Universidad de Montemorelos

Facultad de Ciencias Administrativas

IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE MONTEMORELOS PERCIBIDA POR EXALUMNOS DE LA FCA

Investigación
presentada en cumplimiento parcial de los
requisitos de titulación de la Licenciatura
en Contaduría Pública

por

Virginia Huerta Sánchez

Mayo de 2014

IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD
DE MONTEMORELOS PERCIBIDA POR
EXALUMNOS DE LA FCA

Investigación
presentada en cumplimiento parcial de los
requisitos de titulación de la Licenciatura
en Contaduría Pública

por

Virginia Huerta Sánchez

APROBADO POR LA COMISIÓN

Asesor principal: Dr. Omar A. Flores

Miembro: Dr. M. Ramón Meza Escobar

Miembro: Mtra. Martha A. Olivas Dyk

15/Mayo/2014
Fecha de aprobación

RESUMEN

IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE MONTEMORELOS PERCIBIDA POR EXALUMNOS DE LA FCA

por

Virginia Huerta Sánchez

Asesor principal: Omar Arodí Flores Laguna

RESUMEN DE TESIS DE PREGRADO

Universidad de Montemorelos

Facultad de Ciencias Administrativas

Título: IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE MONTEMORELOS PERCIBIDA POR EXALUMNOS DE LA FCA

Investigadora: Virginia Huerta Sánchez

Asesor principal: Omar Arodi Flores Laguna

Fecha de culminación: Mayo de 2014

Problema

Esta investigación pretendió dar respuesta a la pregunta: ¿Cuál es el grado de la imagen institucional de la Universidad de Montemorelos percibida por egresados de la FCA?

Metodología

La investigación fue de tipo descriptiva, transversal y de campo. La población fue de 603 exalumnos y se tomó una muestra por conveniencia de 75 egresados (universitarios) de la Facultad de Ciencias Administrativas que no son empleados de la misma institución.

Resultados

Como resultado se observó que las medias aritméticas más altas de la imagen institucional de la UM son “Filosofía cristiana” con 6.24, “Limpieza del campus” con 6.21 y “Actividad estudiantil” con 6.00; mientras que las más bajas se encuentran en “Económica en sus costos” con 3.82, “Administración democrática” con 4.47 y “Solidez económica” con 4.61.

Conclusiones

Las dimensiones espirituales, académicas y sociales se encuentran entre *bueno* y *muy bueno*. Los directivos de la Universidad de Montemorelos deben prestan especial atención a los indicadores relacionados a la dimensión física, específicamente al indicador económica en sus costos, de esta manera la percepción de la imagen que tienen los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas podría ser mejorada.

DEDICATORIA

A Dios, mi grande creador, por permitirme llegar a este momento.

A mi madre, que en la distancia me apoyó con sus oraciones y siempre me exhortó para seguir adelante.

A la Mtra. Martha Olivas, por su apoyo incondicional y sus palabras de ánimo, así como por sus oraciones.

A mis hermanos, por motivarme para alcanzar esta meta.

A mi padre, que aunque no pudo ver terminado este sueño, fue parte fundamental y una gran motivación.

.

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS vi

RECONOCIMIENTOS viii

Capítulo

I. DIMENSIÓN DEL PROBLEMA 1

Antecedentes 1
Problema 1
Objetivos 2
Justificación 2
Delimitaciones 3
Limitaciones 3
Organización del estudio 3

II. MARCO TEÓRICO 5

Introducción 5
Definiciones de imagen institucional universitaria 5
Importancia de la imagen 6
Imagen espiritual 7
Imagen académica 8
Imagen social 9
Imagen física 10
Investigaciones sobre imagen 11

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 16

Tipo de investigación 16
Población 16
Muestra 16
Instrumento de medición 17

Recolección de datos 17

IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS 19

Estadísticos descriptivos 19

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 45

Conclusiones 45
Recomendaciones 45

Apéndice

A. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 46

LISTA DE REFERENCIAS 48

LISTA DE TABLAS

1. Imagen del fervor religioso de la UM 20
2. Filosofía Cristiana 20
3. Imagen de los principios morales de la UM..... 21
4. Imagen de línea conservadora de la UM 22
5. Imagen de trato bondadoso de la UM 23
6. Imagen de espíritu alegre de la UM..... 23
7. Imagen de educación práctica de la UM..... 24
8. Imagen de maestro innovadores de la UM 25
9. Imagen de calidad académica de la UM..... 26
10. Imagen de liderazgo administrativo de la UM..... 26
11. Actualización de planes de estudio 27
12. Imagen de competitividad de egresados de la UM..... 28
13. Imagen de orientación a la investigación de la UM 29
14. Imagen de maestros experimentados de la UM 29
15. Imagen de exigencia de planes de estudio de la UM 30
16. Imagen de: centrada en el estudiante de la UM 31
17. Imagen de difusión de la cultura de la UM 32
18. Imagen de disciplina estudiantil de la UM 32
19. Imagen de actividad estudiantil de la UM 33
20. Imagen de la seguridad del campus de la UM 34

21. Imagen de prestigio en la comunidad de la UM 35

22. Imagen de administración democrática de la UM..... 35

23. Imagen de la relación con sus públicos de la UM 36

24. Imagen de: económica en sus costos de la UM 37

25. Imagen de solidez económica de la UM..... 38

26. Imagen del tamaño del campus de la UM 38

27. Imagen de la limpieza del campus de la UM 39

28. Imagen de la modernidad en sus instalaciones de la UM 40

29. Imagen de la tecnología educativa de la UM..... 41

30. Imagen institucional (general) de la UM 41

31. Medias de cada uno de los ítems..... 42

RECONOCIMIENTOS

En primer lugar a Dios, quien siempre me guía y quien sin duda ha provisto los medios necesarios para alcanzar esta meta.

A mi asesor principal, el Dr. Omar Flores por su gran trabajo al orientarme para el desarrollo de este trabajo.

A la Mtra. Martha Olivas, por la revisión de formato y estilo de la presente investigación, así como su incondicional apoyo para la realización de la misma.

CAPÍTULO I

DIMENSIÓN DEL PROBLEMA

Antecedentes

Alvarez y Gottifredi (1997) expresan que no hay duda sobre la existencia de una relación dialéctica entre la sociedad y la universidad , pero que esta relación tiene algunas diferencias en función de los distintos momentos históricos y del grado en que esta se expresa, proponiendo se puede identificar aquellas universidades profundamente enraizadas en la vida de la comunidad, donde no solo se satisfacen las demandas sino también se atienden las necesidades, así como también aquellas encerradas en sí mismas, alejadas del contexto, respondiendo al medio solamente con la producción de profesionales.

Martínez, Montaner y Piña (citados por Guerra Pura de Arends, 2008) mencionan que la imagen institucional universitaria es el conjunto de significados por los que la universidad es conocida y a través de los cuales los diferentes públicos la describen, recuerdan y relacionan.

Problema

¿Cuál es el grado de la imagen institucional de la Universidad de Montemorelos percibida por egresados de la FCA?

Objetivos

El presente estudio pretendió conocer el grado de percepción de la imagen institucional de la universidad de Montemorelos en las dimensiones: física, social, espiritual y académica, por parte de sus exalumnos que laboran fuera de la institución.

Justificación

Baptista Rodríguez (2012) menciona que las instituciones universitarias se enfrentan a un periodo de cambio sin precedentes y uno de los aspectos que más atención le están prestando es a la imagen.

Guerra Pura de Arends (2008) dice que las universidades le están prestando atención a la imagen a fin de ser mejores y diferenciarse de la competencia.

Guerra (s.f.) define la imagen institucional como un fenómeno mental y un fenómeno total, lo considera como un fenómeno mental porque solo se encuentra en el cerebro de aquellas personas que lo interiorizan y total, porque reúne en un mismo constructo todas las experiencias, percepciones, informaciones y valoraciones que el sujeto decide asociar a una determinada realidad.

Yero y Bello Rodríguez (2013) mencionan que las organizaciones sin fines de lucro requieren que se les evalúe su imagen presente para mejorarla, cambiarla o mantenerla, para lo cual se debe investigar cuál es la imagen que tiene la organización ante sus públicos principales.

Delimitaciones

En esta investigación solo se tomó en cuenta a los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Montemorelos que no son empleados de la misma institución. La investigación se llevó a cabo durante el primer semestre del ciclo escolar 2013-2014.

Limitaciones

Es complicado contactar egresados que no trabajen en la Universidad de Montemorelos y que tuvieran la disposición de contestar y regresar rápidamente las encuestas.

Organización del estudio

El presente estudio de ha dividido en cinco capítulos.

En el Capítulo I se presentan los antecedentes para el estudio de la imagen institucional Universitaria de la Universidad de Montemorelos, donde se mencionan diferentes aspectos que se analizan a lo largo de la investigación, también se identifica el problema de este estudio, así como el objetivo; siguiendo con la justificación que muestra el porqué de la presente investigación, donde se puede observar que la investigación de la imagen da la oportunidad a una mejora continua y a una diferenciación de las otras instituciones. También se presentan las limitaciones y delimitaciones del estudio.

El Capítulo II contiene diferentes aspectos que componen la imagen institucional, por lo que al inicio del capítulo se da una breve introducción, a continuación se detalla el concepto de imagen Institucional Universitaria, desde la perspectiva de distintos

autores, que la definen desde una impresión en la mente de sus públicos, como una lectura pública de la organización, también como creencias por lo que ve, piensa o siente la sociedad, así como una proyección de las relaciones laborales internas y como constructo de diferentes atributos y enfoques de sus diferentes públicos de la institución. Siguiendo con la importancia de la imagen de las organizaciones y el porqué es importante su estudio. En seguida se presenta la imagen universitaria en el área espiritual, en el área académica, en el área social y física, concluyendo con la presentación de algunas investigaciones que se realizaron por diferentes autores desde puntos de vista distintos, pero con un propósito en común, el ver la imagen que se percibe de la institución universitaria, tanto por profesores, como de los alumnos y personal administrativo entre otros.

El Capítulo III muestra la metodología de esta investigación, así como la población y la muestra, la instrumentación y recolección de datos.

El Capítulo IV presenta los hallazgos más relevantes de esta investigación

En el Capítulo V se presentan las conclusiones y recomendaciones al haber finalizado este estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Introducción

Para la realización de este trabajo Imagen institucional Universitaria de la UM, se han revisado fuentes bibliográficas y electrónicas, así como bases de datos de la UM y de internet para dar sustento teórico a este trabajo.

Thunderman (2000) menciona que la UNESCO declara que la calidad de la enseñanza, calidad de formación e investigación, calidad del personal docente y de los programas, calidad de aprendizaje como consecuencia de la enseñanza y la investigación, así como la calidad en estudiantes y la infraestructura y del entorno académico, son aspectos que, unidos a un interés adecuado por un buen gobierno y administración, representa un papel importante en la manera en que funciona y es evaluada una institución así como en la imagen institucional que puede proyectar hacia la comunidad académica y a la sociedad en general.

Definiciones de imagen institucional universitaria

Martínez, Montaner y Piña (citados por Guerra Pura de Arends, 2008) mencionan que la imagen institucional universitaria es el conjunto de significados por los que la universidad es conocida y a través de los cuales los diferentes públicos la describen, recuerdan y relacionan.

Hatch y Schultz (1997, citados por Fernández y Osta Trestini, 2012) mencionan que la imagen de una organización es la impresión holística en la mente de los públicos como resultado de la interacción de sus creencias, experiencias y sentimientos hacia la misma.

Rios Quispe (s.f.) dice que la imagen es un conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicación directa o indirecta con la institución, por lo que la describe como una representación mental y virtual, que puede articular una imagen negativa o positiva describiéndolo como un hecho emocional.

Kottler y Fox (1995, citados por Guerra, s.f.) definen la imagen como la suma de las creencias, ideas e impresiones que un persona tiene por objeto, además declaran que la imagen de una institución educativa universitaria es función de las estrategias que las instituciones usen, la forma en que son implementadas y cómo son percibidas por sus públicos tanto dentro como fuera de ellas.

Díaz y Karín (2001) describen la imagen institucional como la imagen que proyectan las organizaciones desde el primer momento, la cual surge y se define como resultado de la calidad de las relaciones humanas y laborales internas.

Guerra y Arends (2008) definen la imagen institucional como un constructo multidimensional, donde cada dimensión incluye diferentes atributos, enfoques de medidas de la imagen institucional, públicos, diferentes clientes y audiencias.

Importancia de la imagen

Traverso Cortés y Román (2007) expresan que la gestión de la imagen institucional universitaria tiene un indicador muy significativo en lo detallado de la literatura existente, resaltando la importancia de la imagen como un elemento básico en la di-

rección estratégica; factor de atracción hacia las organizaciones como elemento aglutinador.

White (1971) expresa que no basta con que una escuela sea una buena institución, tiene que demostrarlo. Pero para la construcción de una imagen institucional cercana a la ideal se requiere de un gran esfuerzo de autocrítica en todos los niveles en busca de mejoramiento, declara: “Dios no quiere que en ningún sentido quedemos rezagados en la obra educativa, nuestros colegios debieran estar muy adelante en la vanguardia de la más elevada clase de educación...” (p.42) White hace énfasis en que se habla mucho de la educación superior y muchos suponen que ella consiste enteramente en la enseñanza de la ciencia y la literatura; pero que eso no es todo, porque la más alta educación incluye el conocimiento de la Palabra de Dios, y está comprendida en las palabras: “Que te conozcan a ti, el único Dios verdadero, y a Jesucristo, a quien has enviado” (p. 44).

Un factor importante que debe ser tomado en cuenta es la imagen de la institución universitaria por parte de su público externo

Imagen espiritual

White (2011) declara que el designio dado por Dios para los colegios Adventistas, es que al mismo tiempo que los alumnos tienen la oportunidad de estudiar las ciencias, puedan a la vez aprender los requisitos de su Palabra, por lo que declara, deben darse clases bíblicas, y el estudio de la Palabra de Dios debe ocupar el primer lugar en el sistema educativo adventista. Así también resalta la importancia de que al salir de los colegios los jóvenes tengan una preparación espiritual suficiente para dar la verdad a otros.

Imagen académica

Shiiman y Kanunk (1983, citados por Traverso Cortés y Román, 2007) declaran que la imagen se configura en el individuo a través de la percepción de los diferentes atributos de la organización, en la que se mezclan estímulos externos e internos. Siendo los estímulos externos consecuencias de expectativas, motivos y aprendizajes, basados en experiencias anteriores.

Medrano Donlucas (2013) dice que los contenidos didácticos forman parte de un plan de estudios, “donde se articulan todas y cada una de las asignaturas” por lo que dice, es muy importante conocer cómo se formulan los contenidos, así como las estrategias que implementa los profesores universitarios, ya que el contenido de las asignaturas es muy importante para establecer estrategias de mejoramiento académico, que contribuye a su vez a mejorar la formación y desarrollo profesional de los docentes. Medrano señala que para la toma de decisiones docentes y académicas y para la selección de los contenidos de las materias es necesario que los maestros (a) cuenten con experiencia docente y conozcan los elementos del plan de estudios, así como la misión y visón institucional, los objetivos, el perfil de ingreso y egreso, y las diferentes asignaturas que lo conforman, (b) participen en la experiencia y ejercicio académico y (c) entiendan los problemas regionales en que se fundamenta la institución y a los que atiende el plan de estudios.

Farfán García, Navarrete Sánchez y Villalobos Monroy (2011) mencionan que en la declaración de Salamanca 2001 se declaró que la adecuación de la enseñanza a las necesidades del mercado laboral debe reflejarse de manera conveniente en la currícula, en la función en que las competencias que se adquieran estén pensadas pa-

ra un empleo consecutivo en los ciclos de enseñanza, también señala que en la perspectiva del aprendizaje a lo largo de la vida, la mejor forma en que se podrá emplear es mediante la buena calidad de la enseñanza, así como mediante la diversidad de orientadores, diferentes tipos de cursos, la flexibilidad de los programas, así como el desarrollo de las habilidades y competencias de comunicación e idiomas, capacidad de manejar la información, resolver problemas, trabajar en equipos así como de desenvolverse socialmente.

Imagen social

Alcántar y Arcos (2004) declaran que las instituciones de educación superior actualmente deben entender la autonomía universitaria como un factor que fortalece su comunicación con la sociedad y no como un indicador que hace notar una falta de interés o alejamiento para con la comunidad, para esto debe mantener relaciones con todos los sectores sociales, sin permitir que la institución de identifique con alguno específicamente, pero tampoco dejarse manejar por alguno de ellos, de esta forma sin venderse a la sociedad, las universidades intervendrán en la vida social con un espíritu crítico y de manera positiva.

Restrepo, Vélez y Vanegas (2005) en su investigación sobre el compromiso social de la corporación universitaria, declaran que la imagen que se percibe de la institución es el factor que determina el accionar de sus interlocutores a modo de públicos.

Martínez Rizo (2000, citado por Alcántar y Arcos, 2004.) menciona que las funciones sustantivas de la docencia, investigación y difusión se deben planear con el objetivo de contribuir al desarrollo integral de la sociedad.

Yero y Bello Rodríguez (2013) declaran que la imagen institucional es un elemento muy importante para el desarrollo de las organizaciones, resaltando como importantes los elementos que identifican su actuar y los que puedan proyectar a la sociedad, desde un punto corporativo destacan la imagen como una estrategia de crecimiento de cualquier organización independientemente si esta tiene o no fines lucrativos.

Díaz y Karín (2001) dicen que son varios los elementos que contribuyen a formar la imagen: su reputación, las relaciones con los empleados, el nivel de identificación de los miembros con su institución entre otros aspectos que integran tanto la calidad de su organización dentro de la misma, como sus relaciones con el entorno, a través de una óptima o deficiente comunicación interna y externa.

Estrella y Valenzuela (2006) mencionan que el reconocimiento social y académico que adquiere una institución se debe en gran medida a la naturaleza social y cultural de sus estudiantes, así como también de las características particulares de la región donde se inserta la institución y su correspondiente grado de desarrollo económico y productivo además dicen que en un sentido las universidades deben considerar las características y los desafíos de su entorno buscando promover la reacción del desarrollo de las regiones.

Imagen física

White (1970) señala que las escuelas deben practicar la economía para poder mantenerse a flote y no ser ahogadas por las deudas, para ello menciona tres aspectos muy importantes, a observar. En primer lugar el establecimiento de un presupuesto sabio, en segundo lugar un aumento de la cuota por facilidades educativas

para los alumnos, en tercer lugar, encargar la cocina a personas que sepan cómo ahorrar y economizar y por último la escuela debiera conseguir los mejores talentos aunque haya que pagar por ellos sueldos buenos y razonables, con esto, dice White, el colegio estará adoptando medidas precautorias contra las deudas del colegio.

Así como es importante para la imagen física la solidez económica de la institución mediante el buen manejo de los recursos, también como parte de su imagen física está el tamaño de la institución.

Bravo Mendoza (1983, citado por Meza, 2011) menciona que es el espacio educativo en el ámbito físico, social y ambiental que la sociedad destina para albergar los procesos y actividades de enseñanza y aprendizaje y que puede verse influido por la demanda escolar, las consideraciones geográficas, los servicios de comunicación, el terreno, los materiales, el costo y por decisiones institucionales.

Guerra Pura de Arends (2008) menciona que una imagen favorable y conocida es una ventaja para la organización, ya que ejerce una gran influencia en la perspectiva de los clientes, comunicando expectativas y construyendo un filtro que constituye la forma en la que se perciben las operaciones de la institución, aunado a un impacto interno, al afectar las actitudes de los empleados hacia la organización y en su prestación de los servicios.

Investigaciones sobre imagen

Rios (s.f.) declara que la imagen positiva que se haya logrado en el receptor solo permanecerá si es estimulada, recordada y comunicada, vigilando su evolución mediante investigaciones permanentes, ya que la imagen es un hecho dinámico, afectado por otros hechos y acciones, que al paso del tiempo cambia. Por lo cual es

importante la investigación para una imagen institucional como símbolo de referencia.

Fernández y Osta Trestini (2012) realizaron una investigación: Factores y enfoques de medición, en la que se llevó a cabo una aplicación real y empírica de la metodología diseñada con el fin de determinar la contribución de los medios de comunicación, la prensa, en la creación de la imagen de una institución, y finalmente se observó los ajustes y desajustes producidos entre la imagen emitida y la imagen percibida. Su investigación se basó en los factores de la imagen institucional universitaria desde la perspectiva de un sector publico interno y personal administrativo mediante un estudio exploratorio, que incluyó el diseño de un modelo teórico y un cuestionario semiestructurado aplicado a una muestra no probabilística del público seleccionado, donde se obtuvo un total de nueve factores: aspectos laborales, aspectos sociales, aspectos culturales, calidad académica, calidad del servicio, accesibilidad, respuesta de la universidad a los requerimientos de la industria, a aspectos administrativos y de seguridad, donde se agruparon 34 atributos que podría definir la imagen institucional de la Universidad de Cárabo. Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario a una muestra no probabilística a conveniencia de 165 personas de la administración de la UC. La conclusión fue que los factores y atributos identificados de la imagen institucional de la UC son el producto de un estudio exploratorio, por lo que no es posible concluir que son factores clave de su imagen institucional para el personal administrativo.

Meza y Meza (2007) realizaron una investigación sobre la calidad de la planta física y la calidad de la imagen de la Universidad de Navojoa, la investigación utilizó

una metodología descriptiva y correlacional, la población que se estudió fueron los alumnos de maestría y licenciatura en educación del verano 2004 de la Universidad de Navojoa, la cual estuvo compuesta por 20 alumnos de maestría en educación y 60 alumnos de la licenciatura en educación, utilizando un muestreo por conveniencia donde utilizaron dos instrumentos: uno fue para medir la percepción de la calidad de la planta física y otro para medir la percepción del grado de la calidad de la imagen institucional. Para medir la percepción de la calidad de la planta física se utilizó un instrumento que contiene ocho declaraciones para evaluar el terreno, 11 para los servicios públicos, 27 para edificios, siete sobre el plantel, seis de instalaciones recreativas, siete de vialidad y estacionamiento, nueve de tecnología y ocho sobre laboratorios y talleres, con un total de 83 declaraciones las cuales se midieron de la siguiente manera: 1 = pésimo, 2 = deficiente, 3 = regular, 4 = bueno, y 5 = excelente. El instrumento utilizado para medir la calidad de la imagen institucional tuvo las siguientes escalas de mediciones: 1 = pésimo 2 = deficiente, 3 = regular. En esta investigación se observó que la calidad del plantel percibida por los estudiantes encuestados, es de *regular* a *buena* y la evaluación para el área de plantel fue entre *regular* y *buena*; la media aritmética general para el grado de calidad de la imagen fue de 4.09. Los resultados encontrados fueron que la percepción de la imagen de la Universidad de Navojoa es valorada como *buena*, y que existe una relación positiva, significativa y medianamente fuerte entre la percepción de la calidad de la planta física y la imagen institucional.

Guerra y Arends (2008) realizaron una investigación sobre “Imagen Institucional de un Posgrado Universitario” tuvieron como objetivo tener una mayor comprensión de cómo

medir la imagen de una universidad y especialmente de entidades como son los posgrados universitarios, fue un estudio exploratorio, con un muestreo no probabilístico por conveniencia la unidad de análisis seleccionada fue la maestría en Ingeniería industrial. Las respuestas solicitadas a los estudiantes fueron graduadas en la escala del 1 al 9, donde el menor valor expresa una situación de desacuerdo y el máximo un total acuerdo, de forma adicional incluyeron preguntas sobre satisfacción, fidelidad de estudiantes entre otras que les permitieron tener una validez de la escala. El análisis de cada factor mostró que la imagen institucional percibida por los estudiantes del posgrado en estudio pueden dimensionarse en cinco factores: 1 - calidad académica, 2 - aspectos sociales, 3 - elementos tangibles, 4 - calidad del servicio y 5 - accesibilidad.

Traverso Cortés y Román (2007) realizaron una investigación sobre la imagen interna de la institución universitaria, bajo la perspectiva del colectivo de alumnos de la Universidad de Sevilla. La investigación fue exploratoria y tuvo lugar al inicio y final del curso escolar del año 2002, el tamaño de la muestra fue de cerca de 70 alumnos, y un número de cuestionarios validados de 416, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 4% con los siguientes resultados: los alumnos de primer curso basaron su imagen interna en “la imagen exterior”, misma que se complementa con la reputación de la institución y su evaluación social. Para el segundo curso la imagen externa tuvo un papel menos relevante siendo para ellos relevantes los sistemas de información e instalaciones. Para el tercer curso, el papel más importante fue el del profesorado y el de los equipos de medios, donde se observó que los alumnos centraron su atención en los medios humanos y materiales que les brinda la

institución para su preparación profesional. Y por último observaron que las demandas de los estudiantes de cuarto y quinto se centraron en los medios e instalaciones disponibles así como en el trato recibido de los maestros.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo contiene el tipo de investigación, las técnicas de investigación, población y muestra, instrumentación y recolección de datos.

Tipo de investigación

Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2006) mencionan que el diseño de una investigación es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información requerida en una investigación, los autores comentan acerca de la investigaciones transversales (que se realizan en un solo momento en un tiempo único) además mencionan las investigaciones descriptivas (buscan describir las variables en un tiempo único).

Población

La población está conformada por 603 egresados de la facultad de Ciencias Administrativas de 1990 a la fecha.

Muestra

Se tomó una muestra por conveniencia (los que estuvieron dispuestos a contestar la encuesta) de 75 egresados.

Instrumento de medición

Meza y Meza (2007) elaboraron un instrumento en el que describen algunos factores a tomar en cuenta para medir la imagen de las universidades adventistas, la escala utilizada (1 - 5) fue ampliada a una escala de 1 a 7. Quedando conformada de la siguiente manera: pésimo = 1, muy malo = 2, malo = 3, regular = 4, bueno = 5, muy bueno = 6 y excelente = 7. Las declaraciones utilizadas son las siguientes: fervor religioso, filosofía cristiana, principios morales, línea conservadora, trato bondadoso, espíritu alegre, educación práctica, maestros innovadores, calidad académica, liderazgo administrativo, actualización de planes de estudio, competitividad de egresados, orientación a la investigación, maestros experimentados, exigencia de planes de estudio, centrada en el estudiante, difusión de la cultura, disciplina estudiantil, actividad estudiantil, seguridad del campus, prestigio en la comunidad, administración democrática, relación con sus públicos, económica en sus costos, solidez económica, tamaño del campus, limpieza del campus, modernidad en sus instalaciones, tecnología educativa, imagen institucional (general).

Recolección de datos

Para realizar la recolección de datos se siguió el siguiente proceso:

1. Se consiguieron los correos electrónicos de algunos egresados universitarios de la UM.

2. Se localizó a cada uno de los egresado vía correo electrónico y se les pidió que contestaran el instrumento.

3. Se les envió el instrumento y la mayoría de los encuestados contestó las preguntas y la información se introdujo en una base de datos en SPSS.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se presentan los hallazgos más relevantes de esta investigación.

Para obtener los resultados se utilizó el paquete estadístico SPSS para Windows (Versión 20.0).

Estadísticos descriptivos

En esta sección se presentan los estadísticos descriptivos de la muestra, la cual consta de 75 egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UM. Se elaboraron tablas de contingencia donde se relaciona el género con la imagen que perciben los egresados

En la Tabla 1 se observa que el género masculino opina que el fervor religioso en la UM es entre *bueno* a *excelente*, ya que aproximadamente el 85% opina esto. De la misma manera el género femenino opinó entre *bueno* a *excelente* cerca del 82%. En forma general el 33% opinó que es *buena*, cerca del 32% opinó que es *muy buena* y aproximadamente el 19% mencionó que es *excelente*.

En la Tabla 2 se observa que de un total de 26 hombres, 22 opinan que la filosofía cristiana es de *muy buena* a *excelente*. Así también de un total de 49 mujeres encuestadas 26 opinaron que es *excelente*, mientras que 31 que es de *buena* a *muy*

buena. De forma general el 20% opinó que es *buena*, un 28% que es *muy buena* y el 49% que es *excelente*.

Tabla 1.

Imagen del fervor religioso de la UM

Tipo encues-tado	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	0	4	8	8	6	26
Porcentaje	0.0%	0.0%	15.4%	30.8%	30.8%	23.1%	100.0%
Femenino	1	2	6	17	15	8	49
Porcentaje	2.0%	4.1%	12.2%	34.7%	30.6%	16.3%	100.0%
Total	1	2	10	25	23	14	75
Porcentaje	1.3%	2.7%	13.3%	33.3%	30.7%	18.7%	100.0%

Tabla 2.

Filosofía cristiana

Tipo encuestado	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	4	11	11	26
Porcentaje	0.0%	15.4%	42.3%	42.3%	100.0%
Femenino	2	11	10	26	49
Porcentaje	4.1%	22.4%	20.4%	53.1%	100.0%
Total	2	15	21	37	75
Porcentaje	2.7%	20.0%	28.0%	49.3%	100.0%

En la Tabla 3 se muestra que de 26 hombres 16 opinaron que los principios morales de la UM son de *muy buenos* a *excelentes*, mientras que solo 10 opinaron que son de *regular* a *buenos*. En el caso de las mujeres, de 49 encuestadas, 16 opinaron que es *buena* y 17 que es *excelente*. En general de los 75 encuestados 21 opinaron que es *buena*, 17 que es *muy buena* y 25 que es *excelente.*

Tabla 3.

Imagen de los principios morales de la UM

Tipo encuestado	**Muy malo**	**Malo**	**Regular**	**Bueno**	**Muy bueno**	**Excelente**	**Total**
Masculino	0	0	5	5	8	8	26
Porcentaje	0.0%	0.0%	19.2%	19.2%	30.8%	30.8%	100.0%
Femenino	1	2	4	16	9	17	49
Porcentaje	2.0%	4.1%	8.2%	32.7%	18.4%	34.7%	100.0%
Total	1	2	9	21	17	25	75
Porcentaje	1.3%	2.7%	12.0%	28.0%	22.7%	33.3%	100.0%

En la Tabla 4 se observa que el género masculino opina que la línea conservadora de la UM es de *regular* a *muy buena*, ya que cerca del 90% opinó esto. Mientras que para las mujeres la línea conservadora de la UM es de *regular* a *muy buena* con una opinión del 74.4%. En general el 25% opinó que es *regular*, el 33% que es *muy buena* y un 18.7 opinó que es *excelente*.

Tabla 4.

Imagen de línea conservadora de la UM

Tipo en-cuestado	Pésimo	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	0	1	6	9	6	3	26
Porcentaje	3.8%	0.0%	3.8%	23.1%	34.6%	23.1%	11.5%	100.0%
Femenino	0	2	3	13	16	8	7	49
Porcentaje	0.0%	4.1%	6.1%	26.5%	32.7%	16.3%	14.3%	100.0%
Total	1	2	4	19	25	14	10	75
Porcentaje	1.3%	2.7%	5.3%	25.3%	33.3%	18.7%	13.3%	100.0%

La Tabla 5 muestra que el género masculino opina que el trato bondadoso en la UM es *regular* con el 26.9% y *muy bueno*, con el 23.1%. Mientras que el género femenino opinó que es de *regular* a *bueno* ya que aproximadamente un 70% opinó esto. En forma general el 34.7% opinó que es *regular*, el 28% que es *bueno* y un 17% que es *muy bueno*.

En la Tabla 6 se observa que la mayoría del género masculino opina que el espíritu alegre de la UM es de *muy bueno* a *excelente* ya que 17 de 26 encuestados opinaron esto. Mientras que la mayoría del género femenino opinó que es de *bueno* a *muy bueno*, con 33 de 49 encuestadas. De forma general la imagen que tienen del espíritu alegre de la UM sus egresados, es cerca del 25% y es *bueno* y cerca de 39% como muy *bueno.*

Tabla 5.

Imagen de trato bondadoso de la UM

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	3	7	5	6	5	26
Porcentaje	11.5%	26.9%	19.2%	23.1%	19.2%	100.0%
Femenino	0	19	16	7	7	49
Porcentaje	0.0%	38.8%	32.7%	14.3%	14.3%	100.0%
Total	3	26	21	13	12	75
Porcentaje	4.0%	34.7%	28.0%	17.3%	16.0%	100.0%

Tabla 6.

Imagen de espíritu alegre de la UM

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	4	4	10	7	26
Porcentaje	3.8%	15.4%	15.4%	38.5%	26.9%	100.0%
Femenino	1	6	14	19	9	49
Porcentaje	2.0%	12.2%	28.6%	38.8%	18.4%	100.0%
Total	2	10	18	29	16	75
Porcentaje	2.7%	13.3%	24.0%	38.7%	21.3%	100.0%

En la Tabla 7 se puede observar que el género masculino opina que la educación práctica de la UM es entre *buena* y *muy buena* ya que cerca del 73% opinó esto. De la misma forma el género femenino opinó entre *buena* y *muy buena* con el 65% que opinaron esto. En forma general cerca del 31% opinó que es *buena* y cerca del 35% que es *muy buena.*

Tabla 7.

Imagen de educación práctica de la UM

Tipo encuestado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	5	9	10	2	26
Porcentaje	0.0%	19.2%	34.6%	38.5%	7.7%	100.0%
Femenino	3	6	15	17	8	49
Porcentaje	6.1%	12.2%	30.6%	34.7%	16.3%	100.0%
Total	3	11	24	27	10	75
Porcentaje	4.0%	14.7%	32.0%	36.0%	13.3%	100.0%

En la Tabla 8 se observa que el género masculino tiene una imagen de maestros innovadores de la UM de *regular* a *excelente*, con el 40% en *regular* a *buena*, un 28% opinó que es *muy buena* y el 24% opinó que es *excelente.* Mientras que en el género femenino opinaron que es de *buena* a *excelente* en un 70.6%. En general en la imagen de maestros innovadores de la UM es de *buena* a *excelente* con una opinión del 77%.

Tabla 8.

Imagen de maestros innovadores de la UM

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	2	5	5	7	6	25
Porcentaje	8.0%	20.0%	20.0%	28.0%	24.0%	100.0%
Femenino	1	9	15	14	10	49
Porcentaje	2.0%	18.4%	30.6%	28.6%	20.4%	100.0%
Total	3	14	20	21	16	74
Porcentaje	4.1%	18.9%	27.0%	28.4%	21.6%	100.0%

La Tabla 9 muestra que el género masculino opina que la calidad académica de la UM es entre *buena* y *excelente*, ya que aproximadamente el 88% opinó esto. En cambio el género femenino opinó es de *buena* a *muy buena*, con cerca del 77.1%. En forma general cerca del 38% opinó que es *buena* y un 35% que es *muy buena.*

En la Tabla 10 se observa que el género masculino opina que el liderazgo administrativo de la UM es de *bueno* a *muy bueno*, ya que de 25 encuestados siete opinaron que es *bueno* y nueve que es *muy bueno* siendo aproximadamente el 64%. De la misma forma el género femenino opinó que es entre *bueno* a *muy bueno* ya que 24 opinaron que es *bueno* y 10 que *es muy bueno* de un total de 49 mujeres, siendo aproximadamente un el 69.4%.

Tabla 9.

Imagen de calidad académica de la UM

Tipo encuestado	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	3	10	7	6	26
Porcentaje	11.5%	38.5%	26.9%	23.1%	100.0%
Femenino	5	18	19	6	48
Porcentaje	10.4%	37.5%	39.6%	12.5%	100.0%
Total	8	28	26	12	74
Porcentaje	10.81	37.84%	35.14	16.22	100

Tabla 10.

Imagen de liderazgo administrativo de la UM

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	3	2	7	9	4	25
Porcentaje	12.0%	8.0%	28.0%	36.0%	16.0%	100.0%
Femenino	4	5	24	10	6	49
Porcentaje	8.2%	10.2%	49.0%	20.4%	12.2%	100.0%
Total	7	7	31	19	10	74
Porcentaje	9.5%	9.5%	41.9%	25.7%	13.5%	100.0%

En la Tabla 11 se observó que el género masculino opinó que la actualización de los planes de estudio es de *buena* a *muy buena*, ya que cerca del 20% opinó que es *buena*, y el 52% que es *muy buena*. De la misma forma el género femenino opinó que es de *buena* a *muy buena*, ya que cerca del 22% opinó que es *buena* y el 49% que es *muy buena*. En forma general cerca del 71% opinó es de *buena* a *muy buena.*

Tabla 11.

Actualización de planes de estudio

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	3	5	13	4	25
Porcentaje	0.0%	12.0%	20.0%	52.0%	16.0%	100.0%
Femenino	1	5	11	24	8	49
Porcentaje	2.0%	10.2%	22.4%	49.0%	16.3%	100.0%
Total	1	8	16	37	12	74
Porcentaje	1.4%	10.8%	21.6%	50.0%	16.2%	100.0%

En la Tabla 12 se observa que cerca del 72% del género masculino opinó que la competitividad de los egresados de la UM es de *buena* a *muy buena* ya que de 25 encuestados siete opinaron que es *buena* y 11 que es *muy buena*. De la misma forma el género femenino opinó que es de *buena* a *muy buena*, con un 72% ya que de 48 personas 15 opinaron que es *buena* y 20 que es *muy buena*. En forma general cerca del 30% opinó que es *buena* y el 42% que es *muy buena*.

Tabla 12.

Imagen de competitividad de egresados de la UM

Tipo encuestado	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	3	7	11	4	25
Porcentaje	12.0%	28.0%	44.0%	16.0%	100.0%
Femenino	6	15	20	7	48
Porcentaje	12.5%	31.2%	41.7%	14.6%	100.0%
Total	9	22	31	11	73
Porcentaje	12.3%	30.1%	42.5%	15.1%	100.0%

La Tabla 13 muestra que el género masculino opina que la orientación a la investigación de la UM es de *regular* a *muy buena*, ya que aproximadamente el 80% opinó esto. Mientras que para el género femenino es de *buena* a *muy buena*; cerca del 63% opinó esto. En general cerca del 32% opinó que es *buena* y el 32.4% mencionó que es *excelente.*

En la Tabla 14 se observa que los hombres tienen una opinión de *buena* a *excelente* sobre maestros experimentados de la UM, ya que un 88% opinó esto. Las mujeres opinaron que es de *buena* a *muy buena*, esto con un porcentaje de casi 74%. De forma general la mayoría opinó que es *buena* con casi el 30%, que es *muy buena* con casi 40% y que es *excelente* con aproximadamente un 24%.

Tabla 13.

Imagen de orientación a la investigación de la UM

Tipo encues-tado	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	3	5	5	10	1	25
Porcentaje	4.0%	12.0%	20.0%	20.0%	40.0%	4.0%	100.0%
Femenino	0	2	9	19	12	7	49
Porcentaje	0.0%	4.1%	18.4%	38.8%	24.5%	14.3%	100.0%
Total	1	5	14	24	22	8	74
Porcentaje	1.4%	6.8%	18.9%	32.4%	29.7%	10.8%	100.0%

Tabla 14.

Imagen de maestros experimentados de la UM

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	3	6	7	9	25
Porcentaje	0.0%	12.0%	24.0%	28.0%	36.0%	100.0%
Femenino	1	5	16	18	9	49
Porcentaje	2.0%	10.2%	32.7%	36.7%	18.4%	100.0%
Total	1	8	22	25	18	74
Porcentaje	1.4%	10.8%	29.7%	33.8%	24.3%	100.0%

En la Tabla 15 se observa que el género masculino opinó que la exigencia de los planes de estudio de la UM es de *buena* a *muy buena*, ya que casi el 68% opinó esto. De igual forma el género femenino opinó que es de *buena* a *muy buena* ya que casi el 94% así lo declaró. En general el 28% opinó que es *buena* y cerca del 46% que es *muy buena*.

Tabla 15.

Imagen de exigencia de planes de estudio de la UM

Tipo encuestado	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	4	9	8	4	25
Porcentaje	16.0%	36.0%	32.0%	16.0%	100.0%
Femenino	6	12	22	9	49
Porcentaje	12.2%	24.5%	44.9%	18.4%	100.0%
Total	10	21	30	13	74
Porcentaje	13.5%	28.4%	40.5%	17.6%	100.0%

La Tabla 16 indica que para los egresados del género masculino la UM está centrada en el estudiante de *bueno* a *muy bueno* ya que la mayoría lo declaró así en un 80%. De la misma forma el género femenino, opinó estar centrada en el estudiante de *bueno* a *muy bueno*, ya que un 70% así lo declaró. De forma general casi el 40% tuvo una opinión como *buena* y aproximadamente el 35% con una opinión de *muy buena.*

Tabla 16.

Imagen de: centrada en el estudiante de la UM

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	1	10	10	3	25
Porcentaje	4.0%	4.0%	40.0%	40.0%	12.0%	100.0%
Femenino	1	6	18	15	7	47
Porcentaje	2.1%	12.8%	38.3%	31.9%	14.9%	100.0%
Total	2	7	28	25	10	72
Porcentaje	2.8%	9.7%	38.9%	34.7%	13.9%	100.0%

En la Tabla 17 se observa que la opinión de la difusión de la cultura de la UM se encuentra mayormente entre *muy buena* y *excelente*, ya que el género masculino opinó con un 48% es *muy bueno* y *excelente* 28%, y el género femenino de igual forma opinó que es *muy buena* con casi el 41% y aproximadamente el 40% opinó que es *excelente*.

La Tabla 18 muestra que la opinión del género masculino sobre la disciplina estudiantil de la UM es de *buena* a *muy buena* ya que el 68% opinó esto. En cambio para las mujeres la disciplina de la institución va de *regular* a *buena*, ya que cerca del 80% opinó esto. De forma general 28% opinó que es *buena* y casi el 34% consideran que es *muy buena*.

Tabla 17.

Imagen de difusión de la cultura de la UM

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	1	4	12	7	25
Porcentaje	4.0%	4.0%	16.0%	48.0%	28.0%	100.0%
Femenino	0	5	5	20	19	49
Porcentaje	0.0%	10.2%	10.2%	40.8%	38.8%	100.0%
Total	1	6	9	32	26	74
Porcentaje	1.4%	8.1%	12.2%	43.2%	35.1%	100.0%

Tabla 18.

Imagen de disciplina estudiantil de la UM

Tipo encues-tado	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	1	3	9	8	4	25
Porcentaje	0.0%	4.0%	12.0%	36.0%	32.0%	16.0%	100.0%
Femenino	1	1	10	12	17	8	49
Porcentaje	2.0%	2.0%	20.4%	24.5%	34.7%	16.3%	100.0%
Total	1	2	13	21	25	12	74
Porcentaje	1.4%	2.7%	17.6%	28.4%	33.8%	16.2%	100.0%

En la Tabla 19 se observa que para el 28% de un total de 25 encuestados la actividad estudiantil de la UM es *buena*, y para el 48% es *muy buena*, mientras que las mujeres opinaron que es de *muy buena* a *excelente*, ya que cerca del 73% opinó esto. En general la opinión que tienen tanto hombres como mujeres de la actividad estudiantil de la UM es de *buena* a *excelente*, esto con una opinión de aproximadamente el 94%.

Tabla 19.

Imagen de actividad estudiantil de la UM

Tipo encuestado	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	7	12	6	25
Porcentaje	0.0%	28.0%	48.0%	24.0%	100.0%
Femenino	4	9	18	18	49
Porcentaje	8.2%	18.4%	36.7%	36.7%	100.0%
Total	4	16	30	24	74
Porcentaje	5.4%	21.6%	40.5%	32.4%	100.0%

En la Tabla 20 se observa que la opinión de la seguridad del campus de la UM es de *buena* a *excelente* para el género masculino, ya que aproximadamente 92% opinó esto; las mujeres opinaron que es de *buena* a *muy buena*, ya que para aproximadamente el 61% así es. En general casi el 26% asegura ser *buena*, el 35% que es *muy buena* y casi el 22% opinó que es *excelente.*

Tabla 20.

Imagen de la seguridad del campus de la UM

Tipo encuesta-do	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	2	6	10	7	25
Porcentaje	0.0%	8.0%	24.0%	40.0%	28.0%	100.0%
Femenino	4	6	13	17	9	49
Porcentaje	8.2%	12.2%	26.5%	34.7%	18.4%	100.0%
Total	4	8	19	27	16	74
Porcentaje	5.4%	10.8%	25.7%	36.5%	21.6%	100.0%

En la Tabla 21 se observa que el género masculino opina que el prestigio en la UM en la comunidad es de *bueno* a *excelente,* ya que el 64% opinó esto, de la misma forma el género femenino opinó de *bueno* a *excelente*, esto con un opinión con cerca del 86%. En forma general cerca del 22% opinó que es *bueno*, el 40% que es *muy bueno* y el 23% que es *excelente.*

La Tabla 22 muestra que el género masculino opinó que la administración democrática de la UM es de *regular* a *buena*, ya que el 28% dice que es *regular* y el 48% que es *buena*; de la misma forma el género femenino opinó que es de *regular* a *buena*, ya que cerca del 39% dijo que es *regular* y cerca del 27% que es *buena*. En general de un total de 74 encuestados 51 declararon que es de *regular* a *buena*.

Tabla 21.

Imagen de prestigio en la comunidad de la UM

Tipo en-cuestado	Pésimo	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	0	1	2	5	11	5	25
Porcentaje	4.0%	0.0%	4.0%	8.0%	20.0%	44.0%	20.0%	100.0%
Femenino	0	2	0	5	11	19	12	49
Porcentaje	0.0%	4.1%	0.0%	10.2%	22.4%	38.8%	24.5%	100.0%
Total	1	2	1	7	16	30	17	74
Porcentaje	1.4%	2.7%	1.4%	9.5%	21.6%	40.5%	23.0%	100.0%

Tabla 22.

Imagen de administración democrática de la UM

Tipo en-cuestado	Pésimo	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	2	0	1	7	12	2	1	25
Porcentaje	8.0%	0.0%	4.0%	28.0%	48.0%	8.0%	4.0%	100.0%
Femenino	2	1	5	19	13	4	5	49
Porcentaje	4.1%	2.0%	10.2%	38.8%	26.5%	8.2%	10.2%	100.0%
Total	4	1	6	26	25	6	6	74
Porcentaje	5.4%	1.4%	8.1%	35.1%	33.8%	8.1%	8.1%	100.0%

En la Tabla 23 se observa que aproximadamente el 92% del género masculino opina que la relación con sus públicos de la UM es de *buena* a *excelente*; en el caso del género femenino su opinión fue de *bueno* a *muy bueno*, ya que aproximadamente el 73% dijo esto. De forma general cerca del 33% opinó que es *buena* y aproximadamente un 40% opinó que es *muy buena*.

Tabla 23.

Imagen de la relación con sus públicos de la UM

Tipo encuestado	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	1	1	9	8	5	24
Porcentaje	0.0%	4.2%	4.2%	37.5%	33.3%	20.8%	100.0%
Femenino	1	2	5	15	21	5	49
Porcentaje	2.0%	4.1%	10.2%	30.6%	42.9%	10.2%	100.0%
Total	1	3	6	24	29	10	73
Porcentaje	1.4%	4.1%	8.2%	32.9%	39.7%	13.7%	100.0%

La Tabla 24 muestra que para el género masculino la UM es económica en sus costos con una opinión de *malo* a *regular*, ya que aproximadamente el 76% opinó esto, de igual forma las mujeres opinaron de *malo* a *bueno*, esto con una opinión de casi el 82%. En forma general la opinión de cuan buenos son los costos de la UM es de *malos* con el 24%, *regulares* con el 31.3% y como *buenos* con el 24% aproximadamente.

Tabla 24.

Imagen de: económica en sus costos de la UM

Tipo encuestado	Pésimo	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	3	5	8	6	1	1	25
Porcentaje	4.0%	12.0%	20.0%	32.0%	24.0%	4.0%	4.0%	100.0%
Femenino	0	7	13	15	12	1	1	49
Porcentaje	0.0%	14.3%	26.5%	30.6%	24.5%	2.0%	2.0%	100.0%
Total	1	10	18	23	18	2	2	74
Porcentaje	1.4%	13.5%	24.3%	31.1%	24.3%	2.7%	2.7%	100.0%

En la Tabla 25 se observa que la opinión del género masculino sobre la solidez económica de la UM es de *mala* a *regular* ya que aproximadamente el 70% opinó esto. De la misma forma el género femenino opinó que va de *mala* a *regular*, esto con una opinión de casi el 65%. En general el 35% opinó que es *mala* y el 31% que es *regular.*

En la Tabla 26 se puede observar que la opinión del género masculino del tamaño del campus de la UM es de *buena* a *excelente* ya que el 84% declaró esto. Para las mujeres es de *bueno* a *excelente*, esto en base a una opinión aproximadamente del 69%. En general cerca del 68% opinó que es de muy *buena* a *excelente*.

Tabla 25.

Imagen de solidez económica de la UM

	Pésimo	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	2	7	9	2	2	23	
Porcentaje	4.3%	8.7%	30.4%	39.1%	8.7%	8.7%	100.0%	
Femenino	0	7	18	13	6	4	48	
Porcentaje	0.0%	14.6%	37.5%	27.1%	12.5%	8.3%	100.0%	
Total	1	9	25	22	8	6	71	
Porcentaje	1.4%	12.7%	35.2%	31.0%	11.3%	8.5%	100.0%	

Tabla 26.

Imagen del tamaño del campus de la UM

Tipo encues-tado	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	2	1	5	10	6	25
Porcentaje	4.0%	8.0%	4.0%	20.0%	40.0%	24.0%	100.0%
Femenino	2	0	6	7	15	19	49
Porcentaje	4.1%	0.0%	12.2%	14.3%	30.6%	38.8%	100.0%
Total	3	2	7	12	25	25	74
Porcentaje	4.1%	2.7%	9.5%	16.2%	33.8%	33.8%	100.0%

La Tabla 27 indica que la opinión del género masculino de la limpieza del campus de la UM es de *muy buena* a *excelente*, ya que 20 de 25 encuestados opinaron esto. De la misma forma la opinión de las mujeres fue de *muy buena* a *excelente* ya que de 49 encuestadas 20 opinaron esto. En general de un total de 74 encuestados 60 opinaron que es de *muy buena* a *excelente* la limpieza del campus.

Tabla 27.

Imagen de la limpieza del campus de la UM

Tipo encuestado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	1	0	4	11	9	25
Porcentaje	4.0%	0.0%	16.0%	44.0%	36.0%	100.0%
Femenino	0	2	7	15	25	49
Porcentaje	0.0%	4.1%	14.3%	30.6%	51.0%	100.0%
Total	1	2	11	26	34	74
Porcentaje	1.4%	2.7%	14.9%	35.1%	45.9%	100.0%

La Tabla 28 muestra que el género masculino opinó que la modernidad de las instalaciones de la UM es de *regular* a *buena*, esto ya que cerca del 64% lo declaró así. El género femenino opinó de *regular* a *muy bueno*, esto lo declaró aproximadamente el 77%. En forma general cerca del 30% opinó que es *regular* y 28% que es *buena.*

Tabla 28.

Imagen de la modernidad en sus instalaciones de la UM

Tipo encues-tado	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	0	4	7	9	2	3	25
Porcentaje	0.0%	16.0%	28.0%	36.0%	8.0%	12.0%	100.0%
Femenino	1	4	15	12	11	6	49
Porcentaje	2.0%	8.2%	30.6%	24.5%	22.4%	12.2%	100.0%
Total	1	8	22	21	13	9	74
Porcentaje	1.4%	10.8%	29.7%	28.4%	17.6%	12.2%	100.0%

En la Tabla 29 se observa que la opinión del género masculino sobre la tecnología educativa de la UM es de *regular* a *buena*, ya que cerca del 64% opinó esto. Para el género femenino es de *buena* a *muy buena*, ya que casi el 70% lo declaro así. En general la opinión de ambos géneros fue de *buena* a *muy buena*, con una opinión cerca del 43% como *buena* y 20% como *muy buena.*

En la Tabla 30 se observa que para el género masculino la imagen institucional en forma general es de *regular* a *excelente* ya que el 32% opinó que es *regular*, 20% que es *buena*, el 24% que es *muy buena* y otro 24% que es *excelente*. Sin embargo las mujeres opinaron que es de *buena* a *muy buena*, esto con una opinión de casi el 29% como *buena* y aproximadamente el 45% como *muy buena*. En general ambos géneros opinaron que la imagen institucional de la UM es de *regular* a *muy buena*, esto con una opinión de casi el 84%.

Tabla 29.

Imagen de la tecnología educativa de la UM

Tipo encues-tado	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	4	5	11	2	3	25
Porcentaje	16.0%	20.0%	44.0%	8.0%	12.0%	100.0%
Femenino	3	7	21	13	5	49
Porcentaje	6.1%	14.3%	42.9%	26.5%	10.2%	100.0%
Total	7	12	32	15	8	74
Porcentaje	9.5%	16.2%	43.2%	20.3%	10.8%	100.0%

Tabla 30.

Imagen institucional (general) de la UM

Tipo encuestado	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Masculino	8	5	6	6	25
Porcentaje	32.0%	20.0%	24.0%	24.0%	100.0%
Femenino	7	14	22	6	49
Porcentaje	14.3%	28.6%	44.9%	12.2%	100.0%
Total	15	19	28	12	74
Porcentaje	20.3%	25.7%	37.8%	16.2%	100.0%

La Tabla 31 muestra que las medias aritméticas más altas son “Filosofía cristiana” con 6.24, “Limpieza del campus” con 6.21 y “Actividad estudiantil” con 6.00; mientras que las más bajas se encuentran en “Económica en sus costos” con 3.82, “Administración democrática” con 4.47 y “Solidez económica” con 4.61.

En la tabla 32 se observa que las dimensiones espiritual, académica y social presentan promedios alrededor de 5.50, por otro lado el aspecto físico se encuentra en un promedio de 5.05.

Tabla 31.

Medias de cada uno de los ítems

	N	Media
Fervor religioso	75	5.45
Filosofía cristiana	75	6.24
Principios morales	75	5.68
Línea conservadora	75	4.96
Trato bondadoso	75	5.10
Espíritu alegre	75	5.63
Educación practica	75	5.40
Maestros innovadores	74	5.46
Calidad académica	74	5.58
Liderazgo administrativo	74	5.24
Actualización de planes de estudio	74	5.69
Competitividad de egresados	73	5.60
Orientación a la investigación	74	5.15
Maestros experimentados	74	5.69
Exigencia de planes de estudio	74	5.62
Centrada en el estudiante	72	5.47
Difusión de la cultura	74	6.02
Disciplina estudiantil	74	5.40
Actividad estudiantil	74	6.00
Seguridad del campus	74	5.59
Prestigio en la comunidad	74	5.61
Administración democrática	74	4.47
Relación con sus públicos	73	5.47
Económica en sus costos	74	3.82
Solidez económica	71	4.62
Tamaño del campus	74	5.74
Limpieza del campus	74	6.22
Modernidad en sus instalaciones	74	4.86
Tecnología educativa	74	5.07
Imagen institucional (general)	74	5.50
Promedio total	74	5.40

Tabla 32.

Promedio por factor

Dimensión	Media aritmética
Espiritual	5.50
Académico	5.48
Social	5.50
Físico	5.05
Total	5.40

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las dimensiones espirituales, académicas y sociales se encuentran entre *bueno* y *muy bueno*. Los directivos de la Universidad de Montemorelos deben prestan especial atención a los indicadores relacionados a la dimensión física, específicamente al indicador económica en sus costos, de esta manera la percepción de la imagen que tienen los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas podría ser mejorada.

Recomendaciones

Para un siguiente estudio se recomienda tomar en cuenta a egresados de todas las carreras de la UM, así como a aquellos que su tiempo como exalumnos no sea mayor a 15 años y tomar una muestra más grande.

APÉNDICE A

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

UNIVERSIDAD DE MONTEMORELOS
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LA IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN

Encuestado: Alumno_____ Exalumno_____ Padre o tutor_____ Administradores (ASD)_____ Empleados UM _____

Género: Masculino_____ Femenino_____ **Edad** _____

Agradecemos su participación en la evaluación de la imagen (como ve actualmente a la Institución en sus diferentes áreas), percibida de la Universidad de Montemorelos. Sus observaciones serias y sinceras serán muy valiosas. Sus respuestas serán anónimas y confidenciales.

INSTRUCCIONES: De acuerdo a la escala dada a continuación, evalúe los diferentes aspectos de la imagen percibida en la institución, según sea su apreciación.
1 = Pésimo (a) 2 = Muy malo (a) 3 =Malo (a) 4 =Regular 5 = Bueno (a) 6= Muy bueno (a) 7= excelente

DECLARACIONES	1	2	3	4	5	6	7
1. Fervor Religioso.							
2. Filosofía Cristiana.							
3. Principios morales.							
4. Línea conservadora.							
5. Trato bondadoso.							
6. Espíritu alegre.							
7. Educación práctica.							
8. Maestros innovadores.							
9. Calidad académica.							
10. Liderazgo administrativo.							
11. Actualización de planes de estudio.							
12. Competitividad de egresados.							
13. Orientación a la investigación.							
14. Maestros experimentados.							
15. Exigencia de planes de estudio.							
16. Centrada en el estudiante.							
17. Difusión de la cultura.							
18. Disciplina estudiantil.							
19. Actividad estudiantil.							
20. Seguridad del campus.							
21. Prestigio en la comunidad.							
22. Administración democrática.							
23. Relación con sus públicos.							
24. Económica en sus costos.							
25. Solidez económica.							
26. Tamaño del campus.							
27. Limpieza del campus.							
28. Modernidad en sus instalaciones.							
29. Tecnología educativa.							
30. Imagen institucional (en general).							

Fortalezas_____

Debilidades_____

LISTA DE REFERENCIAS

Alvarez, M. y Gottifredi, J. C. (1997). Pertenencia social de universidad. *Educación superior y sociedad. 2*(8), 75-96.

Alcántar,V. M. y Arcos, J. L. (2004). La vinculación como instrumento de imagen y posicionamiento de las instituciones de educación superior. *Revista Electrónica de Investigación Educativa, 6* (1).Recuperado de http://www.redalyc. org/pdf/155/15506102.pdf

Baptista Rodríguez, A. A. (2012). *El desarrollo de una estrategia educativa para las instituciones de enseñanza superior* en *tiempo difíciles.* Recuperado de http://www.educaweb.com/noticia/2012/03/12/desarrollo-estrategia-educativa-instituciones-ensenanza-superior-tiempos-incertidumbre-5337/

Díaz, G. y Karín, Y. (2001) *Desarrollo de la imagen del colegio Santa María de la Matellini de Chorrillos a Través de la planificación estratégica.* Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/diaz_gy.

Estrella Valenzuela, G. y Ponce de León, M. T. (2006). *Impacto laboral de egresados universitarios y opinión de empleadores*. México: Porrúa

Farfán García, M.; Navarrete Sánchez, E. y Villalobos Monroy, G. (2011). La flexibilidad de la educación universitaria. *Cuadernos de educación, 9,* 193-207. Recuperado de http://www.revistas.unc.edu.ar/index.php/Cuadernos/ article/viewFile/832/784

Fernández, C. y Osta Tretini, C. M. (2012). *Factores de la imagen institucional universitaria .*Recuperado de http://www.academia.edu/3848053/FACTRES_DE_LA_IMAGEN_INSTITUCIONAL_UNIVERSITARIA_PERSPECTIVA_DESDE_UN_SECTOR_DEL_PUBLICO_INTERNO_PERSONAL_ADMINISTRATIVO

Guerra Pura de Arends, V. (2008). Medición de la imagen institucional de un posgrado universitario. *Redalyc, 1,* 10-20.

Guerra Venturina y Arends, Pura. (2008) Medición de la imagen institucional de un postgrado universitario. *Revista Ingeniería Industrial: Actualidad y Nuevas Tendencias 1*,10-20.

Guerra V. (s.f.) *Imagen institucional universitaria.* Recuperado de http://www. ujap.edu.ve/wordpress/?page_id=1730

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Medrano Donlucas, G. (2013). ¿Cómo diseñan contenidos de asignatura en la docencia universitaria? Un caso de la práctica académica en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 22,* 20-42

Meza Escobar, F. A. (2011). *El marketing educativo, la imagen institucional y el apoyo de los padres como predictores de la actitud de demanda de la educación universitaria adventista*. Recuperado de: https://www.dropbox.com/s/ s29d1vbf9o9zq7j/Tesis%20Fernando%20Meza.

Meza, F. y Meza, R. (2007). *La calidad de planta física y la calidad de la imagen en la Universidad de Navojoa.* Montemorelos, N. L., México: Editorial Montemorelos.

Restrepo Velázquez, J. C., Vélez Acebedo, A. y Venegas Arboleda, M. (2005). Compromiso social de la Corporación Universitaria Lasallista en Itagüí. *Revista lasallista de investigación 3*,13-18.

Rios Quispe, M. (s.f.). *Conferencia Imagen institucional*. Recuperado de http://es. scribd.com/doc/15909907/IMAGEN-INSTITUCIONAL

Traverso Cortés, J. y Román, M. L. (2007). Análisis de la imagen de la institución universitaria. Constructo de un modelo para obtención de la imagen bajo la perspectiva del alumno. *Revista electrónica educativa, 13* (1).

Tunnerman Bernheihm, C. (2000). *Universidad y sociedad: balance histórico y perspectivas desde Latinoamérica.* Caracas, Venezuela: Humanidades.

White, E. G. (1970). *Consejos sobre mayordomía cristiana*. Mountain View CA: Pacific press publishing association.

White, E. G. (1971). *Consejos para los maestros.* Recuperado de: https://egwwritings.org/singleframe.php

White, E. G (2011). *Consejos para los maestros, padres y alumnos sobre la educación adventista. Recuperado de: http://quetevalga.files.wordpress.com /2011/09/consejos-para-los-maestros-padres-y-alumnos.pdf*

Yero, M. y Bello, A. A. (2013*). La imagen organizacional en una institución universitaria municipal de las Tunas: procedimiento para su diagnóstico.* Recuperado de http://atlante.eumed.net/imagen-organizacional/