



Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media



**XV CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE INNOVACIONES EN DOCENCIA
E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

APCAM

**ASOCIACIÓN DE PROFESORES DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE
MÉXICO A.C.**

TEMÁTICA: Desarrollo integral de los alumnos.

Autores:

M.A. David Gómez Sánchez

M.A. Eugenia Inés Martínez López

M.A. Héctor López Gama

Carretera Rioverde a San Ciró Km 4, Ejido Puente del Carmen, C.P. 79617, Rioverde S.L.P.

Tel. 4878725099 EXT. 108

david.gomez@uaslp.mx

Rioverde, S. L. P., México

Junio 2012

ÍNDICE

ÍNDICE	2
RESUMEN	3
PALABRAS CLAVE	3
INTRODUCCIÓN	3
DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES	5
<i>Lealtad</i>	5
<i>Satisfacción</i>	5
<i>Rendimiento académico</i>	5
OBJETIVOS	5
METODOLOGÍA	6
TIPO DE ESTUDIO.....	6
POBLACIÓN	6
MUESTRA	6
INSTRUMENTO	6
<i>Constructo Grado de Satisfacción</i>	6
<i>Constructo Grado de Rendimiento Académico</i>	7
<i>Constructo Lealtad a la carrera</i>	8
VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	8
ANÁLISIS DE RESULTADOS	8
ANÁLISIS DE LA MUESTRA	8
ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	9
<i>Lealtad con la carrera elegida</i>	9
<i>Satisfacción con carrera elegida</i>	9
<i>Rendimiento académico del alumno</i>	10
<i>Satisfacción y rendimiento académico</i>	10
ANÁLISIS DE CONGLOMERADOS	11
CONCLUSIONES	13
BIBLIOGRAFÍA	14

RESUMEN

La presente investigación se realiza con el objetivo de identificar el grado de lealtad y su relación con la satisfacción y el rendimiento académico de los estudiantes de las carreras de Licenciatura en Administración, Licenciatura en Mercadotecnia y Contaduría Pública de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), en su Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media (UAMZM). La metodología utilizada en la investigación es de tipo cuantitativa y de diseño transversal, con técnicas descriptivas y multivariadas para su análisis. La muestra está constituida por 233 estudiantes de la UAMZM y en la encuesta se utiliza el método de recopilación de información. Consta de 12 variables demográficas, un constructo de 8 variables para medir la satisfacción, 7 variables para medir el rendimiento académico y 3 preguntas dicotómicas para medir la lealtad, así como también se describe la validez y confiabilidad del mismo instrumento. Se determinó el tipo de lealtad de los estudiantes a través del análisis de conglomerados, así como su satisfacción y el rendimiento académico.

PALABRAS CLAVE

Lealtad, satisfacción, rendimiento académico, estudiantes, universidad.

INTRODUCCIÓN

El estudio sobre la lealtad ha sido visto de varios enfoques que intentan coincidir en una explicación sobre las motivaciones subyacentes de ésta y la observación del comportamiento del consumidor que persiguen el esbozo de un patrón que encuentre la variables que la define y lograr de este modo clientes leales hacia la marca.

Las universidades y escuelas de nivel superior se encuentran en una constante lucha por lograr la excelencia académica, la infraestructura, los docentes y los sistemas se alinean de tal manera que se logre una calidad percibida por el alumno y que ésta a su vez pueda impactar en el rendimiento académico del estudiantes. La interrogante en el aire siempre ha sido cómo obtener un buen rendimiento académico en el estudiante y cuáles son los factores que lo motivan a lograr un aumento en el mismo. Cuando se analiza el rendimiento escolar como objeto de estudio se toma en cuenta la mayoría de las veces factores como estrategias

didácticas, planes de estudios, metodologías empleadas, tipo de educación, distancia o cercanía con el estudiante, entre otras.

Si bien todos estos factores intervienen en el proceso del aprovechamiento académico y pueden ser hasta cierto punto analizados o inferidos a simple vista, existen otros factores subjetivos y subyacentes en la propia naturaleza humana de un estudiante. Factores que se van construyendo de manera inconsciente según su propio sistema referencial, expectativas y supuestos básicos que se crean a través del tiempo respecto a la institución donde se encuentran haciendo sus estudios. Considerando estos factores lealtad y satisfacción, en la relación cliente – empresa como lo analiza la Mercadotecnia para estudio se hace la analogía relación alumno – institución educativa.

En este sentido cada institución educativa mediante valores expresados y artefactos observables va creando una identidad y una relación con su alumnado, relación en la cual inherentemente se encuentran inmersos intercambios donde la satisfacción juega su papel guiando el camino hacia la lealtad del alumno con su institución educativa.

Cuando se analiza el papel de la lealtad y la satisfacción en una empresa de los clientes y el consumo de sus productos y servicios, se pone de manifiesto que estas variables impactan en la percepción de los mismos clientes hacia la empresa y determina la acción de compra y permanencia. En ámbito académico existe una relación similar entre los clientes (estudiantes) y la empresa (universidad). El rendimiento académico de los estudiantes, su fracaso o éxito está circundado por variables internas y externas que conllevan al logro fundamental y a la existencia inerte de las instituciones educativas de nivel superior, las cuales están hechas para generar el óptimo rendimiento de sus adscritos y las cuáles como institución social están obligadas a reinventarse para evolucionar al ritmo de estos tiempos (Molina citado por Herrera 1997). Cuando estas condiciones de progreso no se generan de acuerdo al avance esperado por el alumnado, existe una brecha entre el valor prometido y el actual percibido por el alumno.

Un cliente insatisfecho responde con actos hacia su inconformidad, por su parte el alumno responde a esta insatisfacción con un bajo rendimiento académico, repetición de asignaturas o incluso el fracaso escolar, donde se advierte imposibilitado o interrumpido en su trayecto escolar. Esto puede originar insatisfacción personal, desmotivación e incluso baja autoestima ante la imposibilidad de concluir con éxito sus estudios (Hernández y Pozo 1999 citado por Contreras 2008).

De acuerdo a lo descrito anteriormente, las universidades se preocupan por medir la satisfacción y la lealtad de sus alumnos, ya que teniendo un indicador como este, se puede predecir de alguna manera el rendimiento de sus estudiantes, el cual define Jiménez citado por Edel (2003) como “El nivel de conocimientos demostrado en un área o materia comparado con la norma de edad y nivel académico”.

Es así como el presente estudio pretende medir las variables lealtad y satisfacción en el alumnado de nivel universitario y determinar la relación de éstas con el grado de rendimiento académico. Para ello se toma una muestra representativa de los alumnos de la UAMZM (campus Rioverde) de la UASLP. Se espera que los resultados sirvan como referencia y guía para la propuesta de cursos de acción dentro de la propia universidad.

Definición de las Variables

A continuación se definen las variables utilizadas en esta investigación.

Lealtad

Para efectos de esta investigación se define a la lealtad de marca, ya que no existe una enunciación establecida de manera universal que la represente como tal. Por lo que se considera la lealtad de marca un comportamiento de compra no aleatorio, expresado a lo largo del tiempo por una unidad de decisión con respecto a una o más marcas alternativas, siendo función de procesos psicológicos (evaluación y toma de decisiones) que resultan en un compromiso hacia la marca. (Jacoby y Kinner , 1973).

Satisfacción

El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Philip Kotler, 2006).

Rendimiento académico

Nivel de conocimientos demostrado en un área o materia comparado con la norma de edad y nivel académico (Jiménez 2000 citado por Edel, 2003).

Objetivos

Establecer una relación entre el grado de lealtad y el grado de satisfacción con el rendimiento académico de los alumnos de nivel superior de la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Conocer el tipo de lealtad, además determinar si existen diferencias significativas entre el grado de satisfacción, grado de lealtad y el rendimiento académico de los alumnos universitarios.

METODOLOGÍA

Tipo de Estudio

Esta investigación se considera de tipo transversal, ya que los datos se tomaron en un solo momento. Es descriptiva porque se obtuvo información de la unidad de estudio, como el programa académico al cual se encuentra inscrito, semestre, edad, trabajo como complemento de estudio, influencia de los padres para la elección de la carrera y promedio. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986).

Población

La población de la cual se obtuvo la muestra está conformada por 587 alumnos de la UAMZM, de los cuales 187 alumnos corresponden a la Licenciatura en Contaduría Pública, 251 a la Licenciatura en Administración y 149 alumnos de la Licenciatura en Mercadotecnia.

Muestra

El tamaño de la muestra para el estudio es de 233 alumnos. Para la obtención de la distribución de la muestra se utilizó el método probabilístico estratificado en el que se forman estratos o grupos de cada uno de los programas académicos participantes en el estudio. El muestreo estratificado requiere seleccionar una muestra simple de cada una de varias subpoblaciones o estratos (Mendenhall et.al., 2008).

Instrumento

El instrumento de medición utilizado para el estudio es un cuestionario que contiene 3 constructos además de ítems para la obtención de información sociodemográfica.

Constructo Grado de Satisfacción

El constructo que mide el grado de satisfacción de los alumnos, lo hace con respecto a 8 variables y utiliza una medición de escala de Likert, la cual se contesta según la percepción del grado de satisfacción de los alumnos con cada variable. Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos, solicitándoles además que externe su reacción eligiendo uno de los puntos de la escala.

Para la medición de la satisfacción se utilizaron las variables que refiere la tabla 1.

Tabla 1. Variables del constructo grado de satisfacción:

Variables
El prestigio de mi escuela
Mi desempeño propio
Mis materias
Mis maestros
Las instalaciones
Mis compañeros
Personal administrativo
Horarios

Lo anterior se estructuró para ser contestado según al grado de satisfacción con las variables del mismo, en una escala Likert que se responde según la percepción de satisfacción del alumno con cada una. Las opciones de respuesta son nada (0), muy poco (1), poco (2), moderado (3), mucho (4) y muchísimo (5). Cabe mencionar que a mayor puntuación, mayor es el grado de satisfacción con la variable correspondiente.

Constructo Grado de Rendimiento Académico

Para la medición del rendimiento académico se utilizaron siete variables. El encuestado entonces contestó de acuerdo a la percepción de su rendimiento académico en cuanto las siguientes variables:

Tabla 2. Variables del constructo rendimiento académico.

Variables
Promedio general
Promedio del semestre anterior
Materias reprobadas
Conocimientos adquiridos
Reconocimiento obtenidos
Esfuerzo personal
Relación con la práctica profesional

Las opciones de respuestas se establecieron como muy malo (0), malo (1), regular (2), bueno (3), muy bueno (4) y excelente (5), según la percepción del alumno en relación a las variables del rendimiento académico.

Constructo Lealtad a la carrera

El constructo de lealtad esta compuesto por las siguientes 3 preguntas: ¿Te gusta tu carrera?, Si tuvieras la oportunidad de elegir de nuevo ¿la volverías a elegir?, ¿le recomendarías a otra persona estudiar tu carrera?.

Las opciones de respuesta para las preguntas que miden la lealtad del alumno respecto a su carrera son de tipo dicotómicas en afirmativo y negativo lo que quiere decir que son: SI y NO.

Validez y confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se les examina en distintas ocasiones con los mismo cuestionarios; o como afirman McDaniel y Gates (2005), “Es la capacidad del mismo instrumento para producir resultados congruentes cuando se aplica por segunda vez, en condiciones tan parecida como sea posible”. La validez de un instrumento se obtiene cuando se comprueba que realmente mide aquello para lo cual fue destinado y cuán bien lo hace (Anastasi y Urbina, 1998). De acuerdo a lo anterior, la validez del instrumento se comprobó a través de expertos y para la confiabilidad se realizó la prueba para evaluar si los atributos fueron entendidos como se esperaba, dando como resultado lo establecido en la tabla 3.

Tabla 3. Confiabilidad del instrumento

Valor de alfa	No de Reactivos	Constructo	Prueba
0.694	8	Satisfacción	α de Cronbach,
0.757	7	Rendimiento Académico	α de Cronbach,
0.516	3	Lealtad	Dos Mitades de Guttman

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis de la muestra

La distribución por carrera es de 21.4% de la Licenciatura en Mercadotecnia, 45.5% de la carrera Licenciado en Administración y el resto de Contaduría Pública. Respecto a la participación por semestre, un 26.8% corresponden al primer semestre, 14.5% al tercer semestre, 25% al quinto, 20.9% al séptimo y por último 12.7% al noveno semestre. Cabe señalar que en la UAMZM solo se ofertan las asignaturas de cada semestre una vez por año, generando un sistema de semestres alternos. En relación al sexo del participante, el estudio establece que un 35% corresponden al sexo masculino y 65% al sexo femenino. Por otra

parte, el 15% de los estudiantes cuentan con una beca para realizar sus estudios, además se determinó que el 29.5% además de estudiar trabajan.

Análisis descriptivo

En la siguiente sección se analizan las variables de investigación: Lealtad, Satisfacción y rendimiento académico

Lealtad con la carrera elegida.

En el gráfico No. 1, se muestra la distribución de la variable lealtad con la carrera que cursa el encuestado, en donde un 58.80% resultó ser leal con su carrera y un 41.2% resultó no ser leal.

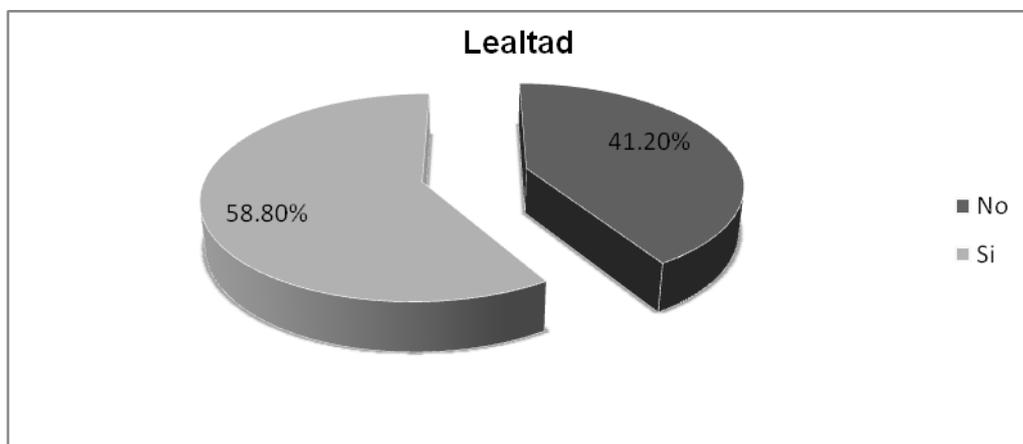


Gráfico No.1 Lealtad con la carrera elegida.

Satisfacción con carrera elegida.

En el gráfico No. 2, se muestra la distribución de las medias de los resultados de cada variable que comprende el constructo para medir el grado de satisfacción, siendo las Instalaciones y el prestigio de la escuela los más valorados, con 4.8.

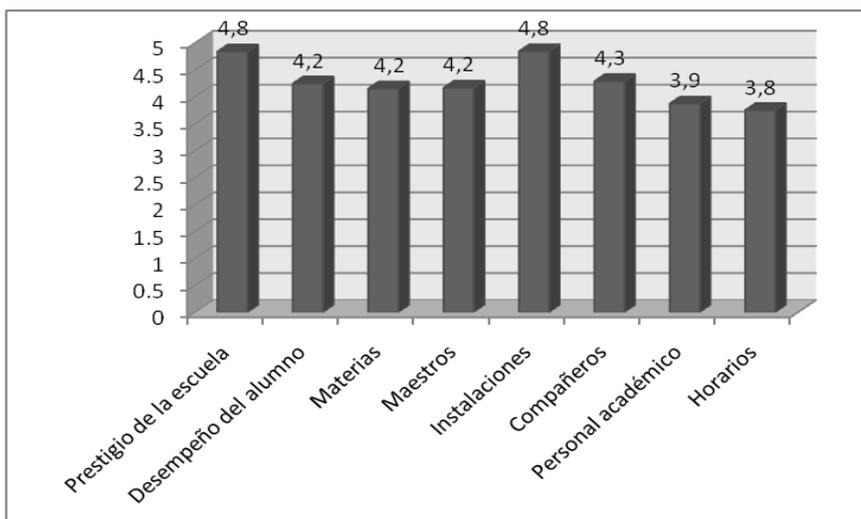


Gráfico No. 2 Satisfacción con la carrera elegida.

Rendimiento académico del alumno

En el gráfico No. 3 se muestran la distribución de las medias de las variables que forman el constructo que mide el rendimiento académico de los alumnos, siendo los más altos los referentes a conocimientos adquiridos con 4.2 y esfuerzo personal con 4.1 puntos.

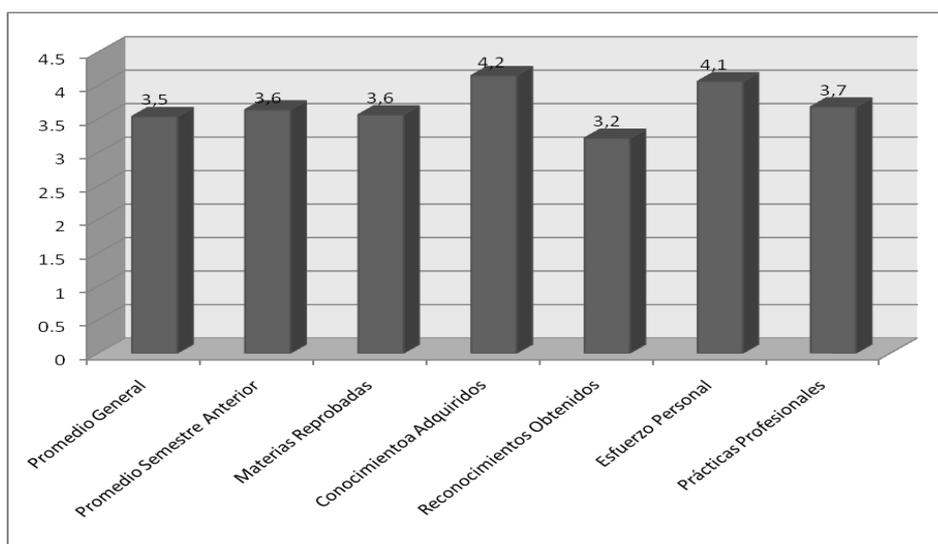


Gráfico No. 3 Rendimiento Académico del alumno

Satisfacción y rendimiento académico

En la tabla 4 se muestran los estadísticos descriptivos de las variables satisfacción y rendimiento académico, la satisfacción media es 0.714 con una desviación estándar de

0.09593, un valor máximo de 1.0 y un mínimo de 0.46. Para rendimiento académica la media es 0.616 con una desviación estándar de 0.10977, un valor máximo de 0.93 y un mínimo de 0.38, siendo aceptable el nivel de satisfacción y suficiente el rendimiento académico percibido de los estudiantes.

Tabla 4. Satisfacción con la carrera y rendimiento académico

Estadísticos	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv, típ	Asimetría		Curtosis	
Variables	Est.	Est.	Est.	Est.	Est-	Est.	<i>Error típico</i>	<i>Est.</i>	<i>Error típico</i>
Satisfacción con la carrera	214	.46	1.00	.714	.09593	.076	.166	.1662	.331
<i>Rendimiento académico percibido</i>	195	.38	.93	.616	.10977	.291	.174	-.007	.346

Análisis de conglomerados

Con el objetivo de detectar grupos de individuos, claramente diferenciados a través de sus niveles de lealtad y precepción sobre aspectos de su carrera como la satisfacción y el rendimiento académico, se procedió al análisis de Cluster o de conglomerados, el cual precisamente coloca elementos en grupos homogéneos y heterogéneos entre sí. El análisis fue directamente proporcionado por el programa estadístico utilizado (SPSS versión 19) y arroja los segmentos de la muestra de la población.

En la tabla 5 se muestran el número de casos para cada conglomerado y su respectivo porcentaje; mientras que en la tabla 6 se establece el nombre del clúster. El conglomerado 1 de los individuos no leales, está integrado por el 26.77% de la muestra de la población; el conglomerado 2 de los individuos con lealtad verdadera, está integrado por el 22.4% de la población, al conglomerado 3 de los individuos con lealtad Espuria lo integra el 38.26% y el conglomerado 4 integrado por los individuos con lealtad latente con un 12.57% de la población encuestada.

Tabla 5. Tamaño de los conglomerados.

Conglomerado	Número de casos en cada conglomerado	Porcentaje de cada conglomerado
1	49	26.77%
2	41	22.4%
3	70	38.26%
4	23	12.57%

Válidos	183	100%
Perdidos	37	

Tabla 6. Nombre de los conglomerados

Conglomerado	Nombre
1	No leales
2	Lealtad verdadera
3	Lealtad espuria
4	Lealtad latente

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto la existencia de 4 grupos de estudiantes, los cuales se excluyen entre sí según su grado de lealtad; así mismo se nombra cada categoría según su tipo de lealtad; haciendo una relación con su grado de satisfacción. Ya elaboradas cada categoría se nota también el grado de rendimiento académico por cada grupo.

Tabla 7. Centroides de los conglomerado.

Variable/ Conglomerado	1	2	3	4
Satisfacción con la carrera	0.66	.81	0.67	0.80
Rendimiento académico Percibido	0.54	0.74	0.57	0.70
Lealtad con la carrera	.00	1.00	1.00	.00

Como se observa en la tabla 7, el grupo 1 está integrado por aquellos individuos que manifiestan 0.00 nivel de lealtad con su carrera y el nivel de satisfacción con la misma es el menor de los 4 grupos con un valor de 0.66 y el menor nivel de rendimiento académico. El grupo 2 está integrado por los individuos que manifiestan lealtad con su carrera en un nivel 1.00, por lo tanto son estudiantes con lealtad verdadera y cuyo nivel de satisfacción es el mayor de los 4 grupos con un valor de .81 y el mayor nivel de rendimiento académico con un valor de 0.74.

Por otra parte, el grupo 3 está integrado por los individuos que manifiestan lealtad a hacia su carrera en un nivel 1.00, por lo tanto son estudiantes leales cuyo nivel de satisfacción es considerable mas no el mayor de los cuatro grupos con un nivel de 0.67, esto caracteriza a individuos con lealtad de tipo espuria, es decir, manifiestan un nivel alto de lealtad, pero al mismo tiempo su nivel de satisfacción no es proporcional a ésta y el rendimiento académico es bajo, con un nivel de 0.57.

El grupo 4 está integrado por alumnos no leales a su carrera con un nivel .00 y cuyo nivel de satisfacción es relativamente alto respecto a los 4 grupos con un 0.80, la lealtad de este grupo es de tipo Latente, ya que a pesar de no tener lealtad hacia su carrera su nivel de satisfacción

es considerable, por otra parte el rendimiento académico es relativamente bueno con una puntuación de 0.70.

Con la información anterior se genera el gráfico No. 5, donde se observa en el eje de las X, el valor del centroide del conglomerado correspondiente, mientras que en el eje de las Y, el rendimiento académico percibido. La dimensión de la esfera manifiesta el tamaño del conglomerado y el nombre define el tipo de lealtad.

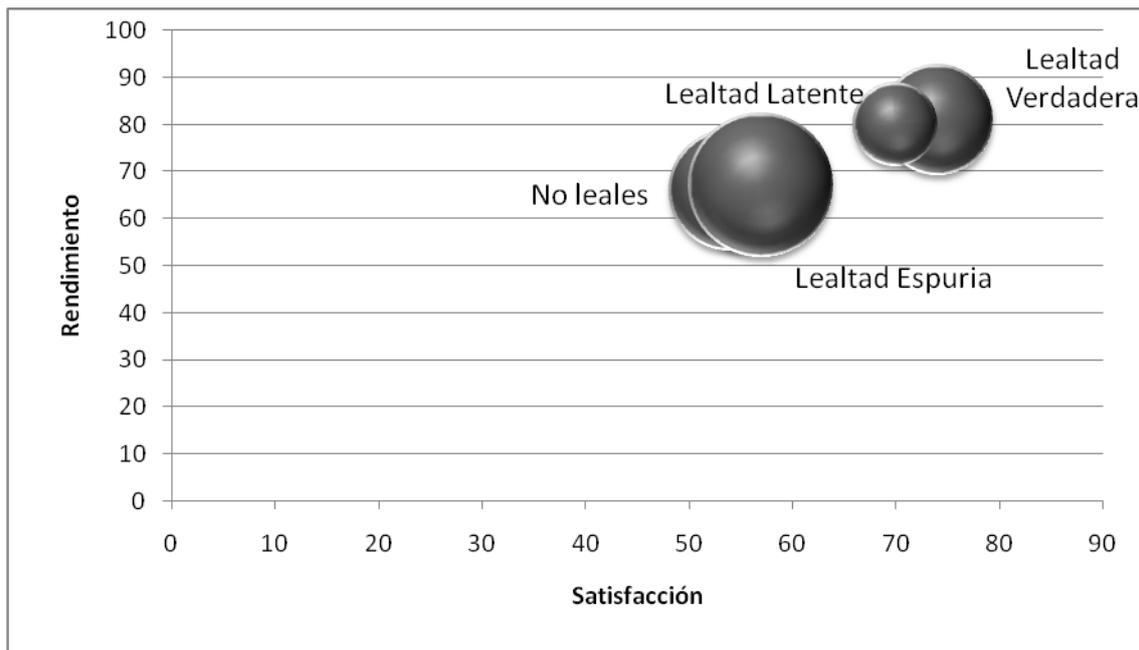


Gráfico 5 Percepción de los conglomerados.

CONCLUSIONES

Este estudio ha permitido conocer de manera representativa la existencia y tipo de lealtad a la carrera elegida por parte de los estudiantes universitarios de la UAMZM. Así como al alcanzar los objetivos de la presente investigación. De acuerdo a los resultados, la mayoría de los alumnos que forman parte de la población de la UAMZM son leales a su carrera. En lo que respecta a la satisfacción se determina un alto grado hacia las variables que fueron cuestionadas, las dos mas representativas son el prestigio de la escuela en primer lugar y las instalaciones en segundo lugar, siguiendo a éstas se encuentra la satisfacción con los compañeros de escuela, su propio desempeño como alumno, las materias y los maestros manifestados en tercer lugar de satisfacción, seguido por último de los horarios y personal académico como las variables con menor satisfacción.

Los conocimientos adquiridos y el esfuerzo personal según la percepción de los alumnos son los considerados como mejores en su rendimiento académico, seguido de las prácticas profesionales y el promedio del semestre anterior, así mismo las materias reprobadas se encuentran en un rango mayor al promedio, lo que quiere decir que no son un factor que lo afecte. Las variables que se encuentran en los últimos lugares dentro de la percepción del rendimiento académico de los estudiantes son los reconocimientos obtenidos y el promedio general.

Se detectaron cuatro segmentos de la población encuestada respecto a su tipo de lealtad; el primer segmento que ocupa el tercer lugar respecto a la representatividad de la muestra es el denominado No leales, ya que manifestaron cero nivel de lealtad y bajo nivel de satisfacción; el segundo segmento lo conforman los que tiene Lealtad de tipo verdadera, ya que manifestaron ser leales y su grado de satisfacción es relativamente bueno; el tercer grupo es el conformado por los estudiantes con Lealtad de tipo espuria, ya que su grado no es proporcional al de su satisfacción y ocupa el primer lugar en representatividad de la muestra de la población. Por último el cuarto grupo con lealtad de tipo Latente, tiene un alto grado de satisfacción pero no son leales y ocupa el último lugar en representatividad de la muestra de la población. Por lo tanto la mayoría de los alumnos son leales pero el grado de satisfacción con su carrera no es proporcional a su grado de lealtad, más sin embargo si existe una relación entre éstas.

Es importante medir el grado de lealtad debido a que existe una relación entre ésta con la satisfacción y el rendimiento académico percibido, conociendo así su tipo de relación y el impacto entre ellas. Se pueden mejorar las actividades académicas realizadas por el estudiante y aumentar su grado de compromiso hacia la institución.

BIBLIOGRAFÍA

Anastaci. A. y Urbina.S. 1998. Tests Psicológicos.7ma.Edición. Thomson. México.

Contreras, Katherine et.al. 2008. Factores asociados al fracaso académico en estudiantes universitarios de Barranquilla (Colombia). Psicología desde el Caribe. Universidad del Norte Colombia. Año.2008. No.22 julio- diciembre. Disponible en línea en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/213/21311866008.pdf>.

Dankhe, G.L. (1986), Investigación y comunicación, en C. Fernández-Collado y G.L. Dankhe (eds): “La comunicación humana ciencia social” Mc.Graw-Hill, México.

- Dick, A. and Basu, K., 1994. Customer loyalty: towards an integrated framework. *Journal of the Academy of Marketing Science* 22 (2), 99-113.
- Edel Navarro, Rubén. 2003. El rendimiento académico: Concepto, Investigación y desarrollo. REICE. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia Y Cambio en Educación. Año 1. Vol.1.No.002.Madrid, España. Disponible en línea en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/551/55110208.pdf>
- Herrera, P. 1997. La Familia Funcional y Disfuncional. Un indicador de salud. *Revista Cubana MED gen Integren.* 13(6). Disponible en línea en: http://www.bvs.sld.cu/revistas/ped/vol71_1_99/ped06199.htm
- Jacoby, J. and Kyner, D., 1973. Brand loyalty Repeat purchase behaviour. *Journal of Marketing Research* 10,19.
- Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane. 2006. Dirección de Marketing. Duodécima edición. PEARSON/Prentice Hall México.
- McDaniel Carl, Gates Roger. 2005. Investigación de Mercados 6ª. Edición. Thomson. México.
- Mendenhall, William et.al. 2008. Introducción a la Probabilidad y estadística. Thomson México.
- Montero, M.C. 1990. Predicción del rendimiento académico. Estudio de las variables intervinientes en una muestra de alumnos de 8º de EGB con seguimiento en 2ª de BUP. Tesis Universidad Pontificia de Salamanca.