa (0.5), Se rechaza Ho (H ₁₃)

Conclusiones

El análisis estadístico realizado en la investigación titulada “Sentido de pertenencia e identificación universitaria” permitió evaluar la relación entre la variable dependiente (Sentido de pertenencia e identificación universitaria) y tres variables independientes: Sentido de Orgullo y Representación, Tú y la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA), y Por lo Nuestro a lo Universal. Los hallazgos obtenidos ofrecen una perspectiva detallada sobre la influencia de estas variables en la percepción de pertenencia de los estudiantes hacia su institución y, por ende, en la cultura organizacional de la UACyA. En cuanto a la relación entre Sentido de Orgullo y Representación y el Sentido de Pertenencia e Identificación Universitaria, los resultados muestran que el valor p obtenido fue menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), lo que permitió rechazar la hipótesis nula (H₀). Esto indica que existe una relación significativa entre estas dos variables. Además, el coeficiente de correlación múltiple ($R = 0.9789$) evidencia una conexión muy fuerte, mientras que el R^2 ajustado (0.9574) confirma que el modelo explica el 95.74% de la variabilidad en la variable dependiente. Estos resultados refuerzan la solidez del modelo y destacan al Sentido de Orgullo y Representación como la variable con mayor impacto en la percepción de pertenencia e identificación universitaria. Este hallazgo subraya la importancia de fomentar el orgullo institucional como un factor clave para fortalecer el vínculo entre los estudiantes y su institución. Por otro lado, la relación entre Tú y la UACyA y el Sentido de Pertenencia e Identificación Universitaria también resultó estadísticamente significativa, ya que el valor p fue menor al nivel de significancia. Sin embargo, el modelo presentó un valor de F considerablemente bajo (1.7034), lo que sugiere que,

aunque significativo, no es tan sólido como en el caso de la primera variable. Adicionalmente, la suma de cuadrados residuales extremadamente baja indica posibles problemas de sobreajuste, lo que podría estar relacionado con redundancias en las preguntas del instrumento o con multicolinealidad entre las variables predictoras. Aunque el coeficiente de correlación perfecto ($R = 1$) y el R^2 ajustado de 1 sugieren que el modelo explica el 100% de la variabilidad, estos valores deben interpretarse con cautela, ya que son poco comunes en análisis reales y podrían reflejar problemas en el diseño del modelo (Field, 2018). En el caso de la variable Por lo Nuestro a lo Universal, los resultados también indicaron una relación significativa con el Sentido de Pertenencia e Identificación Universitaria. Sin embargo, el valor extremadamente alto de F ($4.92276E+30$) y la suma de cuadrados residuales cercana a cero sugieren un caso de multicolinealidad perfecta o sobreajuste extremo. Esto podría deberse a redundancias en las preguntas del instrumento o a una falta de variabilidad en las respuestas de los participantes. Según Dormann et al. (2018), la multicolinealidad perfecta o el sobreajuste en modelos estadísticos pueden ocurrir cuando las variables predictoras son altamente redundantes, lo que afecta la interpretación de los resultados (p. 311). En términos generales, los resultados obtenidos respaldan la hipótesis de que las tres variables independientes contribuyen significativamente al Sentido de Pertenencia e Identificación Universitaria. No obstante, los modelos asociados a Tú y la UACyA y Por lo Nuestro a lo Universal presentan indicios de sobreajuste y redundancia, lo que sugiere que el instrumento podría requerir ajustes para mejorar su precisión y evitar problemas de multicolinealidad. Por último, es importante destacar que la consistencia interna del instrumento, medida a través del Alfa de Cronbach, fue excelente ($\alpha = 0.9113$), lo que indica una alta confiabilidad en las respuestas obtenidas (Taber, 2018, p. 163). Este nivel de confiabilidad respalda la validez de las conclusiones y refuerza la percepción de un alto nivel de identificación y pertenencia entre los estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA).

Sugerencias y recomendaciones.

Se recomienda implementar estrategias que fortalezcan el orgullo institucional, ya que es la variable con mayor impacto en el sentido de pertenencia. También se sugiere ajustar el diseño del instrumento para evitar redundancias, reducir la multicolinealidad y garantizar mayor variabilidad en las respuestas.

Además, es importante realizar estudios adicionales para profundizar en la relación entre las variables y otros factores que influyan en el sentido de pertenencia, fortaleciendo así el vínculo institucional y un entorno académico favorable.

Referencias

- Colella. (2019). Calidad y educación: el clima organizacional como factor en el éxito de la gestión universitaria. *Revista Perfiles de Excelencia*. P. 42-58.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Didou y Gérard. (2010). Cultura, identidad e imagen organizacional. Un estudio de caso realizado en una universidad pública argentina. *Visión de Futuro*, 21 , 112-129.
- Dormann, C. F., Elith, J., Bacher, S., Buchmann, C., Carl, G., Carré, G., ... & Lautenbach, S. (2018). Collinearity: a review of methods to deal with it and a simulation study evaluating their performance. *Ecography*, 36(1), 27-46.
- Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Routledge.
- Gómez, A. (2017). Jóvenes millennials y centennials: Perfiles generacionales y actitudes éticas. *Revista Mexicana de Sociología*, 81(4), 79-99.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- López, R. (2018). La ética docente y la identidad universitaria. *Perfiles Educativos*, 42(169), 63-81.
- Maldonado. (2018). Decisión de transferencia universitaria y debilitamiento de la identidad institucional. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 24, 1-15.
- McMillan y Schumacher. (2022). Identidad organizacional: análisis y revisión sobre su influencia en la toma de decisiones organizacionales. *Ciencias Innova Empresariales*. Argentina.
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2021). *Introduction to linear regression analysis* (6th ed.). Wiley.
- Pérez, J. (2018). La identidad institucional como variable organizacional. *Revista de Psicología Social*, 33(2), 311-329.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Organizational behavior* (18th ed.). P. 175. Pearson.
- Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273-1296.