

Montiel-Flores, Julio César  
El sentido de pertenencia universitario: Factores incidentes  
de un caso de estudio en Celaya, Guanajuato, México  
Revista RedCA, vol. 07, núm. 20, 2024, Octubre-Enero, pp. 100-115  
Universidad Autónoma del Estado de México  
. México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=748780037007>

## **El sentido de pertenencia universitario: Factores incidentes de un caso de estudio en Celaya, Guanajuato, México**

Julio César Montiel-Flores

Universidad de Guanajuato, México

Correo electrónico: [jc.montiel@ugto.mx](mailto:jc.montiel@ugto.mx)  
<https://orcid.org/0000-0001-6891-1431>

*Recepción: 27 de noviembre del 2023*

*Aceptación: 27 de septiembre del 2024*

*Publicación: 01 de octubre del 2024*

### **Resumen**

El presente trabajo tiene como propósito analizar el sentido de pertenencia que prevalece en los estudiantes universitarios de la Sede Sur del Campus Celaya Salvatierra de la Universidad de Guanajuato, México. Este estudio abordó cuatro dimensiones importantes: La afectiva, la psico-social, la académica y la física. Se aplicó una encuesta en línea a 267 alumnos. Entre los principales resultados destaca que existe un alto sentido de pertenencia en las cuatro dimensiones enfocadas de los estudiantes en su mayoría de la Licenciatura en Mercadotecnia en el primer semestre del 2023, todo lo anterior a fin de comprender la relación entre el sentido de pertenencia y los aspectos significativos de su trayectoria académica en la universidad.

**Palabras clave:** Marketing, sentido de pertenencia, universidad.

## **The sense of university belonging: Incident factors of a case study in Celaya, Guanajuato, Mexico**

### **Abstract**

This work aims to analyze the sense of belonging that prevails in university students at the South Campus of the Celaya Salvatierra Campus of the University of Guanajuato, Mexico. This study addressed four important dimensions: the affective, the psycho-social, the academic, and the physical. An online survey was administered to 267 students. Among the main results, it stands out that there is a high sense of belonging in the four focused dimensions of most students of the Bachelor's Degree in Marketing in the first semester of 2023.

**Keywords:** Marketing, sense of belonging, university

## Introducción

Uno de los temas que mayormente se discute en las instituciones de educación es el referido a la relación del sentido de pertenencia de los alumnos y su relación con la deserción académica lo cual siempre plantea un problema porque en todo momento prevalece la falta de conocimiento sobre el estado del sentido de pertenencia que existe, en un determinado momento. El sentido de pertenencia es un determinante para asegurar la permanencia de los estudiantes en la dirección académica adecuada y puede ser evaluada a través de la percepción y valoraciones que los estudiantes tengan sobre las relaciones logradas dentro de los espacios educativos y de las actitudes que asuman a partir de la cohesión social experimentada. De lo anterior se deriva la pregunta de investigación: ¿Cuál es el sentido de pertenencia que prevalece en los estudiantes universitarios de la Sede Sur del Campus Celaya Salvatierra de la Universidad de Guanajuato, México que identifica a la Licenciatura de Mercadotecnia durante el primer semestre del 2023?

Se trata de un estudio de naturaleza cuantitativa y de tipo descriptivo; el objeto de estudio se estructuró en cuatro dimensiones: Cognitiva, afectiva, psicosocial y física; a través de ellas se logró conocer con un corte transversal información para detectar áreas de oportunidad en un momento posterior para la intervención educativa y explicar su relación con la permanencia en la institución.

Entre las limitaciones del estudio se encontró que el levantamiento de la información se realizó en un evento académico a través de una encuesta en línea, por lo que el filtrado de los informantes resultó complicado debido a la captación de alumnos de otras carreras que asistieron y se deseaba enfocar exclusivamente a los alumnos de la Licenciatura en Mercadotecnia por ser un evento dirigido a ellos.

Existe interés de los profesores de educación superior y de las instituciones educativas de este nivel por conocer los aspectos que influyen en la permanencia de los estudiantes, como ya se dijo, el sentido de pertenencia constituye un elemento clave para explicar parte del fenómeno, pero se considera que puede haber hallazgos que favorecen la relación con la permanencia en las instituciones.

## Fundamentación teórica

**Julio César Montiel-Flores.**

El sentido de pertenencia universitario: Factores incidentes de un caso de estudio en Celaya, Guanajuato, México

Para Sunkel (2011) el sentido de pertenencia corresponde a una dimensión de la cohesión social y comprende todas aquellas percepciones, y disposiciones de los entes que integran la sociedad relacionadas con el tema de identidades y, que dan sentido a la sociedad a permanecer junta. Esa cohesión social, por tanto, puede darse en distintas escalas (CEPAL, 2007) tanto en lo micro (comunidades) como en lo macro (toda una sociedad).

Hablar por tanto en el contexto escolar se reconoce al sentido de pertenencia (Duru-Bellat et al., s. f.) como un conjunto de actitudes que permitirán entender la inclusión y comprende una visión subjetiva del alumno en la escuela y de las dinámicas desarrolladas en el espacio. Duru-Bellat (et al., s. f.) afirman que ese sentimiento de inclusión descansa en el sentimiento de pertenencia a un grupo de amigos, apoyo de docentes, sobre la membresía a los valores de la institución, entre otros aspectos.

Como concepto y constructo teórico, el sentido de pertenencia (Lamont Strayhorn, 2008) integra dos elementos: El cognitivo y el afectivo; no obstante, en su evolución se han incorporado otros aspectos a manera de variables en el contexto educativo, generalmente relacionadas con lo social como pueden ser la vida académica, ambiente escolar, percepción del clima académico, entre otros.

Brea (2017) por su parte propone un modelo de medición basado en cuatro dimensiones que son: La afectiva, que corresponde al conjunto de sentimientos y emociones que los estudiantes tienen hacia el grupo con el que interactúa, como pueden ser: Profesores, compañeros, personal académico y administrativo, y también hacia el lugar donde desarrolla su vida académica; la psico-social, que refiere al sentimiento de formar parte de su colectividad en donde prevalecen características de interacción social con sus profesores y compañeros; la académica, en que se indica la experiencia formativa, los contenidos y actividades de aprendizaje y características organizativas; y por último la física, que reúne las características de interacción entre las personas y los lugares, que enmarca su experiencia formativa a la cual le otorga determinados significados.

## **Metodología**

Este estudio se enmarca en la tradición positivista y de corte cuantitativo. El paradigma positivista se basa en un sistema hipotético-deductivo que posee características (Pérez, 2004)

como buscar el conocimiento sistemático, comprobable, medible y replicable. Además, sus objetos de estudio son fenómenos observables que pueden ser medidos, analizados y controlados experimentalmente. A partir de este método es posible realizar generalizaciones de lo observado. Se trata entonces de una investigación de tipo descriptivo, de corte transversal, no experimental.

Según Pérez (2004), las técnicas e instrumentos que se utilizan en el sistema hipotético deductivo son los cuestionarios, así como las escalas para medir actitudes. Para este caso, el instrumento derivó de una adaptación del trabajo de Brea (2017) tomando en cuenta las dimensiones propuestas por la autora en donde se incluyen 20 ítems de los cuales ocho los destina a la dimensión afectiva, cuatro para la dimensión psico-social, cuatro para la académica y cuatro para la física; dos de las adaptaciones que se realizaron es que se toma en cuenta una escala de Likert de cinco puntos para evaluar la frecuencia y se adaptó el lenguaje para el planteamiento de algunas de las preguntas.

El levantamiento de la información se realizó durante tres días en el desarrollo del evento conmemorativo del día del mercadólogo celebrado en México el 19 de mayo de 2023 en la Universidad de Guanajuato, Sede Sur Juan Pablo II; el registro fue a través de una encuesta digital durante el 17, 18 y 19 de mayo de 2023.

El muestreo fue no probabilístico por conveniencia a través del contacto directo con los asistentes al evento que fueron en su mayoría captados por ser estudiantes de alguna de las carreras que ofrece la División de Ciencias Sociales y Administrativas del Campus Celaya-Salvatierra.

El tamaño de la muestra fue calculado con la fórmula para poblaciones infinitas de 267 alumnos, esto asumiendo un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 6 por ciento; se tomó la fórmula de poblaciones infinitas debido a que no se tenía la certeza de que la población total estudiantil de la sede estaría como asistentes por ser un evento dirigido a la Licenciatura en Mercadotecnia.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

**Julio César Montiel-Flores.**

El sentido de pertenencia universitario: Factores incidentes de un caso de estudio en Celaya, Guanajuato, México

N= Tamaño de la muestra resultante

Z= Parámetros estadístico que depende del nivel de confianza

e= Error de estimación máximo aceptado

p= Probabilidad de ocurra el evento estudiado (éxito)

q=(1-p) Probabilidad que no ocurra el evento estudiado

Calculando:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.06)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416) * 0.25}{0.0036}$$

$$n = 267$$

Las hipótesis que se plantean son:

Ho: El sentido de pertenencia del caso que se presenta es débil en la medida en que no se tenga alguna relación con el sentimiento de formar parte de su colectividad.

Ha: El sentido de pertenencia del caso que se presenta es fuerte en la medida en que se tenga alguna relación con el sentimiento de formar parte de su colectividad.

El análisis de datos fue a través de las herramientas propias de la plataforma Google Forms; sin embargo, se realizaron otros análisis de la base de datos con Microsoft Excel y SPSS.

## **Resultados**

Entre los resultados más significativos son los que se muestran a continuación:

En cuanto a la demografía encontrada en la muestra en la tabla 2 se puede observar que la mayoría de los informantes son del género mujer con un 64 por ciento, mientras que 33 por ciento, fueron hombres; un 3 por ciento se declaró No binario.

## **Tabla 2.**

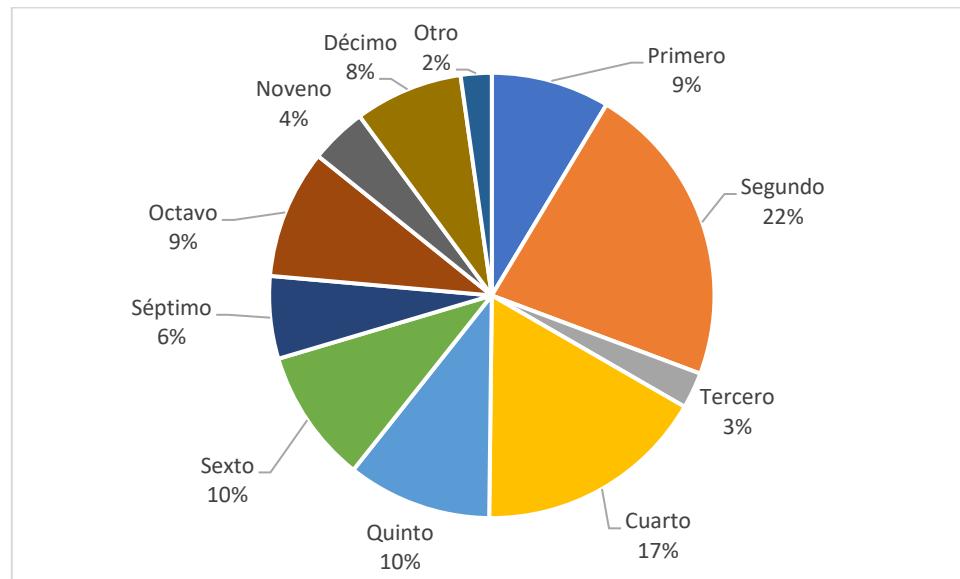
### *Demografía de la muestra informante*

Género	Total
Hombre	88
Mujer	171
No binario	8
Total	267

El semestre que más predominó como asistentes e informantes fue el de segundo semestre con un 22 por ciento; le siguieron los de cuarto semestre con 17 por ciento; mientras que quinto y sexto semestres tuvieron una participación del 10 por ciento respectivamente; el resto estuvo por debajo del 10 por ciento, según la figura 1.

**Figura 1.**

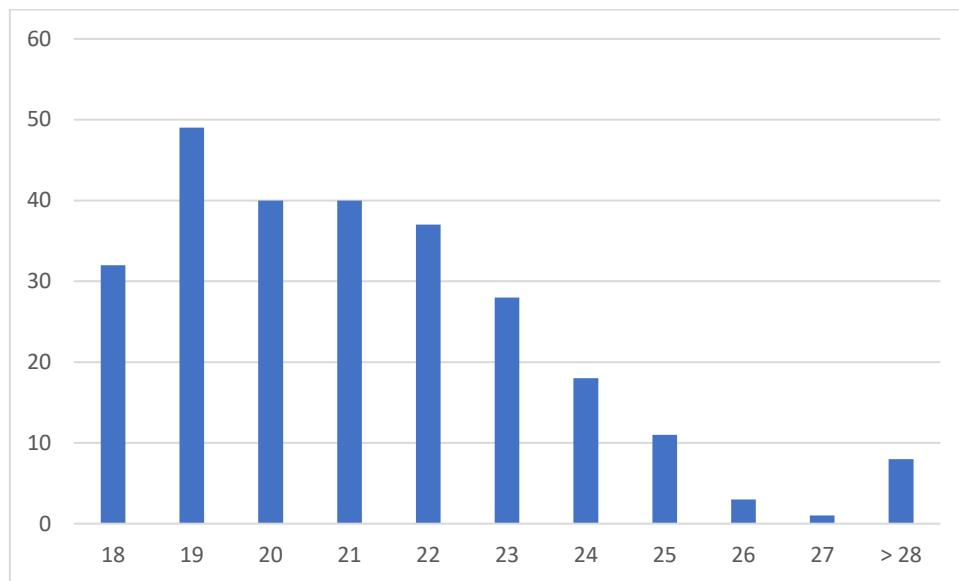
#### *Semestre que cursa*



De acuerdo con los datos expresados en la figura 2 derivados del estudio en cuestión es posible afirmar que el promedio de edad de los informantes en años cumplidos fue de 22 años; sin embargo, quienes tuvieron mayor participación fueron los estudiantes de 19 años cumplidos con un 18.35 por ciento.

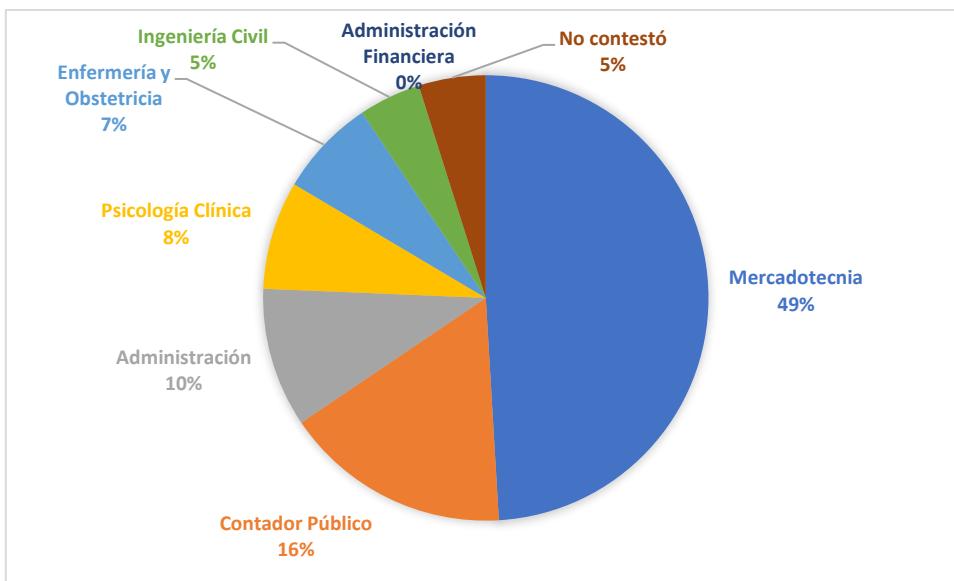
**Julio César Montiel-Flores.**

El sentido de pertenencia universitario: Factores incidentes de un caso de estudio en Celaya, Guanajuato, México

**Figura 2.***Edad en años cumplidos*

En la figura 3 se observa una mayor participación de la Licenciatura en Mercadotecnia con un 49 por ciento, esto se debe a que el evento fue exclusivo para la carrera; no obstante, se tuvo la asistencia de otras carreras pertenecientes a la División de Ciencias Sociales y a la División de Salud e Ingenierías, que por peso en su participación fueron: Contador Público con 16 por ciento; Administración con 10 por ciento; Psicología Clínica con un 8 por ciento; Enfermería y Obstetricia con 7 por ciento e Ingeniería Civil con 5 por ciento.

**Figura 3.***Carrera que cursan*



En la figura 4 se destacan los resultados de la dimensión afectiva en la que se puede apreciar una alta frecuencia en términos porcentuales de la variable “Estás orgulloso de pertenecer a esta universidad” con el 61 por ciento; además, considerando el valor de *Frecuentemente*, en suma, se alcanza un 85 por ciento. Al preguntárseles sobre si se sienten integrados con los grupos con los que por lo general cursan su carrera actualmente, el 39% contestó que *Muy frecuentemente*; no obstante, el 40% dijo que frecuentemente comparte la filosofía y los valores de la institución y considerando el valor de *Muy frecuentemente* en suma se alcanzó un 79 por ciento.

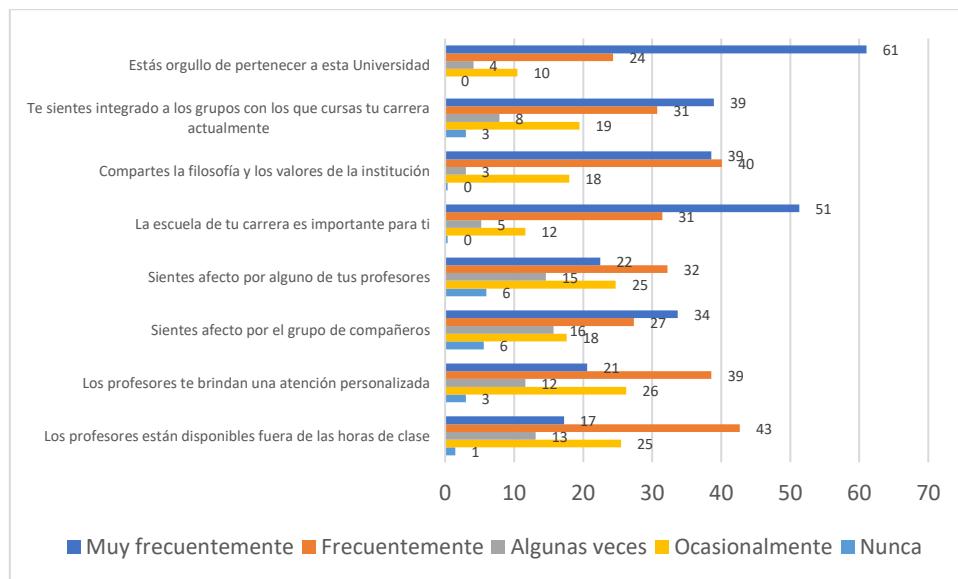
Aunado a lo anterior, un 51% contestó que *Muy frecuentemente* la escuela donde cursan la carrera es importante para ellos; con respecto al sentimiento de afecto por alguno de sus profesores, la mayor frecuencia se registró en *Frecuentemente* con un 32 por ciento, aunque en un 25% manifiestan que ocasionalmente tienen algún sentimiento de afecto por alguno de ellos.

Por otro lado, al referirse a sentir algún afecto por el grupo de compañeros, los alumnos contestaron que *Frecuentemente* en un 34 por ciento. En lo que se relaciona con sentir atención personalizada por parte de los profesores, los estudiantes comentaron que *Frecuentemente* en un 39% y mencionaron *Muy Frecuentemente* en un 21% de los estudiantes que los profesores están disponibles fuera de las horas de clase.

No obstante; llama la atención que en esta dimensión existe alrededor de un 20 por ciento de los encuestados en promedio que identifica que *Ocasionalmente* existen las variables enlistadas en la realidad percibida, lo que lleva a reflexionar sobre otros aspectos que se abordarán más adelante en la discusión de los resultados.

**Figura 4.**

*Resultados de la dimensión afectiva*



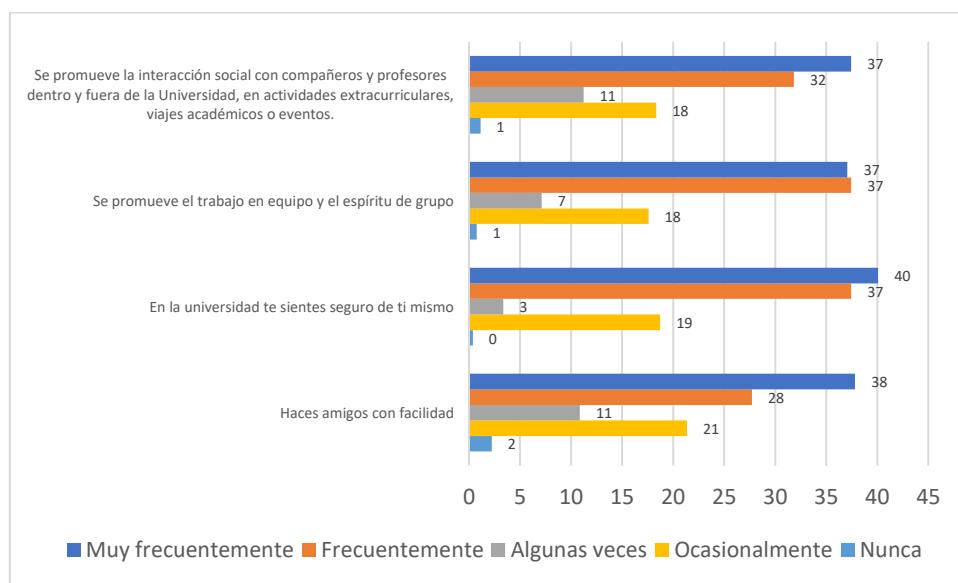
*Nota.* Los valores están expresados en porcentaje.

Para la siguiente dimensión psico-social del modelo, se muestran en la figura 5 las variables y frecuencias de las respuestas otorgadas por los informantes; lo que resalta es lo siguiente: En cuanto a la promoción de la interacción social con compañeros y profesores dentro y fuera de la universidad, el 37% de los respondientes evidenciaron desde su percepción que *Muy frecuentemente* se realiza esta actividad; en la variable de promoción del trabajo en equipo y el espíritu de grupo, el 37% de los estudiantes declaran que se desarrolla esta actividad en *Muy frecuentemente* y *Frecuentemente* casi con el mismo porcentaje.

Con respecto a si en la universidad se siente más seguro, en un 40% declararon que *Muy frecuentemente*, mientras que el 37 contestó que *Frecuentemente*; al preguntarle si solían hacer amigos con facilidad el 66% acumulado manifestó hacerlo *Muy frecuentemente y Frecuentemente*. De igual manera a la dimensión anterior, predomina en el valor de *Ocasionalmente* la apreciación de un 20% en promedio de los respondientes que declaran percibir las características ahí mostradas.

**Figura 5.**

*Resultados de la dimensión psico-social*



*Nota.* Los valores están expresados en porcentaje.

En seguida, en la figura 6 se muestran los resultados de las variables de la dimensión académica y la respuesta obtenida a la percepción de que en el aula se respira un ambiente de disciplina y cordialidad, el 71% de los estudiantes contestó que *Muy frecuentemente y frecuentemente* lo percibe así. Así mismo, el 65% de los estudiantes respondieron que *Muy frecuentemente y frecuentemente* perciben que la coordinación de la carrera realiza una planificación pensada en función de los alumnos.

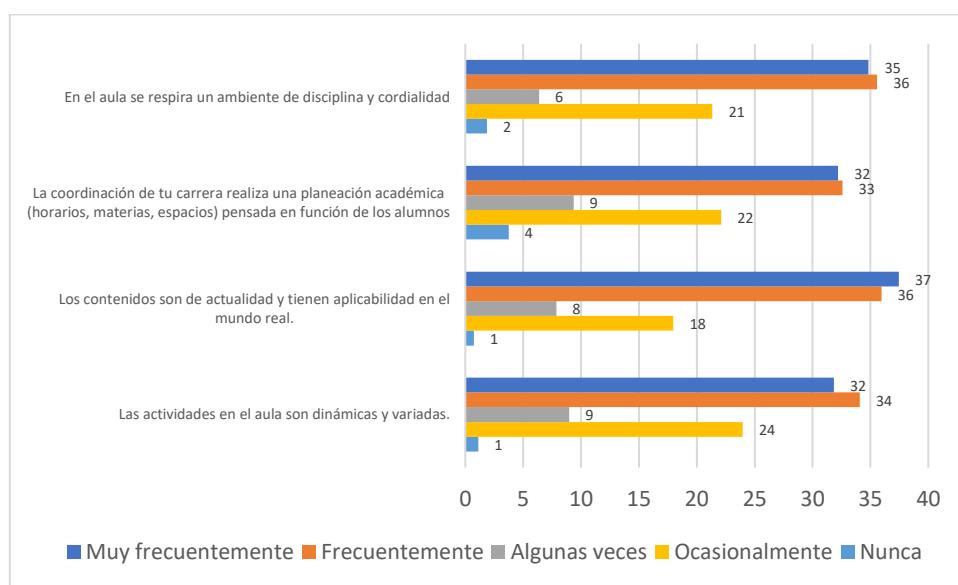
En un 73% de los estudiantes encuestados distinguen que los contenidos son de actualidad y tienen aplicabilidad en el mundo real con valores de *Muy Frecuentemente y Frecuentemente*.

Con un 66% de los encuestados se indica que *Muy frecuentemente y frecuentemente* diferencian que las actividades en clase son dinámicas y variadas.

Como ya se mencionó anteriormente es motivo de vigilancia el valor *Ocasionalmente* que constituye de manera importante un 20% en promedio de los alumnos encuestados.

**Figura 6.**

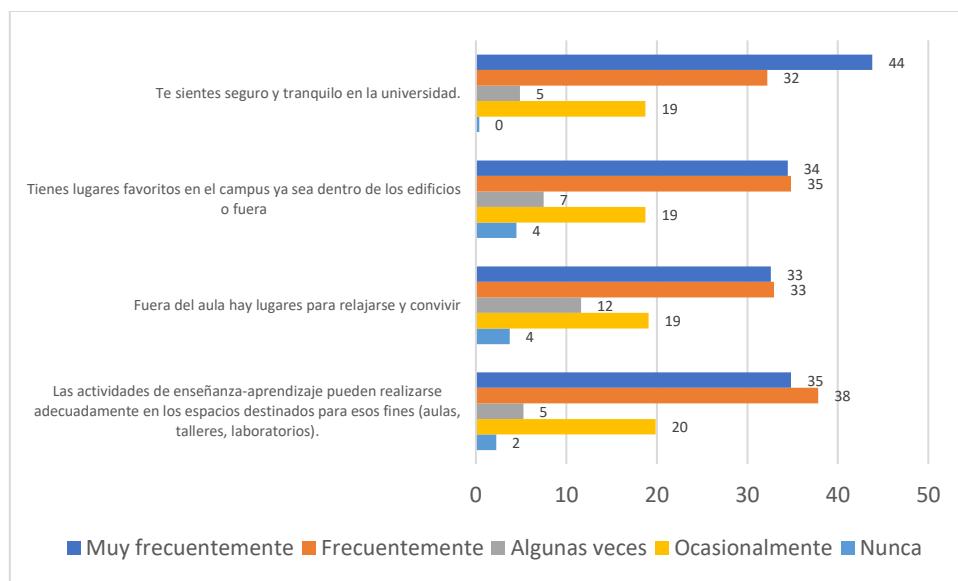
*Resultados de la dimensión académica*



*Nota.* Los valores están expresados en porcentaje.

Para la dimensión física, los resultados plasmados en la figura 7 y que arrojó el estudio indican que en un 44% los encuestados perciben *Muy frecuentemente* sentirse seguros y tranquilos en la universidad, en lo acumulado con el valor de *Frecuentemente*, la suma daría una alta frecuencia en la percepción con un 76% de los estudiantes que contestaron. El 66% de los respondientes declara que *Muy frecuentemente y frecuentemente* perciben que hay lugares y espacios para relajarse y convivir en las instalaciones de su sede y, un 73% identifica en los valores anteriores que las actividades de enseñanza – aprendizaje pueden realizarse en espacios destinados para ello dentro de su sede.

Se reporta igualmente que la frecuencia del 20% en promedio en el valor *Ocasionalmente* continúa presentándose en las variables de la dimensión física.

**Figura 7.***Resultados de la dimensión física*

*Nota.* Los valores están expresados en porcentaje.

En el análisis llevado a cabo con SPSS, se generó una agrupación de datos por dimensión obteniéndose el comportamiento mostrado en la tabla 3. Para el caso de los datos agrupados en la dimensión afectiva, esta incluye las percepciones y valoraciones de prevalecer sobre aspectos como el orgullo de pertenencia, integración, identificación con la filosofía y valores institucionales, afecto, atención personalizada, etcétera.

Por otra parte, la dimensión psicosocial expresa de manera agrupada la valoración y percepciones sobre la existencia o no de aspectos como la interacción, el trabajo en equipo, espíritu de equipo, seguridad, facilidad de hacer amigos. La dimensión académica muestra los datos agrupados de las percepciones y valoraciones sobre aspectos de disciplina, cordialidad, planeación, actualidad y dinamismo en las actividades académicas. En paralelo, la dimensión física muestra las apreciaciones y percepciones sobre la frecuencia de aspectos como la seguridad, lugares favoritos, realización adecuada de actividades.

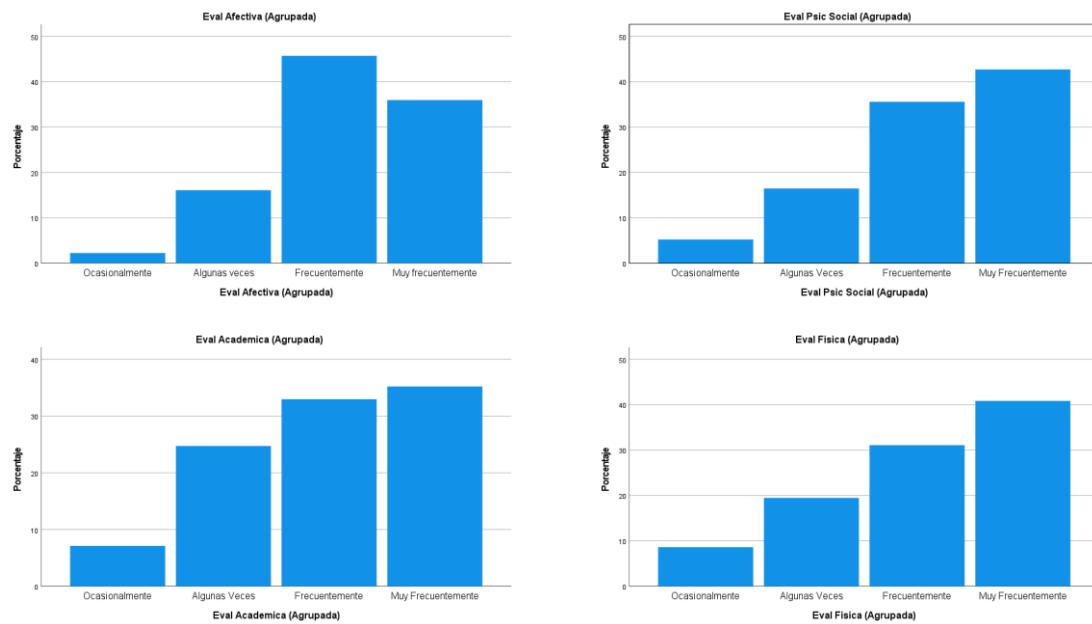
Como puede observarse los valores de *Muy frecuentemente* y *frecuentemente* en la percepción de los estudiantes encuestados sobre los aspectos anteriormente mencionados predominan.

**Julio César Montiel-Flores.**

El sentido de pertenencia universitario: Factores incidentes de un caso de estudio en Celaya, Guanajuato,  
México

**Tabla 3.**

*Comportamiento de la agrupación de datos por dimensión afectiva, psico social, académica y física*



## Discusión

Como se ha apuntado, el sentido de pertenencia constituye un elemento indispensable en la cohesión social y que coincidentemente con las Naciones Unidas (2007) representa un factor subjetivo de la suma de las percepciones, valoraciones y disposiciones de quienes componen una sociedad; por tanto, la igualdad y diferencia entre los miembros de la sociedad serán referentes para aceptar la diversidad.

El sentido de pertenencia entonces prevalece como un medio y un fin en los procesos de cohesión social que pueden existir en distintos contextos; para el caso de la educación superior, la universidad por tanto, es un ente fundamental que la orienta como lo afirma (Bello S., 2011) hacia el avance social, la generación de riqueza, robustecer las identidades culturales, a la cohesión social entre otros aspectos. Por lo anterior, es importante que el sentido de pertenencia se construya dentro de las universidades para contribuir con sus

procesos al desarrollo de una sociedad mayormente cohesionada y así auxiliar en la solución de los problemas sociales.

Se coincide con Bello (2011) en que una de las responsabilidades de la universidad es la de ofrecer una educación que fortalezca la convivencia democrática, la tolerancia, la solidaridad y la cooperación; por ende, la pertenencia es requisito fundamental para cumplir con tal encomienda.

En los Objetivos del Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas se enmarca en el objetivo 4 la Educación de Calidad cuyo propósito es “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos” (ONU, 2023).

Adicionalmente, en sus metas se menciona que en el 2030 se deberá, por un lado, aumentar de forma considerable el número de jóvenes y adultos con las competencias necesarias, técnicas y profesionales para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento; y por el otro, eliminar disparidades de género, así como asegurar el acceso igualitario a los diferentes niveles de la enseñanza de todas las personas.

La población estudiantil universitaria en la sede sur del campus Celaya – Salvatierra de la universidad en referencia se caracteriza por ser en gran medida foránea, esto significa que muchos de los alumnos provienen de alguno de los 45 municipios aledaños a Celaya, Guanajuato, México para estudiar alguno de los programas educativos que se ofrecen en este municipio.

La dinámica de los alumnos foráneos es compleja, pues representa la solución cotidiana de diferentes aspectos emocionales, de motivación, transporte, vivienda, alimentación, economía, entre otros que intervienen de manera relevante en una continuidad y permanencia en la vida académica hasta conseguir el objetivo de terminar su carrera. Entre ellos, se encuentra el sentido de pertenencia, pues gracias a la fuerza en que puede percibirse e posible afirmar que puede ser un recurso para que los estudiantes, sobre todos los foráneos continúen con sus estudios.

Como deserción se entiende, siguiendo la definición de Chain (et al., 2001) al estado de abandono de los cursos o carrera a la que el estudiante se ha inscrito, dejando de asistir o

**Julio César Montiel-Flores.**

El sentido de pertenencia universitario: Factores incidentes de un caso de estudio en Celaya, Guanajuato, México

cumplir con las obligaciones establecidas; entre los factores que pueden influir en la deserción de los estudiantes pueden ser personales, socio económicos y laborales, institucionales y pedagógicos entre otros pero que recurrentemente inciden en la motivación de continuar o no los estudios.

Cada institución educativa atiende sus propios retos y oportunidades; sin embargo, mantener la matrícula es uno de los factores que obligan a realizar estudios que permitan explicar el fenómeno de la deserción desde distintas perspectivas; no obstante, el sentido de pertenencia es para este estudio uno de los aspectos de relevancia conjuntamente en un contexto en donde la mayoría de los estudiantes proviene de municipios alrededor de la sede universitaria.

## Conclusiones

Los resultados arrojados no aseguran que existan un sentido de pertenencia conforme, pero aproxima a evaluar en el momento en que se observó la condición que guarda esta variable en el caso referido y sin duda, contribuyen para que exista la posibilidad de indagar en otro momento lo que acontece con ese veinte por ciento que de manera presente no se encuentra del todo coincidente con la percepción del ochenta por ciento restante.

Sin duda, un sentido de pertenencia fortalecido permitirá que los estudiantes en cualquier institución educativa en los diversos niveles que existan puedan sentirse mayormente incluidos; en el caso de la universidad, el sentido de pertenencia es imprescindible para el fomento de la práctica de los valores institucionales y el reforzamiento de la identidad institucional a través de los procesos de gestión que procuren de manera continua actividades de participación, integración en espacios adecuados y seguros.

Pertenecer, significa “ser parte”, “participar”, “intimar” con la proximidad en un espacio determinado y en interacción con otros individuos que similares tienen intereses, deseos, objetivos y motivaciones en la comunidad; pertenecer, es estar integrado a las dinámicas derivadas de una estructura en que intervienen personas, procesos y objetivos compartidos.

## Referencias consultadas

- Bello S., J. R. (2011). Principios y conceptos referidos a las universidades. *Cuadernos UNIMETANOS. Universidad Metropolitana*, 25.
- Brea, L. (2017). Factores que determinan el sentido de pertenencia de los estudiantes de la PUCMM-CSTA. *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, 1(1), 21-38.
- CEPAL. (2007). *Cohesión social. Inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/4d03639e-8b31-45ae-aadf-8df8accf954f/content>
- Chain, L. (2001). *Deserción, rezago y eficiencia terminal en las IES*. ANUIES.
- Duru-Bellat, M., Mons, N., & Bydanova, . (s. f.). *Cohésion scolaire et politiques éducatives*. <https://journals.openedition.org/rfp/pdf/2121>
- Lamont Strayhorn, T. (2008). Sentido de Pertenencia: A Hierarchical Analysis Predicting Sense of Belonging Among Latino College Students. *Journal of Hispanic Higher Education*, 7(4), 301-320. <https://doi.org/10.1177/1538192708320474>
- Naciones Unidas. (2007). *Cohesión: Inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/15c3f203-d4af-40a0-aa7d-faf84b93cc4e/content>
- ONU. (2023). *Objetivos del Desarrollo sostenible. Objetivo 4*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/>
- Pérez, G. (2004). *Investigación cualitativa. Retos e Interrogantes*. La Muralla.
- Sunkel, G. (2011). *Sentido de pertenencia en la juventud latinoamericana: Identidades que se van y expectativas que se proyectan*. <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/10/14.pdf>