

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Tesis

**Influencia del involucramiento académico en la lealtad
de estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Empresa
de la Universidad Continental**

Luz Maria Supo Zapata

Para optar el Grado Académico de
Maestro en Administración de Negocios

Huancayo, 2021

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

Dr. Wiliam Rodriguez Giraldez

Agradecimiento

Dios, por todo lo que nos das o dejas de darnos, sólo tú sabes lo que es mejor, me pongo en tus manos.

Mis hermanos César y Walter, a mi cuñada Rosmary por su apoyo incondicional para el logro de este objetivo.

Dedicatoria

Mi hijo André Fernando, mi fuente de inspiración y motor para seguir creciendo y logrando mis objetivos.

Mi madre Luz María mi ejemplo de mujer y madre, sabia y luchadora.

Índice

Asesor.....	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice de Tablas.....	viii
Índice de Figuras	xiv
Resumen	xv
Abstrac.....	xvi
Introducción	xvii
Capítulo I Planteamiento del Estudio	16
1.1. Planteamiento y formulación del problema	16
1.1.1. Planteamiento del problema	16
1.1.2. Formulación del problema.....	18
A. Problema General	18
B. Problemas Específicos	18
1.2. Determinación de Objetivos.....	20
1.2.1. Objetivo General	20
1.2.2. Objetivos Específicos.....	20
1.3. Justificación e importancia del estudio	21
1.3.1. Conveniencia	21
1.3.2. Valor Teórico	21
1.3.3. Implicancias prácticas	21
1.3.4. Relevancia Social	22
1.3.5. Utilidad Metodológica.....	22
1.4. Limitaciones de la presente investigación.....	22
Capítulo II Marco Teórico	23
2.1. Antecedentes de la investigación	23
2.1.1. Antecedentes internacionales	23
2.1.2. Antecedentes nacionales	25
2.1.3. Antecedentes regionales.....	27
2.2. Bases teóricas.....	28
2.2.1. Engagement académico	28

A.	Definiciones.....	28
B.	Dimensiones del Engagement.....	29
2.2.2.	Lealtad de marca.....	32
A.	Definiciones.....	32
B.	Dimensiones de la lealtad.....	33
2.2.3.	Creencia de autoeficacia.....	35
2.2.4.	Compromiso afectivo.....	37
2.3.	Definiciones de términos básicos.....	39
Capítulo III	Hipótesis y Variables.....	41
3.1.	Hipótesis.....	41
3.1.1.	Hipótesis General.....	41
3.1.2.	Hipótesis Específicas.....	41
3.2.	Operacionalización de variables.....	43
Capítulo IV	Metodología.....	45
4.1.	Método, Tipo o alcance de investigación.....	45
4.1.1.	Método.....	45
4.1.2.	Tipo o alcance.....	45
4.2.	Diseño de investigación.....	45
4.3.	Población y muestra.....	45
4.3.1.	Población.....	45
4.3.2.	Muestra.....	46
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	47
4.5.	Técnicas de análisis de datos.....	49
Capítulo V	Resultados y Análisis.....	51
5.1.	Resultados y Análisis.....	51
5.1.1.	Características de los Entrevistados.....	51
5.1.2.	Análisis de Variables, Dimensiones e Indicadores.....	52
A.	Involucramiento (Engagement) Académico.....	53
B.	Lealtad a la Universidad.....	64
C.	Compromiso Afectivo.....	68
D.	Creencia de Autoeficacia Académica.....	73
5.1.3.	Contrastación de Hipótesis.....	90
A.	Hipótesis General.....	91

B. Hipótesis Específicas	92
5.2. Discusión de Resultados	101
Conclusiones	104
Recomendaciones	107
Referencias Bibliográficas.....	109
Anexos.....	116
Anexo 1: Instrumentos de Recolección de Datos.....	117
Anexo 2: Matriz de Consistencia.....	120

Índice de Tablas

Tabla 1 Estudiantes matriculados de Facultad de CCEE por Escuela profesional 2019-2 y 2021-1	46
Tabla 2 Distribución de tamaño de muestra por Escuela profesional y periodos.	47
Tabla 3 Consistencia Interna Alfa de Cronbach por Dimensión y Total de UWES	48
Tabla 4 Consistencia Interna Alfa de Cronbach por Dimensión y Total Prueba piloto UWES	48
Tabla 5 Consistencia Interna Alfa de Cronbach por Dimensión y Total Prueba piloto UWES	49
Tabla 6 Consistencia Interna Alfa de Cronbach por Dimensión y Total Prueba piloto UWES	49
Tabla 7 Engagement Académico: Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	54
Tabla 8 Dimensión Vigor: Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	55
Tabla 9 Indicadores de Dimensión Vigor: Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	55
Tabla 10 <i>Indicador “Puedo seguir estudiando durante largos períodos de tiempo”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales</i>	56
Tabla 11 Dimensión Dedicación: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas ^b	57
Tabla 12 <i>Indicadores de Dimensión Dedicación: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales</i>	58
Tabla 13 <i>Indicador “Mi carrera es retadora para mí” de Dimensión Dedicación: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales</i>	59
Tabla 14 <i>Indicador “Mi carrera es retadora para mí”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales</i>	59
Tabla 15 <i>Indicador “Creo que mi carrera tiene significado y propósito” de Dimensión Dedicación: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales</i>	60

Tabla 16 Indicador “Creo que mi carrera tiene significado y propósito”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	60
Tabla 17 Dimensión Atención Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas ^b	62
Tabla 18 <i>Indicadores de Dimensión Atención Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales</i>	62
Tabla 19 Indicador “Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios” de Dimensión Atención Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales.....	63
Tabla 20 Indicador “Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales .	64
Tabla 21 Lealtad: Estadísticos ^{ab} de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	65
Tabla 22 Lealtad: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales.	65
Tabla 23 Lealtad: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	66
Tabla 24 Indicadores de Dimensión Lealtad: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	66
Tabla 25 Indicador “Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios” de Dimensión Atención Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales.....	67
Tabla 26 Indicador “Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales .	67
Tabla 27 Compromiso Afectivo: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	68
Tabla 28 Indicadores de Dimensión Atención Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	69
Tabla 29 Indicador “Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas” de Dimensión Compromiso Afectivo: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales.	70

Tabla 30 Indicador “Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas” de Dimensión Compromiso Afectivo: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales.	71
Tabla 31 Indicador “Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles” de Dimensión Compromiso Afectivo: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales	72
Tabla 32 Indicador “Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas” de Dimensión Compromiso Afectivo: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales.	72
Tabla 33 Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	73
Tabla 34 Variable Autoeficacia Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales	74
Tabla 35 Variable Autoeficacia Académica: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	74
Tabla 36 Comunicación de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	76
Tabla 37 Indicadores de Comunicación de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	76
Tabla 38 Indicador “En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad” de Comunicación de Autoeficacia Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales	77
Tabla 39 Indicador “En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	78
Tabla 40 Indicador “Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad” de Comunicación en Autoeficacia Académica: Estadísticos ^a de prueba H	

	de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales	79
Tabla 41	Indicador ““En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	79
Tabla 42	<i>Atención en clases de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales</i>	80
Tabla 43	Atención de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	81
Tabla 44	Atención de Autoeficacia Académica: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	81
Tabla 45	Indicadores de Atención de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	82
Tabla 46	Indicador “Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales ...	83
Tabla 47	Indicador “Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	83
Tabla 48	Indicador “Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta universidad” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales	84
Tabla 49	Indicador “Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	85
Tabla 50	Indicador “Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales	85

Tabla 51 Indicador “Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	86
Tabla 52 Indicador “Pongo atención cuando un compañero expone en clase” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales ...	87
Tabla 53 Indicador “Pongo atención cuando un compañero expone en clase”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	87
Tabla 54 Indicador “Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta universidad” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos ^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales	88
Tabla 55 Indicador “Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales	88
Tabla 56 Excelencia en clases de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales.....	90
Tabla 57 Indicadores de Atención de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales	90
Tabla 58 Prueba de correlación de Spearman Engagement y Lealtad	91
Tabla 59 Prueba de correlación de Spearman: Lealtad y Dimensiones de Engagement Académico	91
Tabla 60 Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Engagement académico	92
Tabla 61 Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Dimensiones de Engagement académico.....	93
Tabla 62 Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Dimensiones de Engagement académico.....	93
Tabla 63 Prueba de correlación de Spearman: Dimensiones de Autoeficacia Académica y Dimensiones de Engagement académico	94

Tabla 64 Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Creencia de Autosuficiencia Académica	95
Tabla 65 Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Dimensiones de Creencia de Autoeficacia Académica	95
Tabla 66 Prueba de correlación de Spearman: Creencia de autoeficacia académica y Lealtad.....	96
Tabla 67 Prueba de correlación de Spearman: Lealtad y Dimensiones de Creencia de Autoeficacia Académica	96
Tabla 68 Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Lealtad .	97
Tabla 69 Lealtad: Estadísticos de prueba Willcoxon, Comparación por periodos ^a	97
Tabla 70 Lealtad: Medidas de resumen por periodo	98
Tabla 71 Engagement académico: Estadísticos de prueba Wilcoxon. Comparación por periodo ^a	98
Tabla 72 Engagement: Medidas de resumen por periodo ^a	99
Tabla 73 Compromiso afectivo: Estadísticos de prueba Wilcoxon, Comparación por periodos ^a	99
Tabla 74 Autoeficacia académica: Estadísticos de prueba Wilcoxon, Comparación por periodos ^a	100
Tabla 75 Autoeficacia académica: Medidas de resumen por periodo ^a	100

Índice de Figuras

Figura 1. PERU: Evolución de Número de Universidades	16
Figura 2. Distribución de entrevistados por Género.....	51
Figura 3. Distribución de entrevistados por Escuela académico profesional (EAP)	52
Figura 4. Distribución de entrevistados por Nivel de Engagement Académico ...	53
Figura 5. Distribución de entrevistados por Nivel de Vigor Académico	54
Figura 6. Distribución de entrevistados por Dedicación Académica.....	57
Figura 7. Distribución de entrevistados por Dimensión Atención Académica.....	61
Figura 8. Distribución de entrevistados por Nivel de Lealtad a la Universidad	64
Figura 9. Distribución de entrevistados por Nivel de Compromiso afectivo con la Universidad	68
Figura 10. Distribución de entrevistados por Nivel de Autoeficacia Académica ..	73
Figura 11. Distribución de entrevistados por Nivel de Comunicación de Autoeficacia Académica	75
Figura 12. Distribución de entrevistados por Nivel de Atención de Autoeficacia Académica	80
Figura 13. Distribución de entrevistados por Nivel de Excelencia de Autoeficacia Académica	89
Figura 14. Relación entre variables	101

Resumen

En esta investigación se analiza la relación del engagement (involucramiento) académico de estudiantes universitarios con la lealtad a la universidad. La investigación es no experimental. La muestra es no probabilística de 273 estudiantes matriculados del 2019-2 y 260 del 2021-1 de quinto a séptimo periodo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental. Se utilizó como cuestionario Encuesta de Bienestar en contexto académico (UWES-S) y el cuestionario de Lealtad, Compromiso afectivo que tienen una medición de Lickert (0 a 6). Los resultados evidencian que el involucramiento (engagement) académico está relacionado positiva y significativamente en la lealtad a la universidad. Por tanto, se concluye que el involucramiento (engagement) académico influye en la lealtad de los estudiantes a la universidad.

Palabras claves: Lealtad, Involucramiento académico, Compromiso afectivo, Creencia de autoeficacia académica

Abstrac

This research analyzes the influence of the academic engagement of university students on loyalty to the university. The research is non-experimental. The sample is non-probabilistic of 273 of 2019-2 260 os 2021-1 from fifth to seventh period of the Faculty of Business Sciences of the Continental University. The Well-Being Survey in Academic Context (UWES-S) and the Loyalty, Affective commitment questionnaire were used as a questionnaire, which have a Lickert measurement (0 to 6). The results show that academic engagement is positively and significantly related to loyalty to the university. Therefore, it is concluded that academic engagement influences students' loyalty to the university.

Keywords: Loyalty, Academic engagement, Affective commitment, Belief of academic self-efficacy

Introducción

La investigación se refiere a la lealtad de los estudiantes de la Universidad Continental, que se define como el comportamiento del cliente hacia la preferencia, intenciones de recomendación y recompra de servicios de la empresa. La investigación se enfoca en identificar las dimensiones que influyen sobre la lealtad de los estudiantes de la Universidad Continental.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar las dimensiones que se están relacionando en esta investigación: engagement académico que se entiende como el involucramiento con compromiso, esfuerzo y participación de calidad de los estudiantes universitarios en actividades de aprendizaje o su participación en actividades académicas (dentro o fuera del aula) para alcanzar resultados académicos positivos y que se mide mediante el vigor, dedicación y absorción académica. Compromiso afectivo entendido como los lazos emocionales de los estudiantes con los valores, logro de sus metas y orgullo que sienten hacia la universidad. Creencia de autoeficacia académica entendida como motivación y compromiso en su formación académica y que se evalúa mediante la comunicación, atención y excelencia.

El diseño de la investigación fue no experimental de tipo correlacional. La selección de la muestra fue no probabilística. Se aplicó cuestionarios estructurados a 273 estudiantes de 5to a 7mo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa.

Los objetivos de la investigación son:

Determinar de qué manera influye el engagement (involucramiento) académico en la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa hacia la Universidad Continental de Huancayo.

Determinar de qué manera influye el compromiso afectivo a la universidad en el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo.

Determinar de qué manera influyen las creencias de autoeficacia académica percibidas sobre el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo.

Determinar de qué manera influye el compromiso afectivo hacia la universidad en las creencias de autoeficacia académica percibida de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo.

El informe está distribuido en cinco capítulos de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se presenta el planteamiento y formulación del problema general y los problemas específicos. Además, los objetivos de la investigación, la justificación e importancia del estudio.

En el Capítulo II, se hace referencia el marco teórico, con el análisis de antecedentes internacionales, nacionales y regionales. Se presentan las bases teóricas de las variables de la investigación y por último las definiciones de los términos básicos que se utilizan en la investigación.

En el Capítulo III, se plantean las hipótesis (general y específicas) de investigación con la operacionalización de las variables investigadas.

En el Capítulo IV, se muestran la metodología aplicada para el desarrollo de la investigación, identificando el tipo de investigación, la población estudiada y la muestra seleccionada, los instrumentos de recolección de datos y las técnicas de análisis de datos.

En el Capítulo V, se analizan los resultados obtenidos y la contrastación de las hipótesis planteadas. Además de realizar la discusión de estos resultados con otras investigaciones.

La Autora

Capítulo I

Planteamiento del Estudio

1.1. Planteamiento y formulación del problema

1.1.1. Planteamiento del problema

Desde la promulgación del Decreto Legislativo 882 (1996), Ley de Promoción de la Inversión en la Educación Superior, se promueve la inversión privada en la educación con fines de lucro, hasta el 2014 la cantidad de universidades creció exponencialmente, se crearon 82 universidades de ellas 59 privadas y 23 públicas (ver Figura 1).

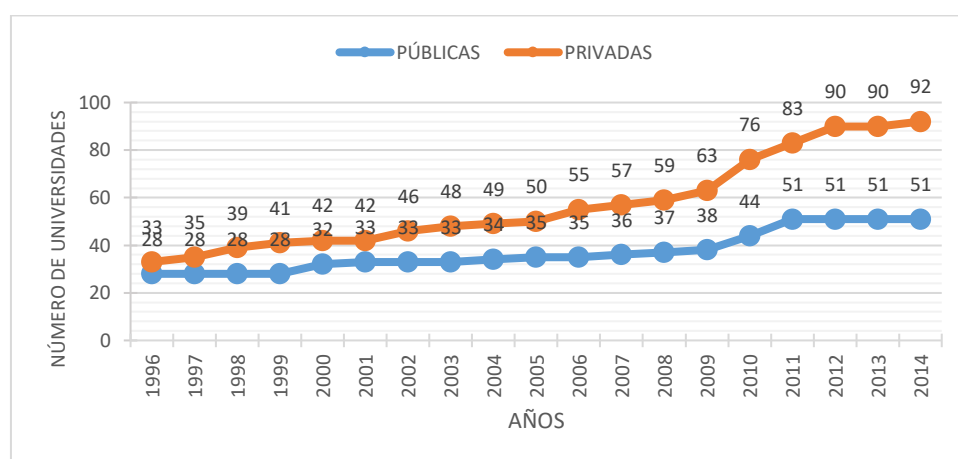


Figura 1. PERU: Evolución de Número de Universidades

Nota. La figura muestra la evolución de universidades creadas en el Perú, actualizado al 2 de setiembre del 2019.

Fuente: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU).

Lamentablemente existen universidades que han funcionado sin estándares mínimos de calidad y con costo de pensión menor a universidades que brinda servicios de calidad. En el 2014 se impulsó la reforma de la educación superior a través de la aprobación de la Ley Universitaria 30220 y la creación de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU) con la finalidad de

realizar la supervisión y licenciamiento del servicio educativo universitario en el país y así elevar su calidad. Hasta febrero del 2021 SUNEDU ha licenciado a 92 universidades, 46 privadas y 46 públicas y 49 universidades se les ha denegado el licenciamiento.

En este panorama, las universidades licenciadas, como menciona Silvia Espinal (2019) tendrán que someterse a reglas de mercado, pero ahora brindando servicios con mínimas condiciones de calidad. En opinión de Cavazos y Encinas (2016), uno de los cambios importante en el sector educativo ha sido el establecimiento de mercados y la competencia entre ellas, generando una nueva cultura de gestión de las instituciones educativas, y donde la lealtad del cliente, en este caso de los estudiantes universitarios adquiere mayor importancia en la gestión de las universidades. Además, para Casanoves (2017), los estudiantes universitarios leales recomiendan a su centro de estudios.

Por otro lado, las universidades licenciadas deberán competir para asegurar la captación y retención de sus estudiantes, procesos que han adquirido importancia (Bejou y Bejou, 2012) y llevarlas a establecer estrategias académicas, que logre que sus estudiantes se involucren con su aprendizaje (engagement) académico entendida como el involucramiento de los estudiantes en su desarrollo académico mediante compromiso activo, para aprender y lograr buen desempeño (Cavazos y Encinas 2016).

En este contexto, la investigación pretende medir el impacto del involucramiento (engagement) académico de los estudiantes de pregrado y su nivel de lealtad con la institución donde realiza sus estudios.

Por otro lado, para lograr el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes y por ende en la lealtad a la universidad, ellos

deberán sentir compromiso afectivo con la universidad, estableciendo vínculos emocionales, identificación e involucramiento con ellas; y creencia de autoeficacia académica.

Como menciona Anaya (2017), los estudiantes forman esta carga emocional con experiencias positivas o negativas que tiene en las aulas de clase, en las relaciones interpersonales con sus compañeros y con los docentes. Es importante para esta investigación medir estos lazos afectivos de los estudiantes a la universidad.

Una de las relaciones poco investigadas, pero que se pretende realizar aquí, es como el compromiso afectivo de los estudiantes con los centros de estudios afectan sobre la creencia de autoeficacia académica.

Para Medrano (2010) hace algunos años se ha comenzado a estudiar el papel que desempeñan las emociones sobre los procesos cognitivos, motivacionales y conductuales y principalmente la relación entre las emociones y los juicios de autoeficacia.

La investigación trata de establecer las relaciones entre las variables mencionadas.

1.1.2. Formulación del problema

A. Problema General

¿De qué manera el engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones se relaciona con la lealtad de los estudiantes, de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa, hacia la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?

B. Problemas Específicos

1. ¿De qué manera se relaciona el compromiso afectivo a la universidad con el engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones, de los estudiantes de quinto

a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?

2. ¿De qué manera se relacionan las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones con el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?
3. ¿De qué manera se relaciona el compromiso afectivo hacia la universidad con las creencias de autoeficacia académica percibida y sus dimensiones de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?
4. ¿De qué manera se relacionan las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?
5. ¿De qué manera se relaciona el compromiso afectivo hacia la universidad con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?
6. ¿Existe diferencias en los niveles de lealtad, engagement (involucramiento), compromiso afectivo y creencia de autoeficacia académica de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo entre los periodos 2019-2 y 2021-1?

1.2. Determinación de Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Determinar de qué manera se relaciona el engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa hacia la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Determinar de qué manera se relaciona el compromiso afectivo hacia la universidad con el engagement (involucramiento) académico, y en sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
2. Determinar de qué manera se relaciona las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones con el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
3. Determinar de qué manera se relaciona el compromiso afectivo hacia la universidad con las creencias de autoeficacia académica percibida, y sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
4. Determinar de qué manera influyen las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones en la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
5. Determinar de qué manera influye el compromiso afectivo hacia la universidad con la lealtad de los estudiantes de quinto a

séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.

6. Determinar el cambio en los niveles de lealtad, engagement (involucramiento), compromiso afectivo y creencia de autoeficacia académica de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo entre los periodos 2019-2 y 2021-10.

1.3. Justificación e importancia del estudio

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la investigación se justifica por los siguientes criterios:

1.3.1. Conveniencia

Se podrá identificar el engagement (involucramiento) de los estudiantes con su quehacer académico y la lealtad a la Universidad Continental, importante para generar estrategias académicas y de marketing.

1.3.2. Valor Teórico

En la región existen pocas investigaciones sobre el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de pregrado y de lealtad a la universidad donde cursan sus estudios.

1.3.3. Implicancias prácticas

Las autoridades académicas de la Universidad Continental podrán generar estrategias de retención con la identificación de las características académicas y lealtad de los estudiantes de pregrado.

La Gerencia de Marketing generará estrategias de captación de estudiantes en la universidad identificando la lealtad de los estudiantes.

1.3.4. Relevancia Social

La presente investigación permitirá que las universidades identifiquen en el sistema universitario de la región la implicancia de sus estudiantes en su quehacer académico y la lealtad a la universidad donde cursan sus estudios.

1.3.5. Utilidad Metodológica

La investigación aportará con nuevas formas de analizar a los estudiantes universitarios de pregrado en su quehacer académico y la lealtad a la universidad donde cursan sus estudios.

1.4. Limitaciones de la presente investigación

La investigación abarca a estudiantes de pregrado de la facultad de ciencias de la empresa de una universidad privada.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Horstmanshof & Zimitat (2007), examinaron las interrelaciones entre los elementos del engagement del estudiante y la relación con la perspectiva del tiempo en 347 estudiantes universitarios de los primeros años. Mediante la aplicación de un instrumento estructurado se ha demostrado interrelaciones entre los aspectos psicológicos y conductuales del engagement, revelando relaciones que se refuerzan mutuamente entre la orientación académica, la aplicación académica y los enfoques de aprendizaje, demostrando que en una perspectiva de tiempo futuro es un predictor clave de las facetas importantes del engagement. Las implicaciones tanto para el desarrollo estudiantil como para el plan de estudios incluyen un mayor énfasis en la sensibilización temprana de la aspiración y la orientación futura. Estos hallazgos resaltan la importancia de nuevas e innovadoras formas de trabajo (como los programas de tutoría por niveles) con diversas poblaciones estudiantiles para mejorar su experiencia universitaria y potencialmente mejorar la retención.

Brown & Mazzarol (2009), investigaron sobre la importancia de la imagen institucional en el nivel de satisfacción y lealtad de estudiantes de educación superior, el estudio emplea una metodología de ecuación estructural de mínimos cuadrados parciales (PLS) para probar un modelo de satisfacción del cliente de los impulsores de satisfacción y lealtad de estudiantes de educación superior. Basándose en una muestra moderadamente grande de estudiantes matriculados en cuatro “tipos” de universidades australianas, los hallazgos sugieren que la lealtad del estudiante se predice por la

satisfacción del estudiante y que a su vez se predice por la imagen percibida de la universidad que proviene. Si bien la calidad percibida tiene un impacto en el valor percibido, se encontró que era débil e indeterminado. De mayor importancia fue el impacto de la imagen institucional de la universidad, que predijo fuertemente el valor percibido y en menor medida la satisfacción de los estudiantes. Los resultados tienen implicaciones para las universidades más nuevas y menos prestigiosas que buscan competir en un entorno más desregulado e impulsado por el mercado.

Guerreiro & Jorge (2011) compararon la autoeficacia en la formación superior en el primer año (primero y segundo periodo). La investigación es de diseño no experimental con muestra pareadas de cohorte transversal. Se seleccionó una muestra de 189 ingresantes en Letras, Matemáticas, Administración y Tecnología de la Información de una institución de enseñanza superior privada donde 85 son varones y 104 mujeres. Se encontró diferencia negativa significativa entre los períodos. Los autores mencionan que la disminución en el segundo periodo puede deberse a la adaptación en el contexto ambiental, así como a sus capacidades.

Ornelas et al (2012) analizaron la autoeficacia académica en estudiantes ingresantes de la Universidad Autónoma de Chihuahua de Educación física con estudiantes que eligen otra carrera. La investigación fue de tipo descriptivo y de cohorte transversal. La muestra elegida fue estratificada por género; 902 mujeres y 1187 hombres. Los resultados mostraron que no existe diferencia significativa en la autoeficacia académica entre los ingresantes de Educación física y de otras carreras.

Cavazos & Encinas (2016), investigaron la influencia del engagement académico en la lealtad de estudiantes de posgrado de programas de ingeniería, negocios y ciencias sociales de una universidad de

México, analizado mediante ecuaciones estructurales, incluyeron las dimensiones de autoeficacia académica, compromiso afectivo con la universidad y el impacto del engagement académico sobre la lealtad a la institución. La investigación fue de diseño no experimental, tipo explicativa y transversal. Se aplicó 484 encuestas a estudiantes.

Los resultados indicaron que la lealtad de los estudiantes aumenta, cuando los estudiantes se involucran más en su proceso académico. Además, la percepción que tienen los estudiantes de su autoeficacia académica y el compromiso afectivo con la universidad influyen en la lealtad con ésta, a través del engagement académico.

En España, Pérez et al (2018) realizaron una investigación para analizar la relación entre la autoeficacia y engagement como predictores de la autoestima en estudiantes de Ciencias de la Salud. Se aplicó 3 cuestionarios a una muestra de 188 estudiantes a fin de medir su autoestima (Escala de Autoestima de Rosenberg), su autoeficacia (Escala de Autoeficacia General) y engagement académico (Escala de Bienestar en el Contexto Académico - UWES-S). Los resultados indican que existe correlación positiva entre autoestima y autoeficacia con los tres factores de engagement (autoeficacia, vigor y dedicación). Además, los predictores de alta de autoestima fueron alta puntuación en eficacia y baja en absorción.

2.1.2. Antecedentes nacionales

González (2017) en su investigación, engagement en el estudio, inteligencia emocional y rendimiento académico, realizada a estudiantes de la Carrera Profesional de Ingeniería Forestal de la UNSAAC, analizó una muestra no probabilística intencional de 91 estudiantes. Con los resultados se contrastó que engagement y sus dimensiones con rendimiento académico están relacionados positiva y significativamente.

Orezzoli Hoyle (2017) investigó el engagement académico en estudiantes de clases espejo en una universidad privada del Perú, durante el año 2016, en 230 estudiantes en dos periodos académicos 2016-I y 2016-II. Los resultados de la investigación presentan que los estudiantes alcanzan niveles altos (con valor mínimo) de involucramiento académico, así como en sus tres dimensiones, vigor, dedicación y absorción. Además, identificó actividades que deben mejorarse como aumento de banda ancha exclusiva para las videoconferencias metodologías de comunicación, entre otras.

Torres (2019) realizó una investigación de tipo descriptivo - comparativo con la finalidad de determinar las diferencias en Engagement Académico entre estudiantes varones y mujeres que trabajan. Analizó 120 estudiantes de la Facultad de Ciencias empresariales e ingeniería de una universidad de Lima. Utilizó el UWES-S (Utrecht Work Engagement Scale for Students) de 15 ítems. Como resultado de la investigación se encontró diferencias significativas en las tres dimensiones: vigor, dedicación y absorción donde los varones obtienen mayor puntuación que las mujeres.

Moreno (2019) en la investigación, Propiedades psicométricas de la Escala de Utrecht de Engagement Académico, planteó como objetivo determinar las propiedades psicométricas de la Escala de Utrecht de Engagement Académico en estudiantes de una universidad privada de Trujillo. Aplicó muestreo por conglomerados y estratificado por escuela profesionales de 1° al 12° ciclo para la selección de 722 estudiantes. Los resultados mostraron que la Escala de Utrecht tiene la validez y confiabilidad puede ser utilizada para la medición del Engagement Académico.

Tejeda y Salazar (2019) investigaron la correlación entre los niveles de satisfacción de los estudiantes de la Universidad Privada Leonardo Da Vinci de Trujillo y su lealtad a ella. Se aplicó el cuestionario a 305

estudiantes de las diferentes carreras. Concluyeron que la satisfacción de los estudiantes, medida con SERVQUAL, es de nivel medio y la lealtad, medida con el nivel de recomendación NPS, es aceptable. Además, la satisfacción de los estudiantes muestra relación moderada con la lealtad a la universidad.

Jimenez (2019) comparó la percepción de calidad de sus servicios entre dos universidades (pública y privada) de Piura y su relación con la satisfacción y lealtad de sus estudiantes. La investigación fue de tipo cuantitativa y de diseño no experimental y transversal. Entre las principales conclusiones, menciona que la satisfacción del servicio es un buen predictor de la lealtad de los estudiantes. Además, la satisfacción y lealtad en la universidad pública es mayor, en tanto los estudiantes de las universidades privadas muestran mayor nivel en la calidad.

Bravo (2020) en la investigación que realizó para establecer las determinantes de la lealtad en una universidad privada, aplicó un diseño no experimental de tipo explicativa. Seleccionó una muestra aleatoria simple de 709 estudiantes. Determinó que el 94% de la lealtad a la universidad está explicada por la satisfacción del estudiante, imagen de la universidad y la tasa universitaria. Además, que una buena imagen de la universidad construida a partir de brindar un buen servicio fortalece y crece la lealtad en corto y mediano plazo.

2.1.3. Antecedentes regionales

Carhuancho (2014) investigó, a estudiantes de primero a quinto de secundaria de la Institución Educativa Bertold Bretsch de la filial Huancayo, la correlación entre la calidad de servicio y la lealtad del cliente. Seleccionó 101 estudiantes aplicando muestreo no probabilístico intencional. Con los resultados concluyó la correlación significativa (media) y positiva entre calidad de servicio, con la evaluación de los elementos tangibles, confiabilidad de los servicios,

capacidad de respuesta del personal, seguridad, empatía y la lealtad del cliente medida mediante la intención de comportamiento y comportamiento efectivo.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Engagement académico

A. Definiciones

Schaufeli y Enzmann (1998) mencionaron que el engagement es un constructo contrario al burnout definido como el estado mental negativo en el trabajo. Luego Schaufelli et. al. (2002) consideraron el engagement como el estado de vinculación positiva con el trabajo, con tres dimensiones: vigor, dedicación y absorción.

Sin embargo, el engagement aplicado al mundo académico, consiste en el estado mental positivo que le ponen a los estudios y trabajos académicos (Schaufeli et al., 2000), la cual se ve reflejada en las dimensiones: vigor, para la predisposición y la persistencia para la realización de sus labores académicas aún se presenten dificultades; Dedicación que se expresa con el entusiasmo, orgullo e involucramiento en los estudios, y finalmente absorción o compromiso para la realización de sus tareas académicas (Gonzales, 2017).

El concepto “*engagement*” o compromiso académico, para Cavazos y Encinas (2016), desde una mirada positiva se refiere a la sensación de bienestar, calidad del esfuerzo que ponen los estudiantes en su quehacer académico, a fin de alcanzar resultados académicos positivos. A nivel individual, el engagement puede verse como un placer de la participación de los estudiantes en los estudios universitarios, es así que un estudiante comprometido con sus estudios muestra iniciativa, es

proactivo y con motivación intrínseca para su aprendizaje (Mostert et al., 2007).

El compromiso del estudiante en la escuela, a menudo llamada "academic engagement", hoy en día a menudo se conceptualiza de una manera que captura la calidad de la participación del estudiante en actividades de aprendizaje o su participación en actividades académicas (en el aula) y su compromiso con las oportunidades de aprendizaje. Para muchos investigadores de motivación, el compromiso conceptualizado de esta manera se ve como la manifestación externa de la motivación de un estudiante (Skinner, Kindermann, & Furrer, 2009).

Brooks y Godstein (2012) mencionan que los estudiantes con niveles altos de engagement, se plantean objetivos, definen retos y metas durante su proceso de aprendizaje para la gestión de sus estudios y que las desarrollan en el tiempo.

Y en la actualidad, esto se presenta a nivel local, nacional y global. Hoy y en el futuro, las universidades deben aprovechar su relación con la comunidad, para hacer que el engagement sea la base central de la institución. De esta manera, la educación superior puede continuar contribuyendo plenamente al avance educativo.

B. Dimensiones del Engagement

En base a la literatura encontrada, existen dos vertientes de las dimensiones del engagement. Pirot & De Ketele (2000), Brault-Labbé & Dubé (2009), Trowler (2010) afirman que el engagement académico involucra una serie de elementos que van más allá de solo aspectos motivacionales y estímulos que las instituciones educativas brindan a sus estudiantes. Los teóricos concuerdan que, el engagement académico implica por

lo menos tres dimensiones fundamentales: afectiva, cognitiva y conductual.

La dimensión afectiva se relaciona con la motivación, el deseo de aprender, los deseos personales que tienen los estudiantes, así como la identificación y conexión afectiva de las asignaturas con el objeto de estudio y/o con la institución educativa. Esta dimensión involucra, por lo tanto, los aspectos subjetivos de los estudiantes, que son los desencadenantes de cualquier acción, especialmente con respecto a las acciones y los procesos educativos. La dimensión cognitiva, a su vez, se refiere a la movilización intelectual o al trabajo intelectual puesto en práctica por los estudiantes durante los procesos de enseñanza y aprendizaje. Por lo tanto, además del componente afectivo que desencadena la acción de los sujetos, el compromiso académico también abarca la dimensión cognitiva, ya que "el aprendizaje requiere actividad intelectual", la movilización de estructuras cognitivas y creativas (Charlot, 2009).

Para Medrano, Moretti, & Ortiz (2015) el engagement conductual considera que los estudiantes deben tener participación activa, mediante el esfuerzo y persistencia que invierte durante su proceso de aprendizaje. En esta dimensión se evalúan comportamientos en los estudiantes, a pesar del cansancio que sienten, como no darse por vencido, continuar intentando y mantener la atención. Horstmanshof y Zimitat (2007), demostraron interrelaciones entre aspectos psicológicos con el engagement, revelando relaciones que se refuerzan mutuamente entre la orientación académica, la aplicación académica y los enfoques de aprendizaje. Además, si las universidades ponen mayor énfasis en la orientación y sensibilización de los estudiantes sobre sus aspiraciones futuras va a influir en el desarrollo de ellas como en sus planes de

estudio, por lo que deben crear formas innovadoras de trabajar con los estudiantes para mejorar su experiencia universitaria y la retención.

Sin embargo, es necesario mencionar que para que los estudiantes participen efectivamente, estas tres dimensiones deben actuar en concordancia y movilizarse en los sujetos con el mismo grado de intensidad y relevancia, porque la dimensión afectiva a pesar de ser la fuerza impulsora de la acción no permite el engagement académico sin la dimensión cognitiva (trabajo intelectual) y la dimensión conductual (actitudes). En este sentido, un estudiante motivado no siempre significa un estudiante comprometido, y peor aún si al mismo tiempo no existe un trabajo intelectual traducido en acciones concretas.

Schaufeli et al. (2002) desarrollaron inicialmente un cuestionario denominado Utrecht Work Engagement Scale (UWES), para evaluar el engagement en el campo laboral. Schaufeli & Bakker (2003) adaptaron una versión para estudiantes (UWVES-S) que permite medir los niveles de engagement en los estudiantes. El instrumento cuenta con 17 afirmaciones, las cuales evalúan las dimensiones del engagement y se engloban en tres, asimismo, cada afirmación es evaluada de acuerdo a una escala de Likert conformada por 7 posiciones (0 = nunca hasta 6 = siempre).

1. Vigor; evalúa 6 afirmaciones, por ejemplo, “continúo haciendo mis tareas como estudiante, aunque esté muy cansado”
2. Dedicación; conformado por 5 afirmaciones, por ejemplo, “Mis estudios me inspiran cosas nuevas”
3. Absorción; registra 6 afirmaciones, por ejemplo, “El tiempo pasa volando cuando realizo mis tareas como estudiante”.

2.2.2. Lealtad de marca

A. Definiciones

En general, la lealtad a la marca se relaciona con el comportamiento del cliente hacia su reiteración de compra, dicho de otra manera, esta lealtad se traduce en pagar más por lo mismo, menores costes de servicio y el incremento de nuevos clientes a través de la atracción (Aaker, 2012). De esta manera, la construcción de lealtad se conceptualizó como un factor unidimensional que abarca varias facetas de la construcción de lealtad, incluidas las intenciones de referencia y recompra (Hennig-Thurau et al. 2001).

Lovelock y Wirtz (2007, pág. 629) lo definieron como "el compromiso del cliente de seguir patrocinando a una empresa específica durante un período prolongado de tiempo".

Identificar a los estudiantes como los clientes puede verse desde tres perspectivas: son los pilares tanto para el marketing y la calidad universitaria; son los consumidores directos del servicio educativo y los servicios y procesos de las universidades se adaptan a sus necesidades para su satisfacción como indicador de la calidad (Sánchez 2018).

Para medir la lealtad en la educación universitaria (Brown & Mazzarol, 2009) crearon una escala que incluía medidas de la disposición del estudiante a recomendar el curso o institución a otros, mantener contacto con la facultad, seleccionar la institución nuevamente para futuros estudios o unirse.

Contextualmente, la lealtad de un exalumno puede ser más importante que la de un alumno actual y puede aplicarse a cualquier universidad, curso particular o cualquier otro componente de la universidad porque la lealtad del estudiante no es corta, es a largo plazo (Helgesen & Nettet, 2011). Los

estudiantes leales muestran participación activa y comportamientos positivos que también influyen en la calidad general de la enseñanza (Rodie & Kleine, 2000).

Es muy posible que los estudiantes leales se conviertan en buenos defensores, recomendando la institución a otros. Al evaluar cómo influye la calidad del servicio que brindan las instituciones de educación superior en la satisfacción del estudiante, la imagen institucional y la lealtad del estudiante (Helgesen & Nettet, 2011).

B. Dimensiones de la lealtad

En el ámbito educativo, la lealtad del estudiante se constituye de componentes de actitud y comportamiento (Hennig-Thurau et al. 2001). El componente actitudinal se puede describir como tripartito, que consiste en elementos cognitivos, afectivos y conativos, mientras que el componente conductual se puede percibir como relacionado con las decisiones que los estudiantes toman con respecto a sus opciones de movilidad (Helgesen & Nettet, 2011).

Siguiendo la literatura del marketing, la lealtad se divide en tres dimensiones.

a) **La Lealtad como comportamiento**

Baptista y León (2013) explican la lealtad como el comportamiento de los consumidores al repetir la compra de un producto, marca o proveedor cuando esta satisface sus expectativas y así aumenta la probabilidad de adquirirla nuevamente y no cambiar de marca.

Huamán y Soto (2019) refuerzan este concepto, afirmando que la lealtad comportamental se manifiesta con la

satisfacción del cliente, que elige un producto en lugar de otro y decide la repetición de compra.

Chang & Tu (2005) indican que los consumidores sienten lealtad por una gama de marcas que eligen comúnmente según los niveles de aceptación determinados. Esto implica que el consumidor elige la marca que más se adapte a sus necesidades dentro del grupo de marcas conocidas.

b) La Lealtad como actitud

En esta dimensión, la lealtad del cliente se basa en su experiencia y necesidad por un producto, marca u organización y considera que es superior a otras y la recomienda a amigos u otras personas (Odin et al., 2001). Es el compromiso psicológico de éste, hacia la marca (Huamán y Soto, 2019), donde se involucra sus sentimientos, según Ottar (2007), citado por Roldan (2010)

Delgado (2004); Vázquez & Álvarez (2007) señalan que para tener una explicación teórica y deductiva de esta dimensión, se debe enfatizar en comprender los antecedentes del comportamiento de los consumidores analizando las estructuras mentales, emocionales y de conocimiento, como la predisposición a la acción.

Por consiguiente, la dimensión actitudinal, constituye el corazón de la lealtad dado que es el grado de compromiso y arraigo por la marca (Delgado, 2004).

c) La Lealtad cognitiva

Para Huamán y Soto (2019) la lealtad cognitiva se enfoca en la atención que pone un consumidor a los procesos para decidir la compra de una marca sobre otra.

Oliver (1999) citado por McCain, Jang y Su (2005) establecen que esta dimensión es fundamental para la formación de la lealtad del cliente. Además, es la primera fase de la lealtad, en la cual los consumidores reconocen que una marca o servicio es mejor a otras basándose en la calidad y así generar su preferencia (Oliver 1999, citado por Gómez et al 2013)

También, si una marca es conocida por ofrecer los mejores precios al consumidor, desarrolla así una lealtad cognitiva hacia la marca basada más en los costos y beneficios que recibe, que con la marca en sí misma. Si la compra es frecuente, se crea una lealtad inercial (compra por rutina, pereza o comodidad). Sin embargo, cuando el consumidor acumule mayores experiencias de compra y estas sean satisfactorias, se irá fortaleciendo su confianza y compromiso afectivo hasta alcanzar una lealtad verdadera (Bustos & Gonzales, 2006).

2.2.3. Creencia de autoeficacia

La autoeficacia, para Blanco et al (2011) citado por Borzone M. (2016), la define como la percepción que las personas sienten sobre su propia eficacia e influye en la generación de estrategias y la motivación que tienen para lograr los objetivos que se trazan. Además, es un factor importante para que tomen decisiones a lo largo de su vida.

Para la construcción de autoeficacia se requiere la comprensión de los diversos dominios incluidos en las acciones humanas, por una

parte, una persona puede tener una fuerte creencia en la autoeficacia académica, es decir, que es capaz de organizar y ejecutar cursos necesarios para lograr determinados intelectos, pero a la vez tiene una creencia débil en la autoeficacia social, incapaz de relacionarse socialmente con sus pares.

Bajo esta perspectiva la autoeficacia académica es la percepción que tienen los estudiantes sobre su comportamiento y las capacidades para realizar sus actividades académicas.

destaca la importancia de los maestros para la creencia de la autoeficacia en la educación superior, porque esta creencia se desarrolla a través de la influencia de los mensajes recibidos o no, que provienen de los maestros.

Por una parte, Stallworth-Clark, et al (2000) identificaron que la creencia de la autoeficacia en la educación superior y el rendimiento obtenido en una asignatura se correlaciona significativamente.

Sin embargo, la investigación de (Albeiro-Walton, 2003) ha demostrado que estudiantes con buen rendimiento y nivel de aprendizaje obtienen también niveles más altos de autoeficacia en educación superior, persistencia, motivación e integración.

Blanco et al. (2011) considera que la autoeficacia académica está formada por 3 factores: atención, comunicación y excelencia.

Dimensiones de Autoeficacia académica

1. Comunicación: es la primera dimensión, para Blanco et al. (2013) los estudiantes muestran eficacia académica cuando expresan sus ideas y establecen diálogo con los demás (compañeros o docentes).

Además, es un proceso de intercambio información haciendo uso de habilidades y capacidades, del proceso de enseñanza – aprendizaje, cognitivas, metacognitivas, psicolingüísticas,

socioculturales y psicopedagógicas (Galindo, 2005; Valdivieso, Carbonero, & Martín 2013, citado por Bozorne, 2017)

2. Atención: Se define como un proceso cognitivo del estudiante, donde captan activamente (decir, observar y escuchar) lo que sucede en sus actividades académicas o cuando otros (docente y estudiantes) exponen sus ideas (Borzzone, 2017)
3. Excelencia: este factor identifica la adaptación de los estudiantes a las normas que rigen el ámbito académico, haciendo uso de estrategias de planificación y capacidades cognitivas a fin de alcanzar las metas académicas trazadas (Herrera, 2013).

2.2.4. Compromiso afectivo

El compromiso afectivo de un empleado o cliente con una organización está representado por la identificación, participación y los lazos emocionales generados con ella (Allen & Meyer, 1990, 1991, Carmeli & Freund, 2009).

El compromiso afectivo implica un fuerte sentido de identificación, lealtad, afiliación y obligación. Gustafsson, Johnson, & Roos (2005), describen el compromiso afectivo como más emocional, que el compromiso calculador, que es más racional.

Como tal, el compromiso afectivo también constituye una influencia motivacional que favorece la asimilación de niveles leves de mal comportamiento del proveedor. Es probable que los compradores comprometidos afectivos interpreten comportamientos ambiguos del proveedor de una manera consistente con el tono afectivo positivo de la relación, lo que lleva a efectos de asimilación (amortiguación) cuando el mal comportamiento del proveedor es leve (Finkel et al. 2002).

El compromiso afectivo también puede contribuir a una latitud relativamente amplia de falta de compromiso porque los compradores comprometidos afectivamente pueden estar inclinados a dar a los proveedores el beneficio de la duda cuando sospechan (pero no han confirmado) mal comportamiento. Esto es especialmente probable cuando el mal comportamiento del proveedor no se percibe como dirigido directamente al comprador (Ganesan, Brown, Mariadoss, & Ho, 2010). Es probable que los compradores comprometidos afectivos perciban el oportunismo como una traición a la confianza personal que han invertido en la relación, lo que lleva a reacciones negativas (Finkel et al. 2002; Morrison & Robinson, 1997).

Más recientemente, Meyer & Herscovitch (2001) argumentaron que la mentalidad del deseo (compromiso afectivo) se desarrolla cuando un individuo se involucra, reconoce la relevancia de valor y / o deriva su identidad, asociación con una entidad o búsqueda de un curso de acción. De esta manera, a mayor compromiso afectivo de los clientes con la organización genera participación más activa en la co-creación de comportamientos de valor por servicio, incluso en los ofrecidos por las instituciones de educación superior (Lengnick-Hall, Claycomb, & Inks, 2000); (Yi & Gong, 2013). O también este compromiso afectivo está dado por el deseo de seguir un curso de acción (Herrbach, 2006).

En el caso del compromiso afectivo, ciertas características del ambiente de trabajo conducen a un afecto positivo a través de la activación constante del sistema apetito de la persona, pero también, paralelamente a esto, generan un compromiso afectivo porque contribuyen a la mentalidad de deseo que caracteriza esta forma de compromiso (Herrbach, 2006).

En resumen, los fundamentos afectivos de la identificación pueden ser más complejos que los del compromiso, en el sentido de que podrían involucrar dimensiones desfavorables además de las

positivas. De hecho, el trabajo reciente de categorización social habla del impacto de la identidad social en el estrés. (Haslam, Jetten, O'Brien, & Jacobs, 2004); (Scheepers & Ellemers, 2005).

2.3. Definiciones de términos básicos

- **Lealtad:**
Comportamiento del estudiante hacia la preferencia, intenciones de recomendación y recompra (seleccionar para nuevos estudios) de los servicios de la universidad.
- **Involucramiento (engagement) académico:**
Es el compromiso, esfuerzo y participación de calidad de los estudiantes universitarios en actividades académicas y de aprendizaje (dentro o fuera del aula) para alcanzar resultados académicos positivos.
Dimensiones del involucramiento (engagement) académico:
 - **Vigor académico:** Altos niveles de energía y resiliencia mental para la realización de labores como estudiante.
 - **Dedicación académica:** Alta implicación en sus carrera y tareas académicas.
 - **Atención o Absorción Académica:** Alto estado de concentración e inmersión en los estudios.
- **Compromiso Afectivo:** Altos lazos emocionales de los estudiantes con los valores, logro de sus metas y orgullo que sienten hacia la universidad.
- **Creencia de Autoeficacia Académica:** Alta motivación y compromiso en su formación académica.
Dimensiones de Autoeficacia Académica:
 - **Comunicación:** Convicción para comunicar sus ideas con claridad y seguridad dentro del aula de clases de la universidad
 - **Atención:** Comportamiento del estudiante ante la opinión de sus docentes y compañeros durante sus clases en la Universidad.

- **Excelencia:** Alto nivel de motivación intrínseca y responsabilidad para realizar eficazmente sus tareas de aprendizaje.

Capítulo III

Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis

En la investigación se contrastaron las siguientes hipótesis:

3.1.1. Hipótesis General

El engagement (involucramiento) académico de los estudiantes y sus dimensiones se relacionan significativamente con la lealtad a la universidad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.

3.1.2. Hipótesis Específicas

1. El compromiso afectivo a la universidad se relaciona significativamente con el engagement (involucramiento) académico, y en sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
2. Las creencias de autoeficacia académica percibidas se relacionan significativamente con el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
3. El compromiso afectivo hacia la universidad se relaciona significativamente con las creencias de autoeficacia académica percibida, y sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
4. Las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones se relacionan significativamente con la lealtad de

los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.

5. El compromiso afectivo hacia la universidad se relaciona significativamente con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
6. No existe diferencia significativa en los niveles de lealtad, engagement (involucramiento), compromiso afectivo y creencia de autoeficacia académica de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo entre los periodos 2019-2 y 2021-10.

3.2. Operacionalización de variables

Las variables, dimensiones e indicadores de la hipótesis general son:

Variable	Dimensiones	Indicadores
VARIABLE X: INVOLUCRAMIENTO (ENGAGEMENT) ACADÉMICO	Vigor	<p>Cuando me levanto por la mañana, tengo ganas de ir a clase o estudiar</p> <p>Mis tareas como estudiante me hacen sentir lleno de energía</p> <p>En mis tareas como estudiante no paro incluso si no me encuentro bien</p> <p>Puedo seguir estudiando durante largos periodos de tiempo</p> <p>Soy muy "resilente" para afrontar mis tareas como estudiante</p> <p>Me siento fuerte y con mucha energía cuando estoy estudiando o voy a las clases</p>
	Dedicación	<p>Mi carrera es retadora para mí</p> <p>Mis estudios en esta universidad me inspiran</p> <p>Estoy entusiasmado con mi carrera</p> <p>Estoy orgulloso de hacer esta carrera</p> <p>Creo que mi carrera tiene significado y propósito</p>
	Atención o Absorción	<p>Olvido todo lo que pasa alrededor de mí cuando estoy abstraído con mis estudios</p> <p>El tiempo "pasa volando" cuando realizo mis tareas como estudiante</p> <p>Me "dejo llevar" cuando realizo mis tareas como estudiante</p> <p>Es difícil para mí separarme de mis estudios</p> <p>Estoy inmerso en mis estudios</p> <p>Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios</p>
VARIABLE Y: LEALTAD		<p>Digo cosas positivas sobre esta universidad a otras personas</p> <p>Recomiendo esta universidad a quien me pide consejo</p> <p>Motivo a amigos y familiares a estudiar en esta universidad</p> <p>Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios</p> <p>Consideraría volver a estudiar en esta universidad en los próximos años</p>

Las variables, dimensiones e indicadores de las hipótesis específicas son:

Variable	Dimensión	Indicadores
Variable: Compromiso Afectivo		<p>Creo que mis valores personales y los valores de esta universidad son muy semejantes</p> <p>Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas</p> <p>Me siento orgulloso de ser parte de esta universidad</p> <p>Esta universidad me inspira para que dé lo mejor de mí en mis estudios</p> <p>Realmente me preocupa el éxito de esta universidad</p> <p>Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles</p>
Variable: Creencia de autoeficacia académica	Comunicación	<p>Expreso mis ideas con claridad en las clases que curso en esta universidad</p> <p>Hago comentarios y aportaciones pertinentes en las clases que curso en esta universidad</p> <p>En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad</p> <p>Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad</p> <p>Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad</p>
	Atención	<p>Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta universidad</p> <p>Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase</p> <p>Pongo atención cuando un compañero expone en clase</p> <p>Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta universidad</p>
	Excelencia	<p>Cumplo con las tareas que me asignan en las clases que curso en esta universidad</p> <p>Me preparo para mis exámenes apoyándome en los apuntes de clase, el texto del curso y lecturas adicionales</p> <p>Entrego puntualmente los trabajos que me encargan en las clases que curso en esta universidad</p> <p>Soy cumplido en cuanto a mi asistencia en las clases que curso en esta universidad</p>

Capítulo IV

Metodología

4.1. Método, Tipo o alcance de investigación

4.1.1. Método

La presente investigación se enmarca en el método científico debido a que se rige a un conjunto de procedimientos para el estudio y solución de un problema.

4.1.2. Tipo o alcance

La investigación es aplicada debido a que se estudia sobre una realidad circunstancial y busca conocer para hacer y para actuar.

Según su alcance es correlacional, como menciona Hernandez et al (2014) este tipo de investigación busca establecer las causas de los sucesos que se investigan.

4.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental, no se manipularon las variables independientes; y sin intervención del investigador se observaron los sucesos, fenómenos o contextos como ocurrieron. Además, se evaluaron las relaciones entre las variables en su contexto natural. Los datos son de cohorte longitudinal debido que los datos se recolectaron en dos momentos (Hernandez et. al. 2014).

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

La población en estudio está conformada por dos grupos independientes de estudiantes de 5to a 7mo periodo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental matriculados en el semestre del 2019-2 y 2021-1:

- 1022 estudiantes matriculados en el periodo 2019-2

- 857 estudiantes matriculados en el periodo 2021-1

Se seleccionó estudiantes de 5to al 7mo periodo, dado que son estudiantes que tienen mayor experiencia en proceso académico de la universidad.

Tabla 1

Estudiantes matriculados de Facultad de CCEE por Escuela profesional 2019-2 y 2021-1

Escuela Profesional	2019-2	2021-1
Administración y Finanzas	151	118
Administración y Marketing	180	157
Administración y Negocios Internacionales	296	244
Administración y Recursos Humanos	87	75
Contabilidad	172	147
Economía	136	116
Total general	1022	857

Nota: La tabla muestra la distribución de los estudiantes matriculados en las 6 escuelas profesionales de la Facultad de los periodos 2019-2 y 2021-1.

Fuente: Oficina de Registros académicos

4.3.2. Muestra

La muestra es no probabilística, constituida por 273 estudiantes del 2019-2 utilizando (5% de error y 95% de confianza y 59% de probabilidad de éxito) de quinto a séptimo periodo de la Facultad de Ciencias de la Empresa.

La muestra fue de 273 estudiantes de 2019-2 y 260 estudiantes de 2020-1 de la Facultad de Ciencias de la Empresa, calculada con 4% de margen de error, 95% de confianza y criterio de máxima varianza (50% de probabilidad de éxito). La selección de los elementos muestrales fue no probabilística por cuotas, se utilizó la técnica de entrevista por correo. Se indicó el objetivo de la investigación y se solicitó inicialmente la aceptación para completar el cuestionario.

Cálculo del tamaño de muestra:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \hat{p}(1-\hat{p})N}{Z_{\alpha/2}^2 \hat{p}(1-\hat{p}) + E^2(N-1)}$$

Para ambos cálculos de tamaños de muestra se utilizó

Nivel de confianza $(1-\alpha) = 0.95$, valor $z = 1,96$

Error $(E) = 0,05$

Probabilidad de éxito $(p) = 0.59$, proporción obtenida de la muestra piloto

Muestra 2019-2

$$n = \frac{1,96^2 * 0,59 * (1 - 0.59) * 1022}{1.96^2 * 0.59 * (1 - 0.59) + 0.05^2 * 1022} = 273$$

Muestra 2021-1

$$n = \frac{1,96^2 * 0,59 * (1 - 0.59) * 857}{1.96^2 * 0.50 * (1 - 0.59) + 0.05^2 * 857} = 260$$

Tabla 2

Distribución de tamaño de muestra por Escuela profesional y periodos

Escuela Profesional	2019-2	2021-1
Administración y Finanzas	39	37
Administración y Marketing	47	45
Administración y Negocios Internacionales	77	75
Administración y Recursos Humanos	30	30
Contabilidad	44	42
Economía	36	31
Total general	273	260

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó el método de encuesta debido a que la recolección de datos se obtendrá revelando una muestra de elementos de la población definida.

Se aplicó el cuestionario de Engagement académico “Encuesta de Bienestar en el Contexto Académico (UWES-S) de Schaufeli & Bakker (2003), que tiene una medición de Lickert (0 a 6). Ver Anexo 1.

El cuestionario evalúa tres componentes constitutivos del engagement: vigor, dedicación y absorción con 17 indicadores en escala de Lickert de 0 (Nunca o ninguna vez), 1 (Casi nunca o Pocas veces al año), 2 (Algunas veces o Una vez al mes o menos), 3 (Regularmente o Pocas veces al mes), 4 (Bastantes veces o Una vez por semana), 5 (Casi siempre o Pocas veces por semana) a 6 (siempre o Todos los días).

La consistencia interna (α de Cronbach) de la escala total del UWES es de 0,93 y por cada una de sus dimensiones son bastante altas (muestra de 12 161 personas de nueve países).

Tabla 3

Consistencia Interna Alfa de Cronbach por Dimensión y Total de UWES

UWES 17	Total	Md	Intervalo
Vigor	0,82	0,82	0,66 . 0,87
Dedicación	0,89	0,89	0,83 – 0,92
Absorción	0,83	0,83	0,79 – 0,88
Puntaje Total	0,93	0,93	0,88 – 0,95

Fuente: UWES manual - Español

Se aplicó una prueba piloto a estudiantes de la Universidad Continental y se obtuvieron los siguientes valores de consistencia interna (α de Cronbach) y se encontró que la consistencia interna es buena.

Tabla 4

Consistencia Interna Alfa de Cronbach por Dimensión y Total Prueba piloto

UWES

UWES 17	Total
Vigor	0,797
Dedicación	0,847
Absorción	0,758
Engagement	0,869

Fuente: Encuesta UWES

La Escala Autoeficacia en Conductas Académicas (EACA) fue diseñada por Blanco et al (2011) es un cuestionario de 13 ítems que están relacionados con conductas académicas, con escala Likert, en una escala de 0 a 6.

La prueba piloto aplicada a estudiantes de la Universidad Continental se obtuvieron valores de consistencia interna buena.

Tabla 5

Consistencia Interna Alfa de Cronbach por Dimensión y Total Prueba piloto UWES

UWES 17	Total
Comunicación	0,729
Atención	0,850
Excelencia	0,846
Autoeficacia	0,894

Fuente: Encuesta UWES

Los cuestionarios de Lealtad y Compromiso afectivo de estudiantes tomada de Cavazos y Encinas (2016) también considera una medición de Lickert (0 a 6). Ver Anexo 1, se aplicó una prueba piloto a estudiantes de la Universidad Continental de la Facultad de Ingeniería y se obtuvieron los siguientes valores de consistencia interna (α de Cronbach) y se encontró que la consistencia interna es buena.

Tabla 6

Consistencia Interna Alfa de Cronbach por Dimensión y Total Prueba piloto UWES

Variables	Total
Lealtad	0,768
Compromiso afectivo	0,858

Fuente: Encuesta Lealtad, Compromiso, Creencia

4.5. Técnicas de análisis de datos

Se aplicará métodos estadísticos descriptivos con la finalidad de organizar y reducir los datos seleccionados en tablas de frecuencias, gráficos estadísticos a fin de detectar patrones de comportamiento de las variables en estudio.

Para contrastar las hipótesis planteadas en la investigación se aplicará el método no probabilístico de Correlación de Spearman debido que las variables están medidas en escala ordinal.

En la escala ordinal o de rango, cada categoría es mayor que la siguiente, pero no puede decirse qué tanto una categoría es mayor o menor que las demás (Galarza et al., 2013), la relación que presente entre las categorías es “mayor que”. Con esta escala de medición las hipótesis se pueden probar con métodos estadísticos no paramétricos.

Una medida de relación, para datos ordinales, es el coeficiente Correlación de rangos de Spearman (Lind et al., 2004). Es por esto que la investigación aplicó, para la contrastación de sus hipótesis, la prueba de significancia de Correlación de Rangos de Spearman.

También se aplicó la prueba no paramétrica H de Kruskal Wallis, esta prueba se utilizó con la finalidad de identificar la existencia la diferencia significativa entre todas las Escuelas profesionales de la Facultad. Es una prueba alternativa a la prueba paramétrica de Análisis de Varianza (ANOVA) de un factor, cuando no se cumple los requisitos de normalidad o los datos de los grupos son ordinales.

La prueba no paramétrica de U de Mann Whitney – Wilcoxon se aplicó para determinar la diferencia entre dos Escuelas profesionales. Es una prueba alternativa a la prueba t-student cuando no se cumple los requisitos de normalidad o los datos de los grupos son ordinales.

Capítulo V

Resultados y Análisis

5.1. Resultados y Análisis

5.1.1. Características de los Entrevistados

Los estudiantes entrevistados del periodo 2019-2, 56,8% fueron mujeres y el 43,2% varones. Del periodo 2021-2, 55,4% fueron mujeres y el resto varones (Figura 2). Además, se entrevistaron a muestras de estudiantes de todas las Escuelas Académica Profesional (EAP) de la Facultad de Ciencias de la Empresa (Figura 3) en ambos periodos.

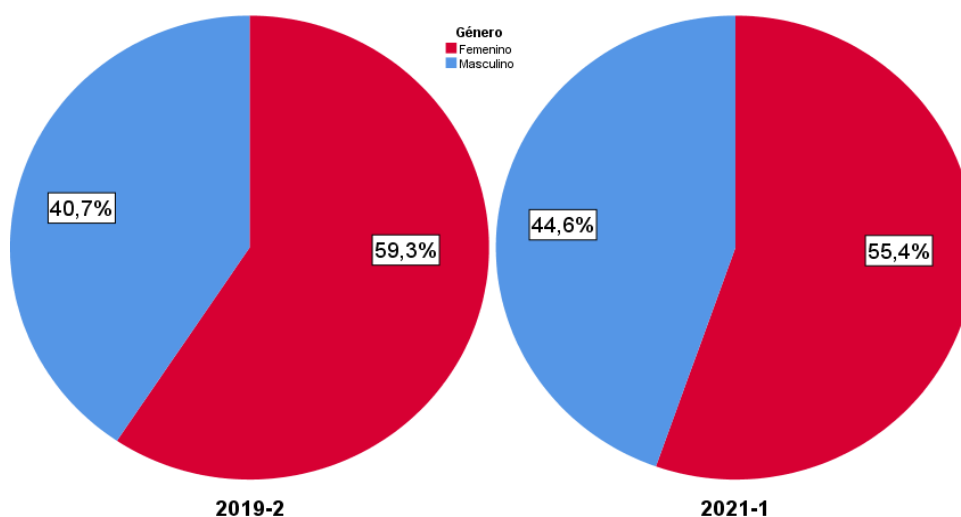


Figura 2. Distribución de entrevistados por Género
Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad

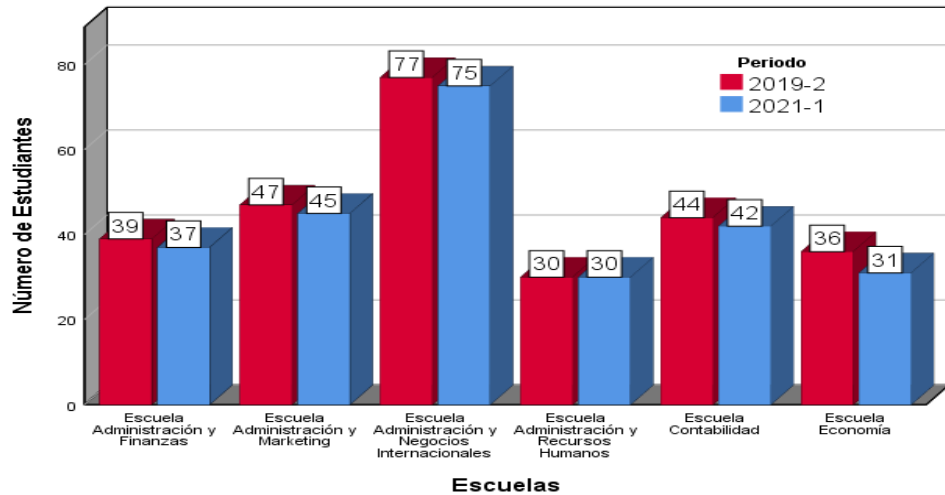


Figura 3. Distribución de entrevistados por Escuela académico profesional (EAP)
Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad

5.1.2. Análisis de Variables, Dimensiones e Indicadores

Para el análisis de resultados se utilizó métodos estadísticos descriptivos, como tablas de frecuencias, gráficos, y métodos inferenciales como las pruebas no paramétricas, debido que las variables en estudio se miden en escala ordinal, como H de Kruskal Wallis y U de Mann Whitney a fin de encontrar las diferencias significativas entre las escuelas, se utilizó el software estadístico SPSS versión 25.

Se aplican pruebas no paramétricas cuando las variables son de escala nominal u ordinal, como en esta investigación, también cuando las variables cuantitativas de escala intervalo o razón y no siguen distribución normal.

La prueba U de Mann Whitney se aplicó para determinar si dos poblaciones de muestras independientes tienen la misma distribución, las hipótesis son:

H0: Las dos poblaciones son idénticas

H1: Las dos poblaciones no son idénticas.

La prueba H de Kruskal Wallis se aplicó para determinar si tres o más poblaciones de muestras independientes tienen la misma distribución, las hipótesis que se plantean son:

H0: Todas las poblaciones son idénticas.

H1: No todas las poblaciones son idénticas.

A. Involucramiento (Engagement) Académico

En la investigación se encontró 7 de cada 10 estudiantes (ver Figura 4) se encuentran en altos niveles (siempre, casi siempre o bastantes veces) de motivación personal en sus estudios mientras se esfuerzan, persisten y participan activamente en su proceso de aprendizaje.

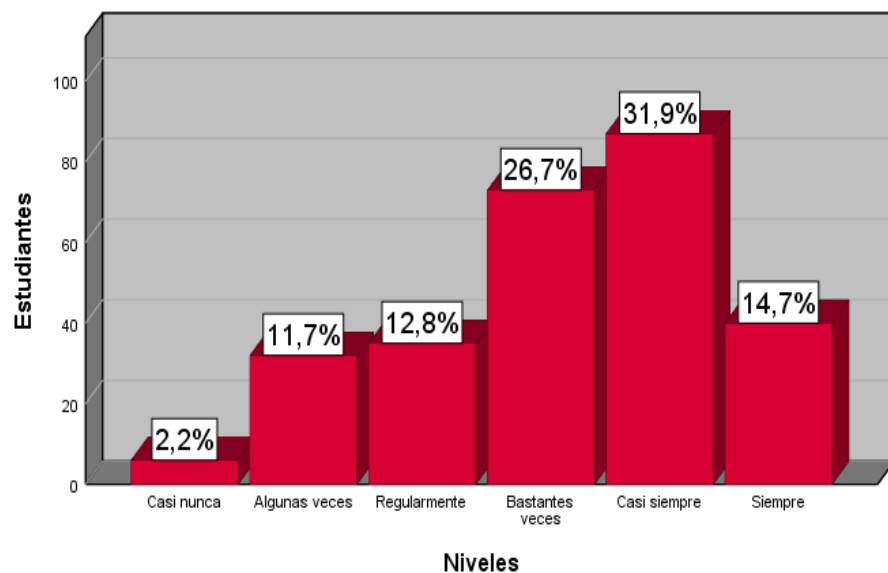


Figura 4. Distribución de entrevistados por Nivel de Engagement Académico
Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

Con los resultados obtenidos, se encontró que el involucramiento (Engagement) académico de los estudiantes en todas las Escuelas (ver Tabla 7) son iguales (Valor $p = 0,147 > \alpha = \text{Nivel de confianza} = 0,05$, no se rechaza H_0).

Tabla 7

Engagement Académico: Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

Engagement académico	
H de Kruskal-Wallis	8,169
Gl	5
Valor p	,147

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

El engagement académico está conformado por tres dimensiones: vigor (mide los niveles de energía y resiliencia mental), dedicación (implicación en tareas y proceso académico) y absorción (estado de concentración e inmersión) Peña, T. G., Cañoto R.Y., Angelucci B.(2016). Estos tres elementos se analizaron en la investigación.

a. Dimensión Vigor Académico

Los estudiantes (69,6%) de Ciencias de la Empresa (ver Figura 5) muestran altos niveles de vigor académico reflejada en energía y resiliencia mental, mientras estudian.

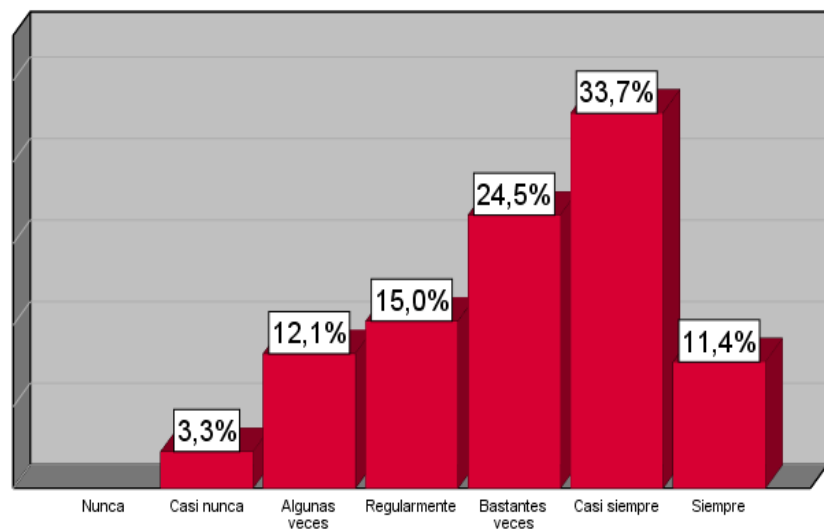


Figura 5. Distribución de entrevistados por Nivel de Vigor Académico

Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

En la dimensión vigor académico también se encontró que los niveles son idénticos en todas las escuelas (Valor $p = 0,339 > \alpha = \text{Nivel de confianza} = 0,05$, no se rechaza H_0 , ver Tabla 8 y en ambos géneros (Valor $p = 0,058 > \alpha = \text{Nivel de confianza} = 0,05$, no se rechaza H_0 , ver Tabla 8).

Tabla 8

Dimensión Vigor: Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	Vigor
H de Kruskal-Wallis	5,673
Gl	5
Sig. Asintótica	,339

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 9 se identificó que el indicador “Puedo seguir estudiando durante largos períodos de tiempo”, de la dimensión Vigor, es el único que muestra diferencia significativa en los puntajes obtenidos por los estudiantes de las Escuelas Profesionales. En los demás indicadores no existe diferencia significativa de los puntajes obtenidos entre las Escuelas Profesionales.

Tabla 9

Indicadores de Dimensión Vigor: Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	H de Kruskal-Wallis	gl	Sig. asintótica
Cuando me levanto por la mañana, tengo ganas de ir a clase o estudiar	5,791	5	,327
Mis tareas como estudiante me hacen sentir lleno de energía	4,730	5	,450

	H de Kruskal- Wallis	gl	Sig. asintótica
En mis tareas como estudiante no paro incluso si no me encuentro bien	3,074	5	,689
Puedo seguir estudiando durante largos períodos de tiempo	15,694	5	,008*
Soy muy “resilente” para afrontar mis tareas como estudiante	7,317	5	,198
Me siento fuerte y con mucha energía cuando estoy estudiando o voy a las clases	6,695	5	,244

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativo al 0,05

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 10, los estudiantes de Administración y Marketing (3,4) son los que muestran diferencia significativa, con los estudiantes de las Escuelas de Administración y Finanzas (4,1), Contabilidad (4,3) y Economía (4,4), en tanto estas dos últimas con Administración y Negocios Internacionales (3,8). Con las demás Escuelas profesionales no muestran diferencia significativa.

Tabla 10

Indicador “Puedo seguir estudiando durante largos períodos de tiempo”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
Administración y Finanzas	4,1	4,0
Administración y Marketing	3,4	3,0
Administración y Negocios Internacionales	3,8	4,0
Administración y Recursos Humanos	4,1	4,0
Contabilidad	4,3	5,0
Economía	4,4	4,0

Fuente: Elaboración propia

b. Dedicación Académica

Los estudiantes (60,8%) de Ciencias de la Empresa muestran niveles altos (siempre y casi siempre) en la

dimensión dedicación académica, manifestándose en el significado, orgullo y entusiasmo por la carrera que estudian.

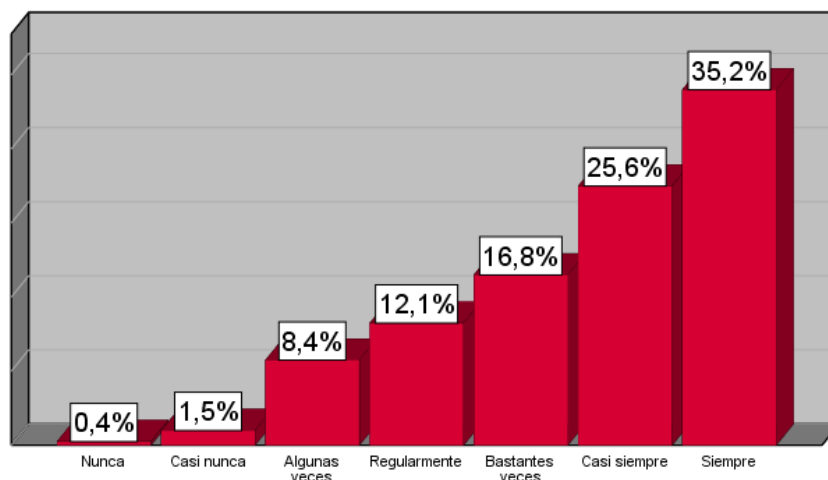


Figura 6. Distribución de entrevistados por Dedicación Académica
Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

En la dimensión Dedicación Académica también se encontró que los estudiantes de todas las escuelas muestran el mismo nivel de dedicación a su carrera (Valor $p = 0,119 > \alpha = \text{Nivel de confianza} = 0,05$, no se rechaza H_0 , ver Tabla 11).

Tabla 11

Dimensión Dedicación: Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas^b

	Dedicación
H de Kruskal-Wallis	8,759
Gl	5
Sig. Asintótica	,119

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

Se identificó que los indicadores “Mi carrera es retadora para mí” y “Creo que mi carrera tiene significado y

propósito”, de la dimensión Dedicación, muestran diferencia significativa en los puntajes obtenidos por los estudiantes de las Escuelas profesionales (ver Tabla 12). En los demás indicadores no existe diferencia significativa.

Tabla 12

Indicadores de Dimensión Dedicación: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	H de Kruskal-Wallis	Gl	Sig. asintótica
Mi carrera es retadora para mí	12,421	5	,029*
Mis estudios en esta universidad me inspiran	3,118	5	,682
Estoy entusiasmado con mi carrera	5,560	5	,351
Estoy orgulloso de hacer esta carrera	8,526	5	,130
Creo que mi carrera tiene significado y propósito	12,442	5	,029*

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativa al 0,05

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Mi carrera es retadora para mí” se encontró diferencia significativa en los puntajes obtenidos por los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales (4,1), con los estudiantes de las Escuelas de Administración y Recursos Humanos (4,7), Contabilidad (4,7) y Economía (4,9); con las demás Escuelas profesionales no muestran diferencia significativa (ver Tabla 13)

Tabla 13

Indicador “Mi carrera es retadora para mí” de Dimensión Dedicación: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (bilateral)
1	2	855,500	1635,500	-0,545	0,586
1	3	1376,500	4379,500	-0,746	0,456
1	4	488,000	1268,000	-1,224	0,221
1	5	726,000	1506,000	-1,255	0,210
1	6	527,000	1307,000	-1,955	0,051
2	3	1519,000	4522,000	-1,530	0,126
2	4	629,000	1757,000	-0,824	0,410
2	5	933,000	2061,000	-0,833	0,405
2	6	679,500	1807,500	-1,600	0,110
3	4	864,000	3867,000	-2,070	0,038*
3	5	1284,500	4287,500	-2,266	0,023*
3	6	921,000	3924,000	-2,949	0,003*
4	5	653,000	1643,000	-0,082	0,935
4	6	496,000	961,000	-0,611	0,541
5	6	719,000	1709,000	-0,756	0,450

a. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativo a 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Indicador “Mi carrera es retadora para mí”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	4,2	4,0
2. Administración y Marketing	4,5	5,0
3. Administración y Negocios Internacionales	4,1	4,0
4. Administración y Recursos Humanos	4,7	5,0
5. Contabilidad	4,7	5,0
6. Economía	4,9	6,0

Fuente: Elaboración propia

Los estudiantes de Economía (4,2) son los que muestran diferencia significativa en el indicador “Creo que mi carrera tiene significado y propósito”, con los estudiantes de las Escuelas de Administración y Finanzas (3,4),

Administración y Negocios Internacionales (3,5) y este último con Marketing (4,1). Con las demás Escuelas profesionales no muestran diferencia significativa (ver Tabla 15).

Tabla 15

Indicador “Creo que mi carrera tiene significado y propósito” de Dimensión Dedicación: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (bilateral)
1 2	721,000	1501,000	-1,845	0,065
1 3	1494,500	4497,500	-0,042	0,966
1 4	457,500	1237,500	-1,648	0,099
1 5	744,000	1524,000	-1,087	0,277
1 6	508,000	1288,000	-2,230	0,026*
2 3	1363,500	4366,500	-2,438	0,015*
2 4	686,000	1151,000	-0,224	0,822
2 5	882,000	1872,000	-1,308	0,191
2 6	810,500	1938,500	-0,377	0,706
3 4	913,500	3916,500	-1,755	0,079
3 5	1507,000	4510,000	-1,050	0,294
3 6	984,500	3987,500	-2,618	0,009*
4 5	592,500	1582,500	-0,794	0,427
4 6	498,000	963,000	-0,616	0,538
5 6	634,000	1624,000	-1,656	0,098

a. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativo a 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16

Indicador “Creo que mi carrera tiene significado y propósito”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
Administración y Finanzas	3,4	3,0
Administración y Marketing	4,1	5,0
Administración y Negocios Internacionales	3,5	4,0
Administración y Recursos Humanos	4,0	5,0

	Media	Mediana
Contabilidad	3,9	4,0
Economía	4,2	5,0

Fuente: Elaboración propia

c. Atención o Absorción Académica

El 68,5% de los estudiantes de Ciencias de la Empresa presentan altos niveles (siempre, casi siempre y bastantes veces) de atención en sus estudios (ver Figura 7) y que se manifiesta principalmente en estar plenamente concentrado mientras estudian sintiendo que el tiempo pasa volando y que disfrutan sus estudios.

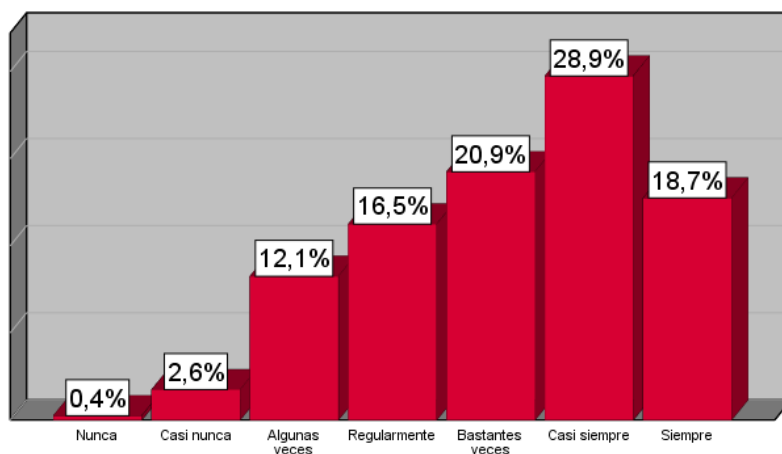


Figura 7. Distribución de entrevistados por Dimensión Atención Académica

Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

En la dimensión Atención o absorción académica también se encontró que son idénticos en todas las escuelas (Valor $p = 0,154 > \alpha = \text{Nivel de confianza} = 0,05$, no se rechaza H_0 , (ver Tabla 17).

Tabla 17

*Dimensión Atención Académica: Estadísticos de prueba^{a,b}
H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas^b*

	Atención o Absorción
H de Kruskal-Wallis	8,036
Gl	5
Sig. asintótica	,154

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

Se identificó que en el indicador “Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios” de la dimensión Atención Académica, muestra diferencia significativa en los puntajes obtenidos por los estudiantes de las Escuelas profesionales (ver Tabla 18). En los demás indicadores no existe diferencia significativa.

Tabla 18

*Indicadores de Dimensión Atención Académica:
Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis,
Comparación por Escuelas Profesionales*

	H de Kruskal- Wallis	gl	Sig. asintótica
Olvido todo lo que pasa alrededor de mí cuando estoy abstraído con mis estudios	8,351	5	,138
El tiempo “pasa volando” cuando realizo mis tareas como estudiante	10,658	5	,059
Me “dejo llevar” cuando realizo mis tareas como estudiante	5,793	5	,327
Es difícil para mí separarme de mis estudios	6,475	5	,263
Estoy inmerso en mis estudios	6,479	5	,262
Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios	14,535	5	,013*

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativa al 0,05

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 19 se encontró diferencia significativa el puntaje obtenido por los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales (3,8) en el indicador “Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios” con los estudiantes de las Escuelas de Administración y Marketing (4,4), Administración y Recursos Humanos (4,6) y Contabilidad (4,6) este último con Administración y Finanzas (3,8).

Tabla 19

Indicador “Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios” de Dimensión Atención Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales.

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (bilateral)
1	2	746,500	1526,500	-1,513	0,130
1	3	1446,500	4449,500	-0,328	0,743
1	4	426,500	1206,500	-1,961	0,050
1	5	621,500	1401,500	-2,207	0,027*
1	6	602,500	1382,500	-1,077	0,281
2	3	1397,000	4400,000	-2,168	0,030*
2	4	642,500	1770,500	-0,675	0,499
2	5	948,000	2076,000	-0,703	0,482
2	6	797,500	1463,500	-0,458	0,647
3	4	792,000	3795,000	-2,580	0,010*
3	5	1145,000	4148,000	-3,040	0,002*
3	6	1139,500	4142,500	-1,555	0,120
4	5	653,000	1643,000	-0,080	0,937
4	6	451,000	1117,000	-1,177	0,239
5	6	663,000	1329,000	-1,285	0,199

a. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativo a 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Indicador “Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	3,8	4,0
2. Administración y Marketing	4,4	4,0
3. Administración y Negocios Internacionales	3,8	4,0
4. Administración y Recursos Humanos	4,6	5,0
5. Contabilidad	4,6	5,0
6. Economía	4,3	4,0

Fuente: Elaboración propia

B. Lealtad a la Universidad

El 66,3% (ver Figura 8) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Empresa muestran altos niveles (siempre, casi siempre o bastantes veces) de Lealtad a la Universidad que se refleja en su preferencia, decir cosas positivas sobre ella (Marketing boca a boca), recomendar a la Universidad y considerarían volver a estudiar en ella (recompra)

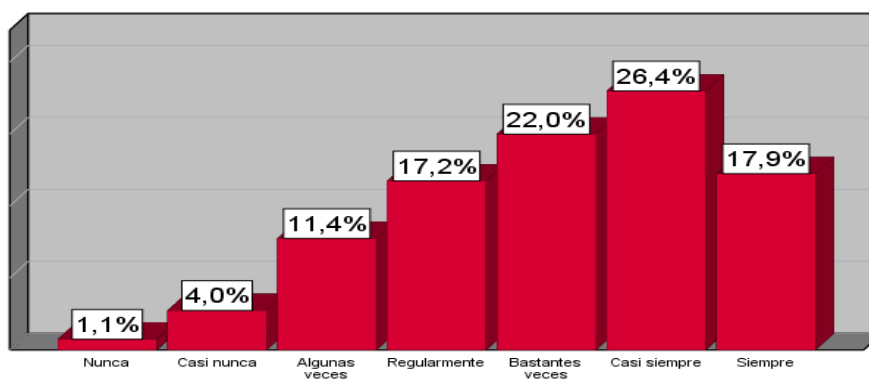


Figura 8. Distribución de entrevistados por Nivel de Lealtad a la Universidad

Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

Existe diferencia significativa (ver Tabla 21) en el nivel de Lealtad hacia la Universidad por parte de los estudiantes en todas las Escuelas (Valor $p = 0,036 < \alpha =$ Nivel de confianza = 0,05, se rechaza H_0).

Tabla 21

Lealtad: Estadísticos^{ab} de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	Lealtad
H de Kruskal-Wallis	11,941
Gl	5
Sig. asintótica	,036*

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativo al 0,05

Fuente: Elaboración propia

En los niveles de Lealtad a la Universidad (ver Tablas 22 y 23) se encontró diferencia significativa entre los estudiantes de Administración de Negocios Internacionales (3,7) con Contabilidad (4,3) y con Administración y Recursos Humanos (4,6), y esta con Administración y Marketing (4).

Tabla 22

Lealtad: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales.

I	J	U de Mann - Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (bilateral)
1	2	846,000	1974,000	-0,625	0,532
1	3	1235,000	4238,000	-1,597	0,110
1	4	503,000	1283,000	-1,021	0,307
1	5	845,000	1625,000	-0,121	0,903
1	6	698,000	1478,000	-0,043	0,965
2	3	1597,000	4600,000	-1,122	0,262
2	4	516,500	1644,500	-2,035	0,042*
2	5	902,500	2030,500	-1,071	0,284
2	6	762,500	1890,500	-0,784	0,433
3	4	686,000	3689,000	-3,330	0,001*
3	5	1297,500	4300,500	-2,179	0,029*
3	6	1089,000	4092,000	-1,871	0,061
4	5	597,500	1587,500	-0,740	0,459
4	6	467,500	1133,500	-0,986	0,324
5	6	781,500	1447,500	-0,105	0,916

Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativo a 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

Lealtad: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	4,2	4,0
2. Administración y Marketing	4,0	4,0
3. Administración y Negocios Internacionales	3,7	4,0
4. Administración y Recursos Humanos	4,6	5,0
5. Contabilidad	4,3	5,0
6. Economía	4,2	5,0

Fuente: Elaboración propia

Sólo en el indicador “Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios” de esta dimensión se encontró diferencia significativa entre las Escuelas profesionales.

Tabla 24

Indicadores de Dimensión Lealtad: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	H de Kruskal-Wallis	gl	Sig. asintótica
Digo cosas positivas sobre esta universidad a otras personas	9,163	5	,103
Recomiendo esta universidad a quien me pide consejo	7,600	5	,180
Motivo a amigos y familiares a estudiar en esta universidad	4,135	5	,530
Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios	29,417	5	,000*
Consideraría volver a estudiar en esta universidad en los próximos años	6,106	5	,296

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativo al 0,05

Fuente: Elaboración propia

Los puntajes obtenidos en el indicador “Esta Universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios” por los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales (2,9) no tienen diferencia significativa con los de Economía (3,4), sin embargo,

con las demás escuelas si tienen diferencias significativas. Además, existe diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de Administración y Recursos Humanos (4,8) con Administración y Finanzas (3,7) Contabilidad (4,4) y este último con Economía (3,4)

Tabla 25

Indicador “Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios” de Dimensión Atención Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales.

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica(bilateral)
1	2	853,000	1633,000	-0,565	0,572
1	3	1135,500	4138,500	-2,179	0,029*
1	4	406,000	1186,000	-2,229	0,026*
1	5	695,000	1475,000	-1,525	0,127
1	6	643,500	1309,500	-0,630	0,528
2	3	1230,500	4233,500	-3,065	0,002*
2	4	533,000	1661,000	-1,862	0,063
2	5	903,000	2031,000	-1,074	0,283
2	6	726,000	1392,000	-1,127	0,260
3	4	511,500	3514,500	-4,543	0,000*
3	5	962,500	3965,500	-4,013	0,000*
3	6	1166,000	4169,000	-1,382	0,167
4	5	592,000	1582,000	-0,782	0,434
4	6	335,500	1001,500	-2,704	0,007*
5	6	581,500	1247,500	-2,084	0,037*

* Significativo al 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26

Indicador “Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	3,7	4,0
2. Administración y Marketing	3,9	3,0
3. Administración y Negocios Internacionales	2,9	3,0
4. Administración y Recursos Humanos	4,8	5,0

	Media	Mediana
5. Contabilidad	4,4	5,0
6. Economía	3,4	3,5

Fuente: Elaboración propia

C. Compromiso Afectivo

Con respecto a la dimensión Compromiso afectivo, el 76,9% de los estudiantes (ver Figura 9) de la Facultad de Ciencias de la Empresa muestran niveles altos (bastantes veces, casi siempre y siempre) de lazos emocionales con la Universidad Continental.

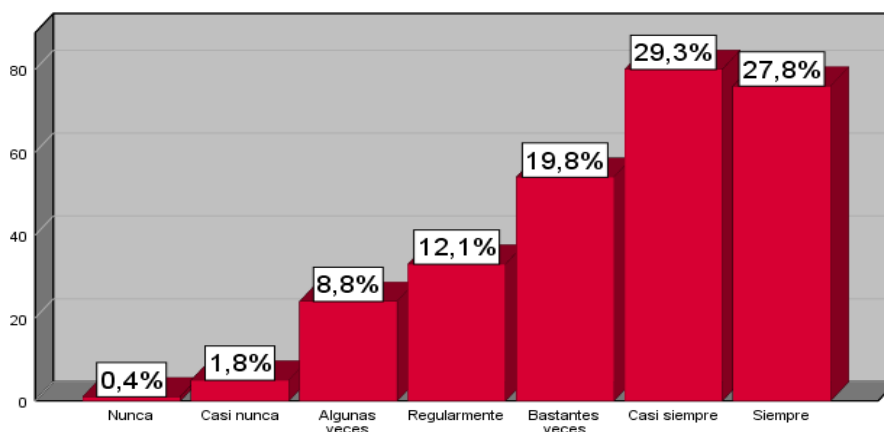


Figura 9. Distribución de entrevistados por Nivel de Compromiso afectivo con la Universidad

Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

En la dimensión compromiso afectivo también, no se encontró diferencia significativa entre los puntajes de todas las escuelas (Valor $p = 0,086 > \alpha = \text{Nivel de confianza} = 0,05$, no se rechaza H_0 , ver Tabla 27)

Tabla 27

Compromiso Afectivo: Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	Compromiso Efectivo
H de Kruskal-Wallis	9,651
Gl	5
Sig. asintótica	,086

Compromiso Efectivo

- a. Prueba de Kruskal Wallis
 b. Variable de agrupación: Escuela Profesional
 * Significativo al 0,05
 Fuente: Elaboración propia

Además, se identificó que en los indicadores “Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas” y “Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles” de la dimensión Compromiso Afectivo, muestran diferencia significativa en los puntajes obtenidos por los estudiantes de las Escuelas profesionales (ver Tabla 28). En los demás indicadores no existe diferencia significativa.

Tabla 28

Indicadores de Dimensión Atención Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	H de Kruskal-Wallis	gl	Sig. asintótica
Creo que mis valores personales y los valores de esta universidad son muy semejantes	10,144	5	,071
Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas	12,696	5	,026*
Me siento orgulloso de ser parte de esta universidad	7,554	5	,183
Esta universidad me inspira para que dé lo mejor de mí en mis estudios	6,928	5	,226
Realmente me preocupa el éxito de esta universidad	5,656	5	,341
Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles	16,394	5	,006*

- a. Prueba de Kruskal Wallis
 b. Variable de agrupación: Escuela Profesional
 Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas” se encontró, ver Tabla 29 y Tabla 30, diferencia significativa en el puntaje

obtenido por los estudiantes de Administración y Recursos Humanos (5,9) con los estudiantes de Administración y Finanzas (5,2) y con Negocios Internacionales (5,1) y este último con Contabilidad (5,8).

Los estudiantes de Administración y Recursos Humanos, y Contabilidad casi siempre están dispuestos en poner todo su empeño para ayudar a que la universidad logre sus metas. En tanto los estudiantes de las Escuelas de Administración y Finanzas con Administración y Negocios Internacionales se encuentra en un nivel inferior.

Tabla 29

Indicador “Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas” de Dimensión Compromiso Afectivo: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales.

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (bilateral)
1	2	828,000	1608,000	-0,788	0,431
1	3	1415,500	4418,500	-0,514	0,608
1	4	419,500	1199,500	-2,072	0,038*
1	5	652,000	1432,000	-1,941	0,052
1	6	635,000	1415,000	-0,729	0,466
2	3	1522,000	4525,000	-1,517	0,129
2	4	569,500	1697,500	-1,469	0,142
2	5	888,000	2016,000	-1,205	0,228
2	6	845,000	1511,000	-0,009	0,992
3	4	775,000	3778,000	-2,706	0,007*
3	5	1197,500	4200,500	-2,757	0,006*
3	6	1190,500	4193,500	-1,232	0,218
4	5	623,500	1613,500	-0,423	0,672
4	6	432,000	1098,000	-1,449	0,147
5	6	671,000	1337,000	-1,215	0,224

a. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativa al 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30

Indicador “Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas” de Dimensión Compromiso Afectivo: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales.

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas		5,0
2. Administración y Marketing		6,0
3. Administración y Negocios Internacionales		5,0
4. Administración y Recursos Humanos		6,0
5. Contabilidad		6,0
6. Economía		6,0

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles”, ver Tabla 30 y Tabla 31, se encontró que el puntaje obtenido por los estudiantes de la Escuela Administración y Negocios Internacionales (5) difiere significativamente con el puntaje obtenido por los estudiantes de con los estudiantes de las Escuelas de Administración Recursos Humanos (5,9) y Contabilidad (6) y este último con Administración y Finanzas (5,3).

Para los estudiantes de Administración y Recursos Humanos, y Contabilidad casi siempre consideran a la universidad como la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles. En tanto los estudiantes de las escuelas de Administración de Finanzas y Administración y Negocios Internacionales se encuentra en un nivel inferior.

Tabla 31

Indicador “Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles” de Dimensión Compromiso Afectivo: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (bilateral)
1	2	805,000	1585,000	-0,997	0,319
1	3	1339,500	4342,500	-0,967	0,334
1	4	420,000	1200,000	-2,063	0,039
1	5	599,500	1379,500	-2,446	0,014*
1	6	656,500	1436,500	-0,495	0,621
2	3	1444,000	4447,000	-1,927	0,054
2	4	587,500	1715,500	-1,275	0,202
2	5	839,500	1967,500	-1,618	0,106
2	6	818,000	1484,000	-0,266	0,791
3	4	766,500	3769,500	-2,757	0,0060*
3	5	1091,000	4094,000	-3,338	0,001*
3	6	1191,000	4194,000	-1,227	0,220
4	5	653,500	1118,500	-0,076	0,940
4	6	440,500	1106,500	-1,329	0,184
5	6	638,500	1304,500	-1,552	0,121

a Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativa al 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32

Indicador “Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas” de Dimensión Compromiso Afectivo: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales.

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	5,3	5,0
2. Administración y Marketing	5,6	6,0
3. Administración y Negocios Internacionales	5,0	5,0
4. Administración y Recursos Humanos	5,9	6,0
5. Contabilidad	6,0	6,0
6. Economía	5,3	6,0

Fuente: Elaboración propia

D. Creencia de Autoeficacia Académica

En la variable creencia de Autoeficacia Académica, el 76,9% de los estudiantes (ver Figura 10) de la Facultad de Ciencias de la Empresa muestran niveles altos (Bastantes, casi siempre y siempre) de motivación y compromiso en su formación académica.

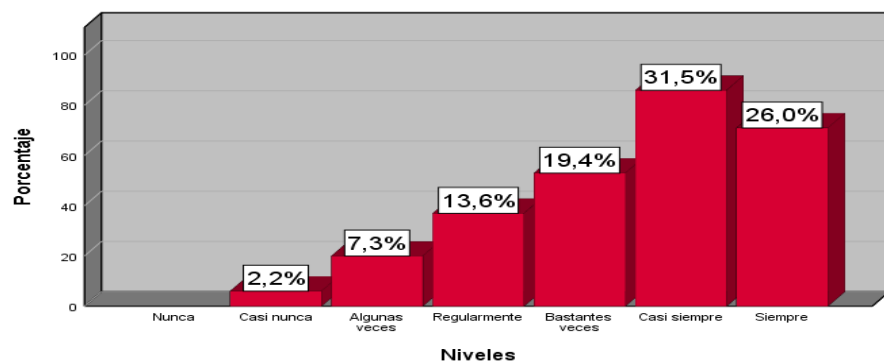


Figura 10. Distribución de entrevistados por Nivel de Autoeficacia Académica

Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

Los resultados de la Tabla 33, indicó que en la variable autoeficacia académica existe diferencia significativa entre los puntajes obtenidos por los estudiantes de todas las escuelas (Valor $p = 0,044 < \alpha = \text{Nivel de confianza} = 0,05$, se rechaza H_0).

Tabla 33

Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

Creencia de autoeficacia académica	
H de Kruskal-Wallis	11,400
gl	5
Sig. asintótica	,044

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

En esta variable mostraron diferencia los estudiantes de las Escuela de Administración y Finanzas (5,1) con Administración

y Recursos Humanos (5,9), Contabilidad (5,7) y Economía (5,8). También, se encontró diferencia entre Administración y Negocios Internacionales (5,3) con Contabilidad (5,7).

Tabla 34

Variable Autoeficacia Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica(bilateral)
1	2	758,000	1538,000	-1,411	0,158
1	3	1393,500	2173,500	-0,651	0,515
1	4	393,500	1173,500	-2,420	0,016*
1	5	628,500	1408,500	-2,152	0,031*
1	6	508,000	1288,000	-2,113	0,035*
2	3	1624,000	4627,000	-0,984	0,325
2	4	593,500	1721,500	-1,210	0,226
2	5	923,500	2051,500	-0,908	0,364
2	6	754,000	1882,000	-0,876	0,381
3	4	754,000	1882,000	-0,876	0,381
3	5	1337,500	4340,500	-1,977	0,048*
3	6	1093,500	4096,500	-1,857	0,063
4	5	656,000	1646,000	-0,046	0,963
4	6	518,500	1184,500	-0,289	0,772
5	6	786,000	1452,000	-0,061	0,952

a. Variable de agrupación: Escuela Profesional

* Significativa al 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35

Variable Autoeficacia Académica: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Creencia de autoeficacia académica	
	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	5,1	5,0
2. Administración y Marketing	5,5	6,0
3. Administración y Negocios Internacionales	5,3	6,0
4. Administración y Recursos Humanos	5,9	6,0
5. Contabilidad	5,7	6,0
6. Economía	5,8	6,0

Fuente: Elaboración propia

Blanco et al., 2011 distinguen 3 factores en Autoeficacia Académica: Comunicación, Atención y Excelencia las cuales analizamos.

a. Comunicación

El 71,1% de los estudiantes (ver Figura 11) de la Facultad de Ciencias de la Empresa muestran niveles altos (bastantes, casi siempre y siempre) de comunicar sus ideas con claridad y seguridad dentro del aula de clases de la universidad.

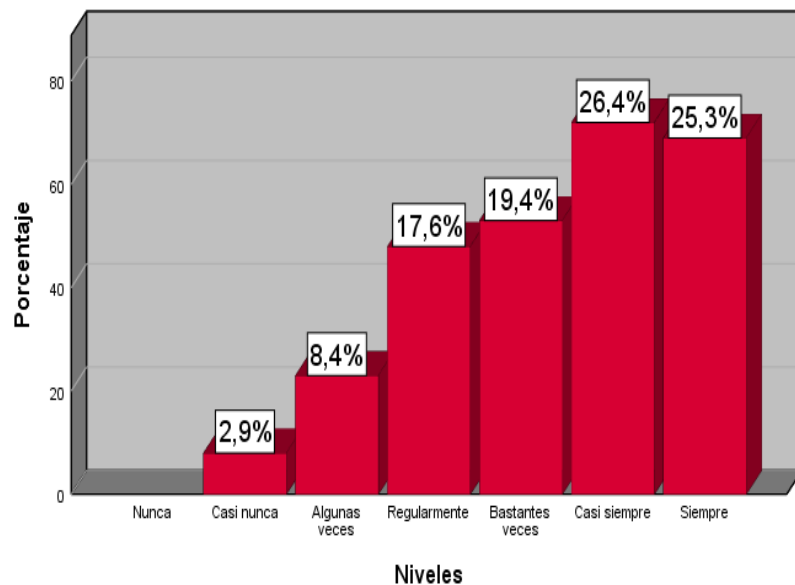


Figura 11. Distribución de entrevistados por Nivel de Comunicación de Autoeficacia Académica

Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

Los resultados de la Tabla 36, muestra que la Comunicación de Autoeficacia Académica no presenta diferencia significativa entre los puntajes obtenidos por los estudiantes de todas las escuelas (Valor $p = 0,118 > \alpha =$ Nivel de confianza = 0,05, no se rechaza H_0).

Tabla 36

Comunicación de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	Comunicación
H de Kruskal-Wallis	8,794
Gl	5
Sig. asintótica	,118

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

Además, se identificó que en los indicadores “En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad” y “Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad” de Autoeficacia Académica, muestran diferencia significativa en los puntajes obtenidos por los estudiantes de las Escuelas profesionales (ver Tabla 37). En los demás indicadores no existe diferencia significativa.

Tabla 37

Indicadores de Comunicación de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

	H de Kruskal-Wallis	gl	Sig. Asintótica
Expreso mis ideas con claridad en las clases que curso en esta universidad	6,638	5	,249
Hago comentarios y aportaciones pertinentes en las clases que curso en esta universidad	7,808	5	,167
En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad	12,439	5	,029*
Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad	11,299	5	,046*

	H de Kruskal- Wallis	gl	Sig. Asintótica
a. Prueba de Kruskal Wallis			
b. Variable de agrupación: Escuela Profesional			

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad” los estudiantes de la Escuela de Administración y Recursos Humanos (5,7) tienen diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de Administración y Marketing (4,6); y Administración y Negocios Internacionales (4,6).

Además, los estudiantes de Administración y Recursos Humanos muestran los niveles más altos en este indicador (casi siempre). En tanto, los estudiantes de Administración y Marketing con Administración y Negocios Internacionales están en un nivel menos.

Tabla 38

Indicador “En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad” de Comunicación de Autoeficacia Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
1	2	801,000	1929,000	-1,020	0,308
1	3	1315,000	4318,000	-1,108	0,268
1	4	433,000	1213,000	-1,885	0,059
1	5	817,500	1597,500	-0,376	0,707
1	6	692,000	1472,000	-0,108	0,914
2	3	1792,000	4795,000	-0,092	0,927
2	4	418,000	1546,000	-3,067	0,002*
2	5	878,000	2006,000	-1,264	0,206
2	6	727,000	1855,000	-1,115	0,265
3	4	694,000	3697,000	-3,267	0,001*

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
3	5	1415,500	4418,500	-1,533	0,125
3	6	1186,000	4189,000	-1,255	0,209
4	5	544,000	1534,000	-1,314	0,189
4	6	406,000	1072,000	-1,769	0,077
5	6	770,500	1436,500	-0,212	0,832

* Significativo al 0,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39

Indicador “En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	4,9	5,0
2. Administración y Marketing	4,6	4,0
3. Administración y Negocios Internacionales	4,6	5,0
4. Administración y Recursos Humanos	5,7	6,0
5. Contabilidad	5,0	6,0
6. Economía	5,0	5,0

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad” los estudiantes de la Escuela de Administración y Recursos Humanos (6) tienen diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de Administración y Finanzas (4,9), Marketing (5,4) y Negocios Internacionales (5).

Además, los estudiantes de Administración y Recursos Humanos muestran los niveles más altos en este indicador (casi siempre). En tanto, los estudiantes de las demás Escuelas están en un nivel menos.

Tabla 40

Indicador “Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad” de Comunicación en Autoeficacia Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
1	2	797,000	1577,000	-1,059	0,290
1	3	1501,000	2281,000	-0,003	0,998
1	4	368,000	1148,000	-2,720	0,007*
1	5	734,000	1514,000	-1,158	0,247
1	6	592,000	1372,000	-1,194	0,232
2	3	1558,500	4561,500	-1,320	0,187
2	4	547,000	1675,000	-1,707	0,088*
2	5	1031,000	2159,000	-0,024	0,980
2	6	832,500	1960,500	-0,127	0,899
3	4	716,500	3719,500	-3,129	0,002*
3	5	1438,000	4441,000	-1,411	0,158
3	6	1167,000	4170,000	-1,381	0,167
4	5	525,000	1515,000	-1,545	0,122
4	6	429,500	1095,500	-1,480	0,139
5	6	789,500	1779,500	-0,025	0,980

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41

Indicador ““En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	4,9	5,0
2. Administración y Marketing	5,4	6,0
3. Administración y Negocios Internacionales	5,0	5,0
4. Administración y Recursos Humanos	6,0	6,0
5. Contabilidad	5,4	6,0
6. Economía	5,4	6,0

Fuente: Elaboración propia

b. Atención

El 79,5% de los estudiantes (ver Figura 12) de la Facultad de Ciencias de la Empresa muestran niveles altos (bastantes, casi siempre y siempre) de atención a la opinión de sus docentes y compañeros durante sus clases en la Universidad.

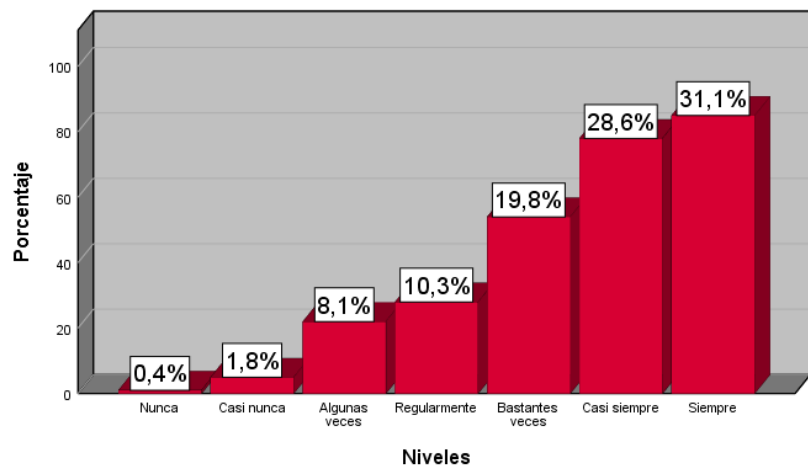


Figura 12. Distribución de entrevistados por Nivel de Atención de Autoeficacia Académica

Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

Los resultados de la Tabla 42, muestra que la atención en clases de autoeficacia académica presenta diferencia significativa entre los puntajes obtenidos por los estudiantes de las Escuelas (Valor $p = 0,03 < \alpha =$ Nivel de confianza = 0,05, no se rechaza H_0).

Tabla 42

*Atención en clases de Autoeficacia Académica:
Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis,
Comparación por Escuelas Profesionales*

	Atención
H de Kruskal-Wallis	12,390
GI	5
Sig. asintótica	,030

a. Prueba de Kruskal Wallis

Atención

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 43, se observa diferencia significativa en el puntaje obtenido por los estudiantes de la Escuela de Administración y Finanzas (5,1) con Administración y Recursos Humanos (5,9), Contabilidad (5,8) y Economía (6). Los estudiantes de las Escuela de Administración y Finanzas tienen el menor nivel de atención en sus clases.

Tabla 43

Atención de Autoeficacia Académica: Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis, Comparación por Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
1	2	739,500	1519,500	-1,580	0,114
1	3	1356,500	2136,500	-0,869	0,385
1	4	411,500	1191,500	-2,160	0,031*
1	5	629,000	1409,000	-2,155	0,031*
1	6	453,500	1233,500	-2,721	0,007*
2	3	1617,500	4620,500	-1,019	0,308
2	4	631,000	1759,000	-0,804	0,422
2	5	942,000	2070,000	-0,761	0,446
2	6	698,500	1826,500	-1,413	0,158
3	4	917,000	3920,000	-1,704	0,088
3	5	1365,000	4368,000	-1,829	0,067
3	6	1016,000	4019,000	-2,362	0,018
4	5	655,500	1645,500	-0,052	0,959
4	6	497,500	962,500	-0,579	0,563
5	6	730,000	1720,000	-0,632	0,527

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44

Atención de Autoeficacia Académica: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	5,1	5,0
2. Administración y Marketing	5,6	6,0

	Media	Mediana
3. Administración y Negocios Internacionales	5,4	6,0
4. Administración y Recursos Humanos	5,9	6,0
5. Contabilidad	5,8	6,0
6. Economía	6,0	6,0

Fuente: Elaboración propia

Cuando se analizaron cada uno de los indicadores de Atención de Autoeficacia Académica (ver Tabla 45), en todos ellos, se encontró diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de las Escuelas profesionales.

Tabla 45

*Indicadores de Atención de Autoeficacia Académica:
Estadísticos de prueba ^{a,b} H de Kruskal-Wallis,
Comparación por Escuelas Profesionales*

	H de Kruskal- Wallis	gl	Sig. asintótica
Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad	11,846	5	,037*
Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta universidad	11,365	5	,045*
Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase	13,878	5	,016*
Pongo atención cuando un compañero expone en clase	16,350	5	,006*
Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta universidad	14,286	5	,014*

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad” los estudiantes de la Escuela de Administración y Recursos Humanos (6,2) tienen diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de Administración y Finanzas (5,2); y Administración y

Negocios Internacionales (5,4). Con las demás Escuelas no se encontró diferencia significativa (ver Tabla 46).

Tabla 46

Indicador “Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
1	2	788,500	1568,500	-1,143	0,253
1	3	1400	2180	-0,608	0,543
1	4	386,500	1166,500	-2,518	0,012*
1	5	667,000	1447,000	-1,813	0,070
1	6	530,000	1310,000	-1,907	0,056
2	3	1658,500	4661,500	-0,802	0,423
2	4	534,500	1662,500	-1,870	0,061
2	5	918,500	2046,500	-0,957	0,338
2	6	733,000	1861,000	-1,084	0,278
3	4	793,000	3796,000	-2,602	0,009*
3	5	1378,000	4381,000	-1,761	0,078
3	6	1102,000	4105,000	-1,809	0,071
4	5	584,000	1574,000	-0,897	0,370
4	6	491,500	1157,500	-0,677	0,499
5	6	772,500	1762,500	-0,201	0,841

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47

Indicador “Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	5,2	5,0
2. Administración y Marketing	5,6	6,0
3. Administración y Negocios Internacionales	5,4	6,0
4. Administración y Recursos Humanos	6,2	7,0
5. Contabilidad	5,8	6,0
6. Economía	5,9	6,5

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta universidad” los estudiantes de la Escuela de Economía (5,9) tienen diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de Administración y Finanzas (5,1); y Administración y Negocios Internacionales (5,2), este último con Administración y Marketing (5,7). Entre las demás Escuelas no se encontró diferencia significativa (ver Tabla 48).

Tabla 48

Indicador “Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta universidad” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
1	2	706,000	1486,000	-1,878	0,060
1	3	1478,5	2258,5	-0,137	0,891
1	4	443,000	1223,000	-1,772	0,076
1	5	688,500	1468,500	-1,588	0,112
1	6	505,500	1285,500	-2,153	0,031*
2	3	1426,000	4429,000	-2,031	0,042*
2	4	662,500	1790,500	-0,464	0,642
2	5	999,000	1989,000	-0,290	0,772
2	6	792,000	1920,000	-0,519	0,604
3	4	880,000	3883,000	-1,958	0,050
3	5	1392,000	4395,000	-1,671	0,095
3	6	1018,000	4021,000	-2,328	0,020*
4	5	600,000	1590,000	-0,689	0,491
4	6	536,000	1001,000	-0,055	0,957
5	6	717,000	1707,000	-0,756	0,449

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49

Indicador “Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	5,1	5,0
2. Administración y Marketing	5,7	6,0
3. Administración y Negocios Internacionales	5,2	5,0
4. Administración y Recursos Humanos	5,8	6,0
5. Contabilidad	5,7	6,0
6. Economía	5,9	6,0

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase” los estudiantes de la Escuela de Economía (6,2) tienen diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de Administración y Finanzas (5,2), Administración y Marketing (5,6), Administración y Negocios Internacionales (5,4), este último con Contabilidad (5,8). Entre las demás Escuelas no se encontró diferencia significativa (ver Tabla 50).

Tabla 50

Indicador “Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
1	2	807,500	1587,500	-0,977	0,329
1	3	1474	2254	-0,165	0,869
1	4	484,500	1264,500	-1,258	0,208
1	5	678,000	1458,000	-1,707	0,088
1	6	452,500	1232,500	-2,779	0,005*
2	3	1600,000	4603,000	-1,113	0,266
2	4	690,000	1818,000	-0,164	0,870
2	5	943,000	2071,000	-0,760	0,448
2	6	640,500	1768,500	-2,006	0,045*

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
3	4	956,500	3959,500	-1,429	0,153
3	5	1330,500	4333,500	-2,025	0,043*
3	6	873,000	3876,000	-3,281	0,001*
4	5	608,000	1073,000	-0,604	0,546
4	6	419,000	884,000	-1,665	0,096
5	6	680,500	1670,500	-1,163	0,245

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51

Indicador “Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	5,2	6,0
2. Administración y Marketing	5,6	6,0
3. Administración y Negocios Internacionales	5,4	6,0
4. Administración y Recursos Humanos	5,8	6,0
5. Contabilidad	5,8	6,0
6. Economía	6,2	7,0

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Pongo atención cuando un compañero expone en clase” los estudiantes de la Escuela de Administración y Finanzas (4,7) tienen diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de Administración y Recursos Humanos (5,7), Contabilidad (5,6), Economía (5,9), este último con Administración y Marketing (5,2), Administración y Negocios Internacionales (5,2). Entre las demás Escuelas no se encontró diferencia significativa (ver Tabla 52).

Tabla 52

Indicador “Pongo atención cuando un compañero expone en clase” de Atención en Autoeficacia Académica:

Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis,

Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
1	2	746,000	1526,000	-1,509	0,131
1	3	1221	2001	-1,68	0,093
1	4	364,000	1144,000	-2,738	0,006*
1	5	574,500	1354,500	-2,645	0,008*
1	6	400,500	1180,500	-3,270	0,001*
2	3	1793,000	4796,000	-0,087	0,931
2	4	576,000	1704,000	-1,384	0,166
2	5	875,000	2003,000	-1,301	0,193
2	6	632,500	1760,500	-2,022	0,043*
3	4	922,000	3925,000	-1,667	0,096
3	5	1393,500	4396,500	-1,663	0,096
3	6	1001,000	4004,000	-2,440	0,015*
4	5	660,000	1650,000	0,000	1,000
4	6	488,000	953,000	-0,697	0,486
5	6	723,000	1713,000	-0,697	0,486

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53

Indicador “Pongo atención cuando un compañero expone en clase”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	4,7	5,0
2. Administración y Marketing	5,2	6,0
3. Administración y Negocios Internacionales	5,2	6,0
4. Administración y Recursos Humanos	5,7	6,0
5. Contabilidad	5,6	6,0
6. Economía	5,9	6,0

Fuente: Elaboración propia

En el indicador “Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta universidad” los estudiantes de la Escuela de Economía (6,2) tienen diferencia significativa entre los

puntajes de los estudiantes de Administración y Finanzas (5,2) , y Administración y Marketing (5,6), Administración y Negocios Internacionales (5,4). Entre las demás Escuelas no se encontró diferencia significativa (ver Tabla 54).

Tabla 54

Indicador “Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta universidad” de Atención en Autoeficacia Académica: Estadísticos^a de prueba H de Kruskal-Wallis, Comparación por pares de Escuelas Profesionales

I	J	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintótica (bilateral)
1	2	799,000	1579,000	-1,057	0,291
1	3	1403	2183	-0,593	0,553
1	4	462,000	1242,000	-1,534	0,125
1	5	686,000	1466,000	-1,621	0,105
1	6	433,000	1213,000	-2,983	0,003*
2	3	1667,000	4670,000	-0,767	0,443
2	4	632,500	1760,500	-0,794	0,427
2	5	924,000	2052,000	-0,918	0,359
2	6	581,000	1709,000	-2,554	0,011*
3	4	972,000	3975,000	-1,314	0,189
3	5	1409,500	4412,500	-1,590	0,112
3	6	890,000	3893,000	-3,172	0,002*
4	5	657,500	1647,500	-0,029	0,977
4	6	426,500	891,500	-1,566	0,117
5	6	631,500	1621,500	-1,652	0,098

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55

Indicador “Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta universidad”: Medidas de tendencia central por Escuelas Profesionales

	Media	Mediana
1. Administración y Finanzas	5,2	6,0
2. Administración y Marketing	5,6	6,0
3. Administración y Negocios Internacionales	5,4	6,0
4. Administración y Recursos Humanos	5,8	6,0

	Media	Mediana
5. Contabilidad	5,7	6,0
6. Economía	6,2	7,0

Fuente: Elaboración propia

c. Excelencia

El 76,9% de los estudiantes (ver Figura 13) de la Facultad de Ciencias de la Empresa muestran niveles altos (bastantes, casi siempre y siempre) de motivación y responsabilidad para realizar sus tareas de aprendizaje.

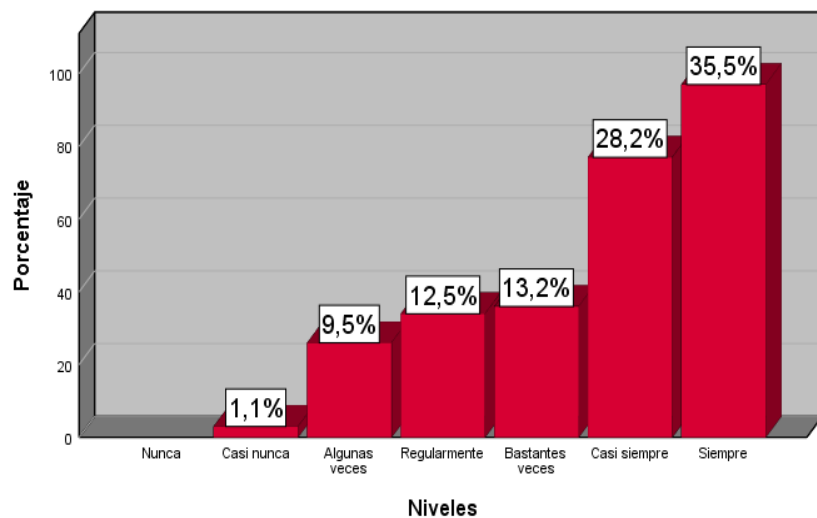


Figura 13. Distribución de entrevistados por Nivel de Excelencia de Autoeficacia Académica

Fuente: Encuesta de Bienestar académico y lealtad.

Los resultados de la Figura 13, muestra que la atención en clases de autoeficacia académica presenta diferencia significativa entre los puntajes obtenidos por los estudiantes de las Escuelas (Valor $p = 0,03 < \alpha =$ Nivel de confianza = $0,05$, no se rechaza H_0).

Tabla 56

*Excelencia en clases de Autoeficacia Académica:
Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis,
Comparación por Escuelas Profesionales.*

	Excelencia
H de Kruskal-Wallis	6,917
Gl	5
Sig. Asintótica	,227

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

En todos los indicadores de Excelencia no se encontró diferencia significativa entre los puntajes de los estudiantes de todas las Escuelas profesionales (ver Tabla 56).

Tabla 57

*Indicadores de Atención de Autoeficacia Académica:
Estadísticos de prueba^{a,b} H de Kruskal-Wallis,
Comparación por Escuelas Profesionales*

	H de Kruskal- Wallis	gl	Sig. asintótica
Cumplo con las tareas que me asignan en las clases que curso en esta universidad	8,960	5	,111
Me preparo para mis exámenes apoyándome en los apuntes de clase, el texto del curso y lecturas adicionales	9,692	5	,084
Entrego puntualmente los trabajos que me encargan en las clases que curso en esta universidad	5,387	5	,370
Soy cumplido en cuanto a mi asistencia en las clases que curso en esta universidad	6,799	5	,236

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Escuela Profesional

Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Contratación de Hipótesis

Para contrastar las hipótesis de investigación general y específicas 1 a 3 planteadas se aplicó la prueba no paramétrica de Correlación de

Spearman, debido que las variables en estudio están medidas en escala ordinal, las hipótesis que se contrastaron:

H₀: No existe correlación entre las variables, ($\rho = 0$).

H₁: Existe correlación entre las variables, ($\rho \neq 0$).

A. Hipótesis General

Con los resultados en la Tabla 58, se encontró correlación entre el involucramiento (engagement) académico y la lealtad de los estudiantes a la universidad (valor $p = 0 < \alpha = 0,01$, se rechaza H₀) y además esta relación es fuerte y positiva ($r = 0.725$).

Tabla 58

Prueba de correlación de Spearman Engagement y Lealtad

Rho de Spearman	Engagement académico	Coefficiente de correlación	,725**
		Valor p. (bilateral)	,000
		N	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

La lealtad de los estudiantes a la universidad también está relacionada (valor $p = 0 < 0,01 = \alpha =$ Nivel de significancia, se rechaza H₀) con cada una de las dimensiones de Engagement o involucramiento académico como vigor (0.731), dedicación (0.663) y atención (0.594) (ver Tabla 59).

Tabla 59

Prueba de correlación de Spearman: Lealtad y Dimensiones de Engagement Académico

		Vigor	Dedicación	Atención o Absorción	
Rho de Spearman	Lealtad	Coefficiente de correlación	,731	,663	,594
		Sig. (bilateral)	,000**	,000**	,000**
		N	273	273	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

B. Hipótesis Específicas

a. Hipótesis Específica 1

El compromiso afectivo reflejado en los lazos afectivos que los estudiantes sienten hacia la universidad se relaciona significativamente (0,839) en el involucramiento (engagement) académico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo (valor $p = 0 < 0.01$ se rechaza H_0 : No existe correlación entre las variables).

Tabla 60

Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Engagement académico

		Engagement académico	
Rho de Spearman	Compromiso Afectivo	Coefficiente de correlación	,839
		Sig. (bilateral)	,000**
		N	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Los lazos afectivos de los estudiantes a la universidad también están fuertemente relacionados (valor $p = 0 < 0,01 = \alpha =$ Nivel de significancia, se rechaza H_0) con cada una de las dimensiones de Engagement o involucramiento académico como vigor (0.796) reflejada en energía y resiliencia mental mientras estudian, dedicación (0.802) manifestándose en el significado, orgullo y entusiasmo por la carrera que estudian y atención (0.764) al estar plenamente concentrados en sus estudios (ver Tabla 61).

Tabla 61

Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Dimensiones de Engagement académico

		Vigor	Dedicación	Atención o Absorción	
Rho de Spearman	Compromiso Afectivo	Coeficiente de correlación	,796	,802	,764
		Valor p (bilateral)	,000**	,000**	,000**
		N	273	273	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

b. Hipótesis Específica 2

La creencia de autoeficacia académica, mediante la motivación y compromiso en su formación académica de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Empresa se relaciona significativamente en el engagement o involucramiento académico (Valor p = 0 < 0,01 se rechaza Ho, ver Tabla 62)

Tabla 62

Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Dimensiones de Engagement académico

		Engagement académico	
Rho de Spearman	Creencia de autoeficacia académica	Coeficiente de correlación	,817
		Valor p (bilateral)	,000**
		N	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Exponer sus ideas con claridad y seguridad (comunicación), poner atención a la opinión (atención) y expresar sus propias ideas mediante el diálogo (excelencia) con los docentes y compañeros durante sus

clases (dimensiones de Autoeficacia Académica) están fuertemente relacionados (valor $p = 0 < 0,01 = \alpha$ = Nivel de significancia, se rechaza H_0) con cada una de las dimensiones de Engagement o involucramiento académico como vigor, reflejada en energía y resiliencia mental mientras estudian, dedicación manifestándose en el significado, orgullo y entusiasmo por la carrera que estudian y atención al estar plenamente concentrados en sus estudios (ver Tabla 63).

Tabla 63

Prueba de correlación de Spearman: Dimensiones de Autoeficacia Académica y Dimensiones de Engagement académico

		Comunicación	Atención	Excelencia	
		n	n	a	
Rho de Spearman	Vigor	Coefficiente de correlación	,717	,733	,687
		Sig. (bilateral)	,000**	,000**	,000**
		N	273	273	273
	Dedicación	Coefficiente de correlación	,751	,749	,715
		Sig. (bilateral)	,000**	,000**	,000**
		N	273	273	273
	Atención o Absorción	Coefficiente de correlación	,712	,685	,652
		Sig. (bilateral)	,000**	,000**	,000**
		N	273	273	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

c. Hipótesis Específica 3

Los lazos afectivos (compromiso afectivo) hacia la universidad se relacionan significativamente (Valor $p = 0 <$

0.01 se rechaza Ho: No existe correlación entre las variables) en las creencias de autoeficacia académica percibida de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo (ver Tabla 64).

Tabla 64

Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Creencia de Autosuficiencia Académica

		Creencia de autosuficiencia académica	
Rho de Spearman	Compromiso Afectivo	Coefficiente de correlación	,789**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Los lazos afectivos de los estudiantes a la universidad también están fuertemente relacionados (valor $p = 0 < 0,01 = \alpha =$ Nivel de significancia, se rechaza Ho) con cada una de las dimensiones de Creencia de autoeficacia académica como comunicación (0.793) al exponer sus ideas con claridad y seguridad; atención (0.746) al escuchar con atención a sus compañeros y docentes, y excelencia (0,692) al dialogar para expresar sus ideas (ver Tabla 65).

Tabla 65

Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Dimensiones de Creencia de Autoeficacia Académica

		Comunicación	Atención	Excelencia
Compromiso Afectivo	Correlación de Spearman	,793**	,746**	,692**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	273	273	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

d. Hipótesis Específica 4

La percepción que tienen los estudiantes, de la Facultad de Ciencias de la Empresa, sobre su autoeficacia académica se relaciona significativamente con su lealtad a la universidad (Valor $p = 0 < 0,00$ se rechaza H_0 , ver Tabla 66).

Tabla 66

Prueba de correlación de Spearman: Creencia de autoeficacia académica y Lealtad

		Lealtad	
Rho de Spearman	autoeficacia académica	Coefficiente de correlación	,635**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	273

Fuente: Elaboración propia

La lealtad de los estudiantes a la universidad está fuertemente relacionada (valor $p = 0 < 0,0 = \alpha =$ Nivel de significancia, se rechaza H_0) con cada una de las dimensiones de Creencia de autoeficacia académica como comunicación (0,656) al exponer sus ideas con claridad y seguridad; atención (0,578) al escuchar con atención a sus compañeros y docentes, y excelencia (0,486) al dialogar para expresar sus ideas (ver Tabla 67).

Tabla 67

Prueba de correlación de Spearman: Lealtad y

Dimensiones de Creencia de Autoeficacia Académica

		Comunicación	Atención	Excelencia
Lealtad	Correlación de Spearman	,656**	,578**	,486**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	273	273	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

e. Hipótesis Específica 5

El compromiso afectivo que sienten los estudiantes, de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo, se relaciona significativamente (Valor $p = 0 < 0.01$ se rechaza H_0 : No existe correlación entre las variables) en la lealtad que sienten a la universidad en el periodo 2019-2 (Tabla 68).

Tabla 68

Prueba de correlación de Spearman: Compromiso afectivo y Lealtad

			Lealtad
Rho de Spearman	Compromiso Afectivo	Coefficiente de correlación	,788**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	273

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

f. Hipótesis Específica 6

Al comparar los puntajes de lealtad de los estudiantes a la universidad de los periodos 2019-2 y 2021-1, se encontró diferencia significativa entre ambos periodos (Tabla 69)

Tabla 69

Lealtad: Estadísticos de prueba Wilcoxon, Comparación por periodos^a

	Lealtad
U de Mann-Whitney	30619,500
W de Wilcoxon	68020,500
Z	-2,807
Sig. asintótica(bilateral)	,005

a. Variable de agrupación: Periodo

Fuente: Elaboración propia

Además, se observó que en el periodo 2021-1 aumentó significativamente la lealtad de los estudiantes a la universidad (Tabla 70).

Tabla 70

Lealtad: Medidas de resumen por periodo

		Lealtad	
Medida	Media	2019-2	4,06
		2021-1	4,40
Rango		2019-2	249,16
		2021-1	285,73

Fuente: Elaboración propia

El nivel de engagement (involucramiento) académico de los estudiantes no mostró cambios significativos en el 2021-1 en comparación al periodo 2019-2 (Tabla 71). Sin embargo, en la dimensión vigor académico (Tabla 71) ha disminuido la energía y resiliencia mental que ponen a sus estudios en el 2021-1. En las dimensiones dedicación y absorción no se encontró cambios significativos en el periodo 2021-1.

Tabla 71

Engagement académico: Estadísticos de prueba

Wilcoxon. Comparación por periodo ^a

	Vigor	Dedicación	Absorción	Engagement
		n		t
U de Mann-Whitney	31243,50 0	34833,500	32448,00 0	32947,500
W de Wilcoxon	65173,50 0	72234,500	66378,00 0	66877,500
Z	-2,457	-,383	-1,754	-1,478
Sig. asintótica(bilateral)	,014	,702	,080	,139

a. Variable de agrupación: Periodo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 72*Engagement: Medidas de resumen por periodo^a*

			Vigor	Dedicación	Absorción	Engagement
				n	n	t
Medida	Media	2019	4,07	4,61	4,16	4,18
		-2				
	Rango medio	2021	3,82	4,69	3,96	4,03
		-1				
		2019	282,5	264,60	278,14	276,31
		-2	5			
2021	250,6	269,53	255,30	257,22		
-1	7					

a. Variable de agrupación: Periodo

Fuente: Elaboración propia

El compromiso afectivo de los estudiantes a la universidad no mostró cambios significativos, en 2021-1, en sus lazos emocionales de los estudiantes con los valores, logro de sus metas y orgullo que sienten hacia la universidad (Tabla 73).

Tabla 73*Compromiso afectivo: Estadísticos de prueba Wilcoxon, Comparación por periodos^a*

	Compromiso afectivo
U de Mann-Whitney	34689,000
W de Wilcoxon	68619,000
Z	-,465
Sig. asintótica(bilateral)	,642

a. Variable de agrupación: Periodo

Fuente: Elaboración propia

Los estudiantes no mostraron cambios significativos en la motivación y compromiso que sienten en su formación académica, reflejada en la creencia que sienten en su Autoeficacia Académica (Tabla 74)

Tabla 74

Autoeficacia académica: Estadísticos de prueba Wilcoxon, Comparación por periodos ^a

	Comunicación	Atención	Exigencia	Autoeficacia
U de Mann-Whitney	31464,500	34737,500	30873,000	34519,500
W de Wilcoxon	65394,500	68667,500	68274,000	68449,500
Z	-2,320	-,438	-2,725	-,566
Sig. asintótica(bilateral)	,020	,661	,006	,571

a. Variable de agrupación: Periodo

Fuente: Elaboración propia

En la dimensión comunicación, Tabla 75, se observó disminución significativa de los niveles para comunicar sus ideas con claridad y seguridad dentro del aula de clases de la universidad. Contrario a lo observado en la dimensión exigencia, aumentó la motivación intrínseca y responsabilidad para realizar eficazmente sus tareas de aprendizaje. En cuanto a la atención que ponen los estudiantes ante la opinión de los docentes y compañeros durante sus clases aumentó en el periodo 2021-1.

Tabla 75

Autoeficacia académica: Medidas de resumen por periodo ^a

		Comunicación	Atención	Exigencia	Autoeficacia	
Medida	Mediana	2019	4,34	4,58	4,64	4,49
		-2				
		2021	4,06	4,55	4,95	4,46
		-1				
Medio	Rango	2019	281,75	269,76	250,09	270,55
		-2				
		2021	251,52	264,11	284,76	263,27
		-1				

Fuente: Elaboración propia

Con la contrastación de la hipótesis general y las hipótesis específicas se generó el siguiente gráfico que relaciona las variables estudiadas y es una propuesta para crear lealtad a la universidad.

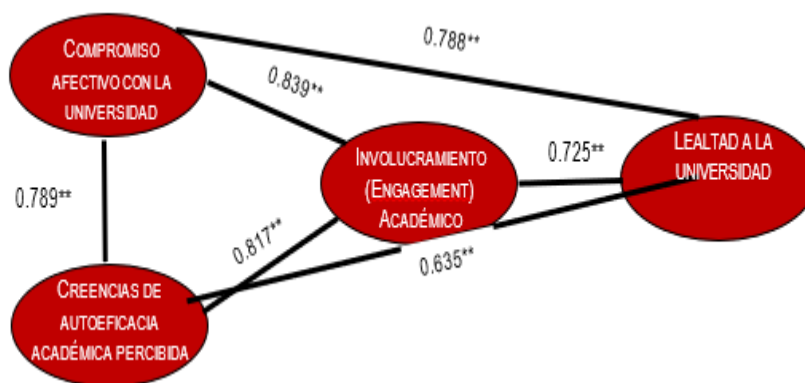


Figura 14. Relación entre variables

Nota: **La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

5.2. Discusión de Resultados

Respecto a la hipótesis de investigación se determinó que el involucramiento (engagement) académico, de los estudiantes de pregrado de quinto a séptimo periodo de la Facultad Ciencias de la Empresa, está relacionada significativa y positivamente con la lealtad a la universidad y es predictor de ella. Esto coincide con los resultados de Cavazos y Encinas (2016) que esta relación la encontraron en estudiantes de posgrado. Lo que indica que el compromiso, esfuerzo y participación de calidad que pongan los estudiantes en sus actividades de aprendizaje o que participen en actividades en el aula para alcanzar resultados académicos positivos, a partir de mostrar altos niveles de energía y resiliencia mental para la realización de labores como estudiante (vigor académico), alta implicación en sus carrera y tareas académicas (dedicación académica) y alto estado de concentración e inmersión en los estudios (Absorción académica) incide en la preferencia, intenciones de recomendación y recompra (seleccionar para nuevos estudios) de los servicios de la universidad (Brown y Mazzarol, 2009).

Desde el punto de vista de Meyer y Herscovitch (2001) el compromiso afectivo se correlaciona significativamente con una gama más amplia de medidas de resultado. En la investigación se comprobó que los lazos afectivos de los estudiantes a la universidad están fuerte y positivamente relacionados y es un predictor del involucramiento (engagement) académico. Esto implica que un fuerte sentido de identificación, lealtad, afiliación y obligación como definen Gustafsson, Johnson y Roos (2005) del compromiso afectivo son predictores del involucramiento (engagement) académico.

Se presentó relación significativa y positiva entre la creencia de autoeficacia académica, e involucramiento (engagement) académico, este resultado se confirma con lo mencionado por Bandura (1995) que los estudiantes con altas expectativas de autoeficacia son más capaces de autorregular eficazmente su aprendizaje y gozan de mayor motivación académica intrínseca y obtienen mejores resultados cuando aprenden. En consecuencia, la mejora de las expectativas de autoeficacia incrementa la motivación y el rendimiento en las tareas de aprendizaje (González & Tourón, 1992).

Cavazos y Encinas (como citaron a Luthans y Peterson, 2002) mencionaron que la dimensión emocional del compromiso impacta en la autoeficacia, en esta misma línea la investigación determinó que el compromiso afectivo hacia la universidad influye fuerte y directamente en las creencias de autoeficacia académica percibida de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Empresa. Además, como mencionan Cavazos y Encinas (2016) “el estudiante -cliente requiere de esfuerzos mentales, físicos y emocionales, el compromiso afectivo con la universidad para que se originen las transacciones de servicios de valor” (p.7).

Por último, relacionando los resultados de las hipótesis planteadas en la investigación se identificó que el compromiso afectivo de los estudiantes a la universidad es un fuerte predictor de la lealtad de los estudiantes a la universidad, debido que influye positiva y significativamente sobre la creencia de autoeficacia académica percibida y sobre el involucramiento (engagement)

y este sobre la lealtad a la universidad. Este resultado está relacionado con lo encontrado por Cavazos y Encinas (2016):

La investigación aporta en la comprensión de que la lealtad es explicada por la implicación que tiene una persona en su proceso académico como estudiante de posgrado. A su vez, tanto las creencias de autoeficacia académica percibida como el compromiso afectivo son predictores de la lealtad, a través del engagement académico. (p.7)

Conclusiones

A partir de los resultados del capítulo anterior se concluye en la investigación:

1. El engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones se relacionan positiva y significativamente con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa hacia la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
2. El compromiso afectivo reflejado en los lazos afectivos que sienten los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa hacia la universidad se relaciona positiva y significativamente con el engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones en el periodo 2019-2.
3. La creencia de autoeficacia académica y sus dimensiones percibidas por los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de Ciencias de la Empresa se relacionan positiva y significativamente con el engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones en el periodo 2019-2.
4. El compromiso afectivo hacia la universidad **influye** en las creencias de autoeficacia académica percibida por los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.
5. La percepción que tienen los estudiantes de quinto a séptimo ciclo, de la Facultad de Ciencias de la Empresa, sobre su autoeficacia académica se relaciona significativamente con su lealtad a la universidad. También, las dimensiones de autoeficacia académica también se relacionan con la lealtad de los estudiantes en el periodo 2019-2.

6. El compromiso afectivo que sienten los estudiantes, de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo, se relaciona significativamente con la lealtad que sienten a la universidad en el periodo 2019-2.
7. Al comparar los niveles de lealtad, engagement (involucramiento) académico, compromiso afectivo y creencia de autoeficacia académica de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo de los periodos 2019-2 y 2021-10, no se encontró diferencia significativa de sus puntajes.
8. La participación activa de los estudiantes de quinto a séptimo periodo de la Facultad de Ciencias de la Empresa en su proceso de aprendizaje, reflejada en energía y resiliencia mental mientras estudian (vigor), el significado, orgullo y entusiasmo por la carrera que estudian (dedicación) y estar plenamente concentrados en sus estudios (atención) también influyó en la lealtad a la universidad.

Además, se encontró que el nivel de involucramiento (engagement) académico es el mismo en todas las Escuelas profesionales.

9. El nivel de lealtad a la universidad es diferente entre los estudiantes de las diferentes Escuelas de la Facultad de Ciencias de la Empresa. Esta diferencia se centra en que no fue la universidad su primera opción para realizar sus estudios, en la cual los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales es menor en comparación a las demás Escuelas profesionales a excepción de Economía.
10. Además, el compromiso afectivo de los estudiantes de quinto a séptimo periodo de la Facultad de Ciencias de la Empresa influye positiva y significativamente en cada uno de los factores (vigor, dedicación y atención) del involucramiento (engagement) académico. El nivel de compromiso afectivo a la universidad es el mismo en todas las Escuelas profesionales.

11. Los estudiantes de quinto a séptimo periodo de la Facultad de Ciencias de la Empresa cuando exponen sus ideas con claridad y seguridad (comunicación), ponen atención a la opinión (atención) de los docentes y sus compañeros, y expresan sus propias ideas mediante el diálogo (excelencia) a los docentes y compañeros durante sus clases influyen positiva y significativamente con cada una de las dimensiones (vigor, dedicación y atención) de involucramiento (engagement) académico.

12. El compromiso afectivo de los estudiantes de quinto a séptimo periodo de la Facultad de Ciencias de la Empresa influye positiva y significativamente en cada una de las dimensiones (comunicación, atención y excelencia) de creencias de autoeficacia académica percibida.

Recomendaciones

En varias investigaciones, así como en la Universidad Continental se relaciona frecuentemente la lealtad de los estudiantes universitarios con la satisfacción de sus servicios. Sin embargo, se necesita analizar la lealtad de sus estudiantes hacia la universidad con otras variables como el nivel de involucramiento (engagement) en sus procesos de aprendizaje, la percepción personal de su eficacia académica y el compromiso afectivo hacia la institución universitaria mediante su preferencia, recomendación y recompra de sus servicios, poco estudiado en nuestro medio.

Los resultados de esta investigación sugieren que el involucramiento (engagement) académico, creencia de autoeficacia académica y el compromiso afectivo hacia la institución pueden ser buenos predictores para desarrollar la lealtad de sus estudiantes, debido que están fuertemente relacionados. Por lo que se recomienda generar estrategias de compromiso afectivo en ellos, mediante lazos emocionales que los identifique con los valores de la institución, que puedan aportar en el logro de sus metas y sentir orgullo hacia su carrera y la universidad.

Este compromiso será un motor para lograr la motivación en su formación profesional, autoeficacia académica. Sin embargo, también se debe capacitar a los docentes con estrategias que permitan a los estudiantes ser partícipe de su formación dentro de las aulas, comunicando sus ideas con seguridad y claridad, escuchando con atención a sus docentes y compañeros, además, de cumplir con excelencia con sus actividades académicas.

Desarrollar investigaciones dirigidas a conocer la lealtad a instituciones de educación superior relacionada con el involucramiento (engagement) académico, compromiso afectivo y creencia de autoeficacia académica.

Aplicar metodologías de ecuaciones estructurales para determinar modelos que expliquen el comportamiento de estas variables con mayores tamaños de muestras.

Ampliar la investigación a los demás ciclos, programas y facultades de la universidad a fin de analizar sus comportamientos.

Construir modelos predictivos con las variables investigadas a fin elaborar estrategias preventivas para la retención de los estudiantes.

Referencias Bibliográficas

- Aaker, D. A. (2012). *Building Strong Brands*. Simon and Schuster.
- Albeiro-Walton, J. (2003). Self-efficacy gender in college students with disabilities. *Information analyses*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2019, de <http://www.eric.ed.gov>
- Alcántara López, K. S. (2019). *Estudiantes de Alto Rendimiento: Compromiso Académico, Estrés Académico y Bienestar*. Tesis Pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Astin, A. W. (1984). Student involvement: A developmental theory for higher education. *Journal of College Student Personnel*, 1(25), 297-308.
- Bandura, A. (1995). Exercise of personal and collective efficacy. (A. Bandura, Ed.) *Self-efficacy in changing societies*, 1-45.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy, the exercise of control*. New York: Freeman and Company.
- Baptista, M. V., & León, M. de F. (2013). Estrategias de lealtad de clientes en la banca universal. *Estudios Gerenciales*, 29(127), 189–203.
- Borzone Valdebenito M.A. (2017). Autoeficacia y vivencias académicas en estudiantes universitarios. *Acta Colombiana de Psicología*, 20(1), 266-274. DOI: 10.14718/ACP.2017.20.1.13
- Bravo Chavez, O. (2020). Determinantes de la lealtad en una universidad privada - 2019. Tesis Doctoral, Universidad César Vallejo, Lima.
- Brault-Labbé, A., & Dubé, L. (2009). Mieux comprendre l'engagement psychologique: revue théorique et proposition d'un modèle intégratif. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 81, 115-131.
- Brooks, R., Brooks, S., & Godstein, S. (2012). The power of mindsets: nurturing engagement, motivation and resilience in students. En *Handbook of research on student engagement* (págs. 541-562). New York: Springer.

- Brown, R. M., & Mazzarol, T. W. (2009). The Importance of Institutional Image to Student Satisfaction and Loyalty within Higher Education. *Springer*, 58(1), 81-95.
- Bustos, C., & Gonzales, O. (2006). Papel del formato comercial en la lealtad al establecimiento minorista. *Revista Tribuna de Economía*(828), 269-288.
- Byer, J. L. (2001). The Effects of College Students' Perceptions of Teaching and Learning on Academic Self-Efficacy and Course Evaluations. *the Annual Meeting of the Mid-South Educational Research Association* , 1-22.
- Carhuancho, z. C. (2014). Calidad de servicio en la lealtad del cliente en la institución educativa particular Bertold Bretch filial Huancayo. Tesis de grado, Universidad Nacional del Centrol del Perú, Huancayo.
- Carmeli, A., & Freund, A. (2009). Linking Perceived External Prestige and Intentions to Leave the Organization: The Mediating Role of Job Satisfaction and Affective Commitment. *Journal of Social Service Research*, 35(3), 236-250.
- Cavazos, J., & Encinas, F. C. (2016). Influencia del engagement académico en la lealtad de estudiantes de posgrado: un abordaje a través de un modelo de ecuaciones estructurales. *Estudios Gerenciales*, 32(140), 228-238.
- Chang, C., & Tu, C. (2005). Exploring Store Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty Relationship: Evidence from Taiwanese Hypermarket Industry. *Journal of American Academy of Business*, 7(2), 197-203.
- Charlot, B. (2009). *A escola e o trabalho dos alunos*. Anais do XVII Colóquio da Association Francophone Internationale de Recherche Scientifique em Education.
- Delgado, E. (2004). Estado actual de la investigación sobre lealtad de marca: una revisión teórica. *Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*(30), 16-24.
- Dwyer, F., Schurr, P., & Oh, S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketíng*, 51 (Abril), 11-27.
- Finkel, E., Rusbult, C., Kumashiro, M., & Hannon, P. (2002). aling with Betrayal in Close Relationships: Does Commitment Promote Forgiveness? *Journal of Personality and Social Psychology*(82 (Junio)), 956-974.

- Ganesan, S., Brown, S., Mariadoss, B., & Ho, H. (2010). Buffering and Amplifying Effects of Relationship Commitment in Business-to-Business Relationships. *Journal of Marketing Research*, 47(2), 361-373.
- Gómez S. David; Martínez L. Eugenia I; Recio R. Ramón G; López G. Héctor. (2013). Lealtad, Satisfacción y Rendimiento Académico en los Estudiantes de la UASLP-UAMZM. *Sophia*, Vol. (9), 1-17.
- González, D. O. (2017). *Engagement en el estudio, inteligencia emocional y rendimiento académico en estudiantes de la Carrera Profesional de Ingeniería Forestal de la UNSAAC, 2014*. Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- González, M. C., & Tourón, J. (1992). Autoconcepto y rendimiento escolar: Sus implicaciones en la motivación y en la autorregulación del aprendizaje. *Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra*, 74-83.
- Guerreiro-Casanova, D. C., & Jorge, S. A. (2011). Autoeficácia na Formação Superior: Percepções Durante o Primeiro Ano de Graduação. *PSICOLOGIA: CIÊNCIA E PROFISSÃO*, 31(1), 50-65.
- Gustafsson, A., Johnson, M., & Roos, I. (2005). The Effects of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, and Triggers on Customer Retention. *Journal of Marketing*(69 (Octubre)), 210-218.
- Haslam, S., Jetten, J., O'Brien, A., & Jacobs, E. (2004). Social identity, social influence and reactions to potentially stressful tasks: support for the self-categorization model of stress. *Health and Stress*(20), 3-9.
- Helgesen, O., & Nasset, E. (2011). "Does LibQUAL + account for student loyalty to a university college library? *Quality Assurance in Education*, 19(4), 413-440.
- Hennig-Thurau, T., Langer, M. F., & Hansen, U. (2001). Modeling and managing student loyalty: An approach based on the concept of relationship quality. *Journal of Service Research*, 3(4), 331-344. doi:10.1177/109467050134006
- Herrbach, O. (2006). A Matter of Feeling? The Affective Tone of Organizational Commitment and Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 27(5), 629-643.
- Herrera, L. (2013). Conceptualización académica de la excelencia en el ámbito universitario. *Omnia*, 19(1) 86-98.

- Horstmanshof, L., & Zimitat, C. (2007). Future time orientation predicts academic engagement among first-year university students. *The British Psychological Society*, 77(3), 703-718.
- Huaman, M., & Soto, M. (2019). Lealtad de Marca. Tesis de grado. Universidad Peruana Unión.
- Jimenez, R (2019). La calidad del servicio educativo u su relación con la satisfacción y la lealtad desde la percepción en los estudiantes en una universidad pública y en una universidad privada en la ciudad de Piura. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Piura, Piura.
- Lengnick-Hall, C. A., Claycomb, V., & Inks, L. W. (2000). From recipient to contributor: Examining customer roles and experienced outcomes. *European Journal of Marketing*(34), 359-383.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2007). *Service Marketing- People, Technology, Strategy*. NJ: Pearson Prentice Hall.
- McInnis, C., James, R., & Hartley, R. (2000). *Trends in the first year experience*. Canberra: DETYA: Higher Education Division.
- Medrano, L. A., Moretti, L., & Ortiz , A. (2015). Medición del Engagement Académico en Estudiantes Universitarios. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación*, 40(1), 114-123.
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace. Toward a general model. *Human Resource Management Review*(11), 299-326.
- Meyer, J., & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational. *Human Resource Management Review*(1), 61-89.
- Morrison, E., & Robinson, S. (1997). "When Employees Feel Betrayed: A Model of How Psychological Contract Violation Develops. *Academy of Management Journal*, 22(1), 226-256.
- Mostert, K., Pienaar, J., Gauche, C., & Jackson, L. (2007). Burnout and engagement in university students: A psychometric analysis of the MBI-SS and UWES-S. *South African Journal Of Higher Education*,, 21(1), 147-162.
- Moreno, N.V. (2019). Propiedades psicométricas de la Escala de Utrecht de Engagement Académico en estudiantes de una universidad privada de Trujillo. Tesis de grado, Universidad Privada Antenos Orrego, Trujillo.

- Odin, Y., Odin, N., & Valette-Florence, P. (2001). Conceptual and operational aspects of brand loyalty. An empirical investigation. *Journal of Business Research*(53), 75-84.
- Orezolli, C (2017) Engagement académico en estudiantes de clase espejo en una universidad privada del Perú, durante el año 2016. Tesis Maestría, Universidad Privada del Norte, Trujillo
- Ornelas, M., Blanco, H., Peinado, J. E., & Blanco, J. R. (2012). Autoeficacia percibida en conductas académicas en universitarios. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 17(54), 779-791.
- Pajares, F., & Schunk, D. H. (2001). Self-Beliefs and school success: Self-efficacy, Self-concept, and school achievement. (R. Riding, & S. Rayner, Edits.) *Perception*, 239-266.
- Pérez, M., Molero, M., Barragán, A., Martos, A., Simón, M., & Gázquez, J. (2018). Autoeficacia y engagement en estudiantes de Ciencias de la Salud y su relación con la autoestima. *Publicaciones*, 48(1), 161-172. doi:10.30827/publicaciones.v48i1.7323
- Pirot, L., & De Ketele, J. (2000). L'engagement académique de l'étudiant comme facteur de réussite à l'université – étude exploratoire menée dans deux facultés contrastés. *Revue des Sciences de l'Éducation*, 26(2), 367-394.
- Prieto, L. (2003). *La autoeficacia en el contexto académico. Exploración bibliográfica comentada*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2019, de <http://www.des.emory.edu/mfp/prieto.pdf>
- Reichheld, F. (1996). *The Loyalty effect: The hidden force behind growth, profits and lasting value*. Boston: Harvard Business School Press.
- Rodie, A., & Kleine, S. (2000). Customer participation in services production and delivery. (T. A. Swartz, & D. Iacobucci, Edits.) *Sage Publications*, 111-125.
- Sánchez, H (2018) Satisfacción estudiantil en Educación superior: Validez de su medición. Universidad Sergio Arboleda.
- Salanova, M., & Schaufeli, W. B. (2000). Exposure to Information Technologies and its relation to Burnout. *Behavior and Information Technology*, 19, 385-392.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. (2002). The measurement of burnout and engagement. A confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.

- Schaufeli, W., & Bakker, A. (2003). *Utrecht Work Engagement Scale*. Holanda: Utrecht University.
- Schaufeli, W., & Enzmann, D. (1998). *The burnout companion to study and research: A critical analysis*. London: Taylor y Francis.
- Schaufeli, W., Salanova, S., González-Roma, & Bakker, A. (2000). The Measurement of Engagement and Burnout: a two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Scheepers, D., & Ellemers, N. (2005). When the pressure is up: the assessment of social identity threat in low and high status groups. *Journal of Experimental Social Psychology*(41), 192-200.
- Schunk, D., & Zimmerman, B. (1997). Developing self-efficacious readers and writers: the role of social and self-regulatory processes. *International Reading Association*, 34-50.
- Skinner, E. A., Kindermann, T. A., & Furrer, C. J. (2009). A motivational perspective on engagement and disaffection: conceptualization and assessment of children's behavioral and emotional participation in academic activities in the classroom. *Educational and Psychological Measurement*(69), 493-525.
- Stallworth-Clark, R., Nolen, M. T., Warketing, R., & Scott, J. S. (2000). College students' academic performance: The interaction of strategy engagement, content and context. *American Educational Research Association Annual Meeting*. Recuperado el 2019 de Noviembre de 27, de <http://www.eric.ed.gov>.
- Tejeda, R.R., Salazar, Ch. N. (2019). Correlación entre los niveles de satisfacción y lealtad del alumno de la universidad privada Leonardo Da Vinci de Trujillo.
- Torres, I. (2019). *Diferencias en Engagement académico según el sexo en estudiantes que trabajan en una Universidad Privada de Lima . Tesis Grado, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima*
- Trowler, V. (2010). *Student engagement literature review*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2019, de https://www.heacademy.ac.uk/system/files/studentengagementliteraturereview_1.pdf
- Vázquez, R., & Álvarez, B. (2007). Consumers' characteristics and brand choice behaviour: Loyalty and consumption. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 15(2), 121-124.

Yi, Y., & Gong, T. (2013). Customer value co-creation behavior: Scale development and validation. *Journal of Business Research*, 66, 1279-1284.

Anexos

Anexo 1: Instrumentos de Recolección de Datos

CUESTIONARIO DE BIENESTAR ACADÉMICO (UWES - S)

ID	ITEMS	Nunca o Ninguna vez	Casi nunca o Pocas veces al año	Algunas veces o Una vez al mes o menos	Regularmente o Pocas veces al mes	Bastante veces o Una vez por semana	Casi siempre o Pocas veces por semana	Siempre o Todos los días
		0	1	2	3	4	5	6
VI1	Quando me levanto por la mañana, tengo ganas de ir a clase o estudiar							
VI2	Mis tareas como estudiante me hacen sentir lleno de energía							
VI3	En mis tareas como estudiante no paro incluso si no me encuentro bien							
VI4	Puedo seguir estudiando durante largos períodos de tiempo							
VI5	Soy muy "resiliente" para afrontar mis tareas como estudiante							
VI6	Me siento fuerte y con mucha energía cuando estoy estudiando o voy a las clases							
DE1	Mi carrera es retardadora para mí							
DE2	Mis estudios en esta universidad me inspiran							
DE3	Estoy entusiasmado con mi carrera							
DE4	Estoy orgulloso de hacer esta carrera							
DE5	Creo que mi carrera tiene significado y propósito							
AB1	Olvido todo lo que pasa alrededor de mí cuando estoy abstraído con mis estudios							
AB2	El tiempo "pasa volando" cuando realizo mis tareas como estudiante							
AB3	Me "dejo llevar" cuando realizo mis tareas como estudiante							
AB4	Es difícil para mí separarme de mis estudios							
AB5	Estoy inmerso en mis estudios							
AB6	Soy feliz cuando estoy haciendo tareas relacionadas con mis estudios							

CUESTIONARIO DE LEALTAD

ID	ITEMS	Nunca o Ninguna vez	Casi nunca o Pocas veces al año	Algunas veces o Una vez al mes o menos	Regularmente o Pocas veces al mes	Bastante veces o Una vez por semana	Casi siempre o Pocas veces por semana	Siempre o Todos los días
		0	1	2	3	4	5	6
LE1	Digo cosas positivas sobre esta universidad a otras personas							
LE2	Recomiendo esta universidad a quien me pide consejo							
LE3	Motivo a amigos y familiares a estudiar en esta universidad							
LE4	Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios							
LE5	Consideraría volver a estudiar en esta universidad en los próximos años							

CUESTIONARIO DE COMPROMISO AFECTIVO

ID	ITEMS	Nunca o Ninguna vez	Casi nunca o Pocas veces al año	Algunas veces o Una vez al mes o menos	Regularmente o Pocas veces al mes	Bastante veces o Una vez por semana	Casi siempre o Pocas veces por semana	Siempre o Todos los días
		0	1	2	3	4	5	6
CA1	Creo que mis valores personales y los valores de esta universidad son muy semejantes							
CA2	Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas							
CA3	Me siento orgulloso de ser parte de esta universidad							
CA4	Esta universidad me inspira para que dé lo mejor de mí en mis estudios							
CA5	Realmente me preocupa el éxito de esta universidad							
CA6	Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles							

CUESTIONARIO CREENCIA DE AUTOSUFICIENCIA ACADÉMICA

ID	ITEMS	Nunca o Ninguna vez	Casi nunca o Pocas veces al año	Algunas veces o Una vez al mes o menos	Regularmente o Pocas veces al mes	Bastante veces o Una vez por semana	Casi siempre o Pocas veces por semana
		0	1	2	3	4	5
CO1	Expreso mis ideas con claridad en las clases que curso en esta universidad						
CO2	Hago comentarios y aportaciones pertinentes en las clases que curso en esta universidad						
CO3	En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad						
CO4	Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad						
AT1	Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad						
AT2	Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta universidad						
AT3	Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase						
AT4	Pongo atención cuando un compañero expone en clase						
AT5	Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta universidad						
EX1	Cumplo con las tareas que me asignan en las clases que curso en esta universidad						
EX2	Me preparo para mis exámenes apoyándome en los apuntes de clase, el texto del curso y lecturas adicionales						
EX3	Entrego puntualmente los trabajos que me encargan en las clases que curso en esta universidad						
EX4	Soy cumplido en cuanto a mi asistencia en las clases que curso en esta universidad						

Anexo 2: Matriz de Consistencia

INFLUENCIA DEL INVOLUCRAMIENTO ACADÉMICO EN LA LEALTAD DE ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA DE LA UNIVERSIDAD CONTINENTAL																																																																		
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES			METODOLOGÍA																																																												
<p>Problema general: ¿De qué manera el engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones se relaciona con la lealtad de los estudiantes, de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa, hacia la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?</p> <p>Problemas específicos: 1. ¿De qué manera se relaciona el compromiso afectivo a la universidad con el engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2? 2. ¿De qué manera se relacionan las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones con el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?</p>	<p>Objetivo general: Determinar de qué manera se relaciona el engagement (involucramiento) académico y sus dimensiones con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa hacia la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p> <p>Objetivos Específicos: 1. Determinar de qué manera se relaciona el compromiso afectivo hacia la universidad con el engagement (involucramiento) académico, y en sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2. 2. Determinar de qué manera se relaciona las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones con el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p>	<p>Hipótesis General: El engagement (involucramiento) académico de los estudiantes y sus dimensiones se relacionan significativamente con la lealtad a la universidad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p> <p>Hipótesis Específicas: 1. El compromiso afectivo a la universidad se relaciona significativamente con el engagement (involucramiento) académico, y en sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2. 2. Las creencias de autoeficacia académica percibidas se relacionan significativamente con el engagement (involucramiento) académico de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p>	<p>Las variables, dimensiones e indicadores de la hipótesis general son:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Variable</th> <th style="width: 15%;">Dimensiones</th> <th style="width: 70%;">Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="15" style="text-align: center; vertical-align: middle;">VARIABLE X: ENGAGEMENT ACADÉMICO</td> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Vigor</td> <td>Quando me levanto en la mañana, tengo ganas de ir a clases</td> </tr> <tr> <td>Quando hago mis tareas como estudiante, me siento lleno de energía</td> </tr> <tr> <td>En lo que se refiere a mis estudios, me preocupo y soy perseverante, incluso cuando las cosas no van bien</td> </tr> <tr> <td>En lo que se refiere a mis estudios, me preocupo y soy perseverante, incluso cuando las cosas no van bien</td> </tr> <tr> <td>Soy muy resiliente mentalmente en la medida en la que me preocupo por mis estudios</td> </tr> <tr> <td>Me siento vigoroso cuando estudio o voy a clase</td> </tr> <tr> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Dedicación</td> <td>Para mí, mis estudios en esta universidad son un reto</td> </tr> <tr> <td>Mis estudios en esta universidad me inspiran</td> </tr> <tr> <td>Soy entusiasta sobre mis estudios en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Estoy orgulloso de mis estudios en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Encuentro mis estudios en esta universidad llenos de significado y propósito</td> </tr> <tr> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Absorción o Concentración en los estudios</td> <td>Quando estoy estudiando me olvido de todo lo demás a mi alrededor</td> </tr> <tr> <td>El tiempo vuela cuando estoy estudiando</td> </tr> <tr> <td>Me dejo llevar cuando estoy estudiando</td> </tr> <tr> <td>Me resulta difícil separarme de mis estudios</td> </tr> <tr> <td>Estoy inmerso en mis estudios de posgrado</td> </tr> <tr> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">VARIABLE Y: LEALTAD</td> <td>Me siento feliz cuando estoy estudiando intensamente</td> </tr> <tr> <td>Digo cosas positivas sobre esta universidad a otras personas</td> </tr> <tr> <td>Recomiendo esta universidad a quien me pide consejo</td> </tr> <tr> <td>Motivo a amigos y familiares a estudiar en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios</td> </tr> <tr> <td>Consideraría volver a estudiar en esta universidad en los próximos años</td> </tr> </tbody> </table> <p>Las variables, dimensiones e indicadores de las hipótesis específicas son:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Variable</th> <th style="width: 15%;">Dimensión</th> <th style="width: 70%;">Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="10" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Variable X1: Compromiso o Afectivo</td> <td rowspan="10" style="text-align: center; vertical-align: middle;"></td> <td>Creo que mis valores personales y los valores de esta universidad son muy semejantes</td> </tr> <tr> <td>Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas</td> </tr> <tr> <td>Me siento orgulloso de ser parte de esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Esta universidad me inspira para que dé lo mejor de mí en mis estudios</td> </tr> <tr> <td>Realmente me preocupa el éxito de esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles</td> </tr> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Variable X2: Creencia de autoeficacia académica</td> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Comunicación</td> <td>Expreso mis ideas con claridad en las clases que curso en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Hago comentarios y aportaciones pertinentes en las clases que curso en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad</td> </tr> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Atención</td> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;"></td> <td>Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta</td> </tr> <tr> <td>Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase</td> </tr> <tr> <td>Pongo atención cuando un compañero expone en clase</td> </tr> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Excelencia</td> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;"></td> <td>Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta</td> </tr> <tr> <td>Cumplo con las tareas que me asignan en las clases que curso en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Me preparo para mis exámenes apoyándome en los apuntes de clase, el texto del curso y lecturas adicionales</td> </tr> <tr> <td>Entrego puntualmente los trabajos que me encargan en las clases que curso en esta universidad</td> </tr> <tr> <td>Soy cumplido en cuanto a mi asistencia en las clases que curso en esta universidad</td> </tr> </tbody> </table>			Variable	Dimensiones	Indicadores	VARIABLE X: ENGAGEMENT ACADÉMICO	Vigor	Quando me levanto en la mañana, tengo ganas de ir a clases	Quando hago mis tareas como estudiante, me siento lleno de energía	En lo que se refiere a mis estudios, me preocupo y soy perseverante, incluso cuando las cosas no van bien	En lo que se refiere a mis estudios, me preocupo y soy perseverante, incluso cuando las cosas no van bien	Soy muy resiliente mentalmente en la medida en la que me preocupo por mis estudios	Me siento vigoroso cuando estudio o voy a clase	Dedicación	Para mí, mis estudios en esta universidad son un reto	Mis estudios en esta universidad me inspiran	Soy entusiasta sobre mis estudios en esta universidad	Estoy orgulloso de mis estudios en esta universidad	Encuentro mis estudios en esta universidad llenos de significado y propósito	Absorción o Concentración en los estudios	Quando estoy estudiando me olvido de todo lo demás a mi alrededor	El tiempo vuela cuando estoy estudiando	Me dejo llevar cuando estoy estudiando	Me resulta difícil separarme de mis estudios	Estoy inmerso en mis estudios de posgrado	VARIABLE Y: LEALTAD	Me siento feliz cuando estoy estudiando intensamente	Digo cosas positivas sobre esta universidad a otras personas	Recomiendo esta universidad a quien me pide consejo	Motivo a amigos y familiares a estudiar en esta universidad	Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios	Consideraría volver a estudiar en esta universidad en los próximos años	Variable	Dimensión	Indicadores	Variable X1: Compromiso o Afectivo		Creo que mis valores personales y los valores de esta universidad son muy semejantes	Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas	Me siento orgulloso de ser parte de esta universidad	Esta universidad me inspira para que dé lo mejor de mí en mis estudios	Realmente me preocupa el éxito de esta universidad	Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles	Variable X2: Creencia de autoeficacia académica	Comunicación	Expreso mis ideas con claridad en las clases que curso en esta universidad	Hago comentarios y aportaciones pertinentes en las clases que curso en esta universidad	En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad	Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad	Atención		Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad	Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta	Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase	Pongo atención cuando un compañero expone en clase	Excelencia		Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta	Cumplo con las tareas que me asignan en las clases que curso en esta universidad	Me preparo para mis exámenes apoyándome en los apuntes de clase, el texto del curso y lecturas adicionales	Entrego puntualmente los trabajos que me encargan en las clases que curso en esta universidad	Soy cumplido en cuanto a mi asistencia en las clases que curso en esta universidad	<p>Método: Científico</p> <p>Tipo o alcance: Aplicada</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental - Correlacional</p> <p>Población: La población en estudio está conformada por dos grupos independientes de estudiantes de 5to a 7mo periodo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental matriculados en el semestre del 2019-2 y 2021-1: 1022 estudiantes matriculados en el periodo 2019-2 y 857 estudiantes matriculados en el periodo 2021-1 Se seleccionó estudiantes de 5to al 7mo periodo, dado que son estudiantes que tienen mayor experiencia en proceso académico de la universidad.</p> <p>Muestra: La muestra fue de 273 estudiantes de 2019-2 y 260 estudiantes de 2020-1 de la Facultad de Ciencias de la Empresa, calculada con 4% de margen de error, 95% de confianza y criterio de máxima varianza (59% de probabilidad de éxito). La selección de los elementos muestrales fue no probabilística por cuotas, se utilizó la técnica de entrevista por correo. Se indicó el objetivo de la investigación y se solicitó inicialmente la aceptación para completar el cuestionario.</p>
Variable	Dimensiones	Indicadores																																																																
VARIABLE X: ENGAGEMENT ACADÉMICO	Vigor	Quando me levanto en la mañana, tengo ganas de ir a clases																																																																
		Quando hago mis tareas como estudiante, me siento lleno de energía																																																																
		En lo que se refiere a mis estudios, me preocupo y soy perseverante, incluso cuando las cosas no van bien																																																																
		En lo que se refiere a mis estudios, me preocupo y soy perseverante, incluso cuando las cosas no van bien																																																																
		Soy muy resiliente mentalmente en la medida en la que me preocupo por mis estudios																																																																
	Me siento vigoroso cuando estudio o voy a clase																																																																	
	Dedicación	Para mí, mis estudios en esta universidad son un reto																																																																
		Mis estudios en esta universidad me inspiran																																																																
		Soy entusiasta sobre mis estudios en esta universidad																																																																
		Estoy orgulloso de mis estudios en esta universidad																																																																
		Encuentro mis estudios en esta universidad llenos de significado y propósito																																																																
	Absorción o Concentración en los estudios	Quando estoy estudiando me olvido de todo lo demás a mi alrededor																																																																
		El tiempo vuela cuando estoy estudiando																																																																
		Me dejo llevar cuando estoy estudiando																																																																
		Me resulta difícil separarme de mis estudios																																																																
Estoy inmerso en mis estudios de posgrado																																																																		
VARIABLE Y: LEALTAD	Me siento feliz cuando estoy estudiando intensamente																																																																	
	Digo cosas positivas sobre esta universidad a otras personas																																																																	
	Recomiendo esta universidad a quien me pide consejo																																																																	
	Motivo a amigos y familiares a estudiar en esta universidad																																																																	
	Esta universidad fue mi primera elección para realizar mis estudios																																																																	
Consideraría volver a estudiar en esta universidad en los próximos años																																																																		
Variable	Dimensión	Indicadores																																																																
Variable X1: Compromiso o Afectivo		Creo que mis valores personales y los valores de esta universidad son muy semejantes																																																																
		Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para ayudar a que esta universidad logre sus metas																																																																
		Me siento orgulloso de ser parte de esta universidad																																																																
		Esta universidad me inspira para que dé lo mejor de mí en mis estudios																																																																
		Realmente me preocupa el éxito de esta universidad																																																																
		Esta universidad es la mejor opción entre las alternativas educativas disponibles																																																																
		Variable X2: Creencia de autoeficacia académica	Comunicación	Expreso mis ideas con claridad en las clases que curso en esta universidad																																																														
				Hago comentarios y aportaciones pertinentes en las clases que curso en esta universidad																																																														
				En caso de desacuerdo soy capaz de entablar un diálogo con mis profesores en las clases que curso en esta universidad																																																														
				Me siento bien con mi propio desempeño cuando hablo frente a un grupo en las clases que curso en esta universidad																																																														
Atención		Escucho con atención cuando el profesor aclara una duda a un compañero en las clases que curso en esta universidad																																																																
		Escucho con atención las preguntas y aportaciones de mis compañeros en las clases que curso en esta																																																																
		Pongo atención cuando los profesores de esta universidad dan la clase																																																																
		Pongo atención cuando un compañero expone en clase																																																																
Excelencia		Escucho con atención las preguntas y comentarios de mis profesores en las clases que curso en esta																																																																
		Cumplo con las tareas que me asignan en las clases que curso en esta universidad																																																																
		Me preparo para mis exámenes apoyándome en los apuntes de clase, el texto del curso y lecturas adicionales																																																																
		Entrego puntualmente los trabajos que me encargan en las clases que curso en esta universidad																																																																
Soy cumplido en cuanto a mi asistencia en las clases que curso en esta universidad																																																																		

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>3. ¿De qué manera se relaciona el compromiso afectivo hacia la universidad con las creencias de autoeficacia académica percibida y sus dimensiones de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?</p> <p>4. ¿De qué manera se relacionan las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?</p> <p>5. ¿De qué manera se relaciona el compromiso afectivo hacia la universidad con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2?</p> <p>6. ¿Existe diferencias en los niveles de lealtad, engagement (involucramiento), compromiso afectivo y creencia de autoeficacia académica de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo entre los periodos 2019-2 y 2021-1?</p>	<p>3. Determinar de qué manera se relaciona el compromiso afectivo hacia la universidad con las creencias de autoeficacia académica percibida, y sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p> <p>4. Determinar de qué manera influyen las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones en la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p> <p>5. Determinar de qué manera influye el compromiso afectivo hacia la universidad con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p> <p>6. Determinar el cambio en los niveles de lealtad, engagement (involucramiento), compromiso afectivo y creencia de autoeficacia académica de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo entre los periodos 2019-2 y 2021-10.</p>	<p>3. El compromiso afectivo hacia la universidad se relaciona significativamente con las creencias de autoeficacia académica percibida, y sus dimensiones, de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p> <p>4. Las creencias de autoeficacia académica percibidas y sus dimensiones se relacionan significativamente con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p> <p>5. El compromiso afectivo hacia la universidad se relaciona significativamente con la lealtad de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo en el periodo 2019-2.</p> <p>6. No existe diferencia significativa en los niveles de lealtad, engagement (involucramiento), compromiso afectivo y creencia de autoeficacia académica de los estudiantes de quinto a séptimo ciclo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental de Huancayo entre los periodos 2019-2 y 2021-10.</p>		<p>Técnicas y Instrumentos de recolección de datos: Técnica: Encuesta Se aplicó el cuestionario de Bienestar Académico (Uwes - S) y Lealtad que tiene una medición de Lickert (0 a 6). La Escala Autoeficacia en Conductas Académicas (EACA) fue diseñada por Blanco et al (2011) es un cuestionario de 13 ítems que están relacionados con conductas académicas, con escala Likert, en una escala de 0 a 6.</p> <p>Técnicas de procesamiento de datos: Métodos estadísticos descriptivos como tablas de frecuencias, gráficos estadísticos. Para la contrastación de las hipótesis se aplicará los métodos de correlación de Spearman y prueba de independencia de chi cuadrado. También se aplicó la prueba no paramétrica H de Kruskal Wallis, con la finalidad de identificar la existencia la diferencia significativa entre todas las Escuelas profesionales de la Facultad.</p>