



---

## **LAS PERSPECTIVAS DEL IMPACTO DE LAS IES EN LA COMUNIDAD Y SU PRESTIGIO: INSTRUMENTO PRELIMINAR**

*Tavizón-Salazar, Arturo<sup>1</sup>, Torres-Mansur, Sandra Maribel<sup>2</sup>, Placeres-Salinas, Saldra Imelda<sup>3</sup>, Ríos González, Jorge Eugenio,<sup>4</sup> Laines-Alamina, Cristina Isabel.<sup>5</sup>*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración (México),  
artavizons@gmail.com, Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo  
León, México, +52 1 81 1790 1187*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración (México),  
sandra.torresmn@uanl.edu.mx, Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza,  
Nuevo León, México, +52 1 81 1610 0946*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración (México),  
sandra.placeressl@uanl.edu.mx, Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza,  
Nuevo León, México, +52 1 81 8309 1160*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración  
(México), jorgerios81@gmail.com, Av. Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza,  
Nuevo León, México, +52 1 81 1277 8004*

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría y Administración (México), Av.  
Universidad S/N, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México, +52 1  
81 1277 8004*

*Fecha de envío: 21/Abril/2015*

*Fecha de aceptación: 14/Mayo/2015*

---

## Resumen

La importancia del prestigio de las universidades es valorado por medio de diferentes *rankings* nacionales e internacionales que contienen variables que permiten evaluar y comparar a las diferentes instituciones de educación superior [IES], el propósito es comparar las variables que influyen en el prestigio de las IES en rankings nacionales e internacionales para crear un instrumento y conocer la opinión de la comunidad mediante la opinión de los padres de familia sobre una de las IES más grande del Noroeste de México. Se propone un modelo que contempla el prestigio de la IES, la infraestructura, el desempeño de los profesores, el desarrollo integral del alumno, la calidad de los programas académicos, y el impacto social de la IES en la comunidad.

Palabras claves: Prestigio Universitario, Prestigio de IES, Impacto Social, Grupos de Interés

## **Introducción**

El desarrollo económico de las naciones, está generando grandes cambios en la educación superior (IES), hablar de competitividad, globalización, fuerzas de mercado, clientes, parques tecnológicos, innovación industrial, educación transnacional desarrollo regional, (Olvera, 2008) exige a las instituciones de educación superior [IES] cambiar constantemente y vigilar su entorno.

Es importante la calidad en las IES para poder dar respuesta a los cambios económicos y sociales que trae la tendencia actual de la globalización. Una tendencia visible es “ el mejoramiento de la gestión de la calidad de la educación, como una respuesta a la globalización y a tener la posibilidad de enfrentar con éxito la competitividad general y educativa al que este proceso conlleva” (Rodríguez, Gómez & Ariza, 2014). Algunas de las medidas que han tenido que llevar a cabo las IES tanto a nivel mundial como nacional es la acreditación de mínimos y máximos, las pruebas de educación de calidad internacionales (Restrepo, 2006). Las IES acrediten sus programas académicos para mejorar sus gestión educativa lo que ayuda a estar mejor evaluado en los rankings Internacionales. Según la *QS World University Rankings* 2014/15 las Universidades que ocupan los primeros lugares en calidad según su prestigio son las siguientes: Massachusetts Institute of Technology (MIT), en segundo lugar University of Cambridge y el tercer lugar lo ocupan la Imperial College London y Harvard University.

En cuanto a las Universidades que ocupan los 3 primeros lugares en Latinoamérica, según la *QS University Rankings Latinoamérica* 2014 son las siguientes: en primer lugar se encuentra la Pontificia Universidad Católica de Chile, el segundo lugar la Universidad de Sao Paulo y en tercer lugar la Universidad estadual de Campinas.

El mejoramiento continuo de la calidad en la era del conocimiento es una obligación de la educación (Restrepo, 2006), ya que ayudará a la población a obtener condiciones de desarrollo pleno y en posibilidades de poder competir con las naciones del mundo. Por ese motivo la Universidad Autónoma de Nuevo León se esfuerza en conseguir las acreditaciones nacionales como: CIEES, CACECA, CONACYT e ISO 9001. Además de acreditaciones internacionales como: AACBS, ACBSP, EQUIS y EPAS. Las cuales ayudan a generar un sistema de gestión en la calidad académica y aportan al desarrollo integral del alumnos y de la comunidad. Por consiguiente se genera un prestigio Rankings internacionales y nacionales.

### **Marco Teórico**

Uno de los factores importantes que las Instituciones de Educación Superior (IES) deben considerar es su prestigio, ya que en base a ésta los diversos grupos de interés crean una perspectiva y generan expectativas de la misma. El prestigio de una organización es la impresión holística en la mente de los públicos como resultado de la interacción de sus creencias, experiencias y sentimientos hacia la misma (Hatch & Schultz, 1997).

La reputación y prestigio corporativo por lo general hace referencia a la siguiente pregunta: ¿Qué es lo que piensan los grupos de interés de una Organización? (Delgado, Escudero & Hurtado, 2013, p.622). Con frecuencia el prestigio se considera como la percepción externa de los grupos de interés, la cual está fundamentada en las impresiones y actitudes hacia la Organización (Heding, Knudtzen, & Bjerre, 2009). La reputación comprende hechos históricos, la percepción de los grupos de interés y de la capacidad de la Institución para generar valor (Rindova, Williamson, Petkova, & Sever, 2005).

Dichos aspectos pueden ser analizados con la recolección de datos a través de entrevistas y encuestas aplicadas a los grupos de interés, las cuales revelan el conocimiento o desconocimiento de los cambios estratégicos de la Institución y la percepción de la imagen (Steiner, Sundström, & Sammalisto, 2013).

Los grupos de interés de una Universidad están conformados por cuatro grupos: docentes, estudiantes, unidades académicas e instituciones y la comunidad (Zlotkowski, 2007). El grupo mencionado como comunidad en la cita anterior, hace referencia a la sociedad en general y como parte de ese ámbito se encuentran los padres de familia, a los cuales se enfoca la investigación.

Los padres de familia tienen un papel muy importante, ya que tienen una mayor participación en las decisiones de carrera de sus hijos; Por lo general estos los orientan en base a sus experiencias laborales y de vida, y a la percepción que tienen de las Instituciones. Además, con frecuencia son los que financian el costo de los estudios de sus hijos, por lo tanto la opinión de los padres de familia acerca del prestigio o reputación de las IES es fundamental para la matrícula y sobrevivencia de la misma. Coughlan (2008) informa de cómo los padres de familia quieren retener el control de la inversión psicológica y financiera en sus hijos; actuando frecuentemente como consejeros a lo largo de toda la trayectoria en la experiencia de la educación superior de sus hijos. Se cree que la influencia de los padres en las decisiones relacionadas a la educación superior, y en ocasiones a las decisiones de empleo de los estudiantes ha ido en incremento.

Una de las maneras de medir el prestigio de las IES es a través de los *Rankings*, los cuales son el resultado de encuestas aplicadas a diversos grupos de interés relacionados con las Universidades. Los *Rankings* influyen en los juicios y decisiones de los líderes universitarios y

profesores, estudiantes prospectos, estudiantes de intercambio internacional y sus familias, legisladores e inversionistas de la industria y filantrópicos (Hazelkorn, 2008; 2011).

En la actualidad los *rankings* han tomado un papel muy importante para las IES, ya que apoyan el prestigio y la imagen de las mismas, de esta manera va creando su reputación acerca de ciertos factores como la calidad académica de sus programas y planes de estudio, el desarrollo de sus estudiantes, el prestigio de su profesorado, entre otros. La posición de una Universidad en el *Ranking* proporciona evidencia de su calidad académica; y un título obtenido en una universidad con una posición en el ranking más alto es más valioso en el mercado, ayudando a los estudiantes en la búsqueda de empleos (Morrish & Lee 2011). El *ranking* de las Universidades se simplifica en dos características importantes: desempeño institucional y su reputación o prestigio (Williams & Van Dyke 2008).

De acuerdo a la Dirección General de Evaluación Institucional de la Universidad Nacional Autónoma de México (2011), los *rankings* universitarios se diferencian entre sí básicamente por su orientación metodológica. Por un lado están los que se sustentan en procedimientos cuantitativos de evaluación de la producción de conocimientos mediante la medición del número de publicaciones y citas, entre otros indicadores comparativos comentado por Dill y Soo en 2005.; Por otro, los que se apoyan en sondeos de imagen y reputación: evaluaciones de pares o de consumidores de servicios educativos, ya sean estudiantes, padres de familia o empleadores según citado por lo comentado por los autores Beyer , Sniper en 1974 y Cave 1997, Federkeil, 2008; Ackerman 2009. Este estudio se basa en aquellos que se enfocan en la imagen y reputación de las IES para analizar ¿Cuáles son los factores a evaluar? Y así elaborar un instrumento de medición aplicado a los padres de familia de los egresados de la Facultad de Contaduría Pública

y Administración (FACPYA) de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) donde se consideren dichos factores para medir el prestigio de la misma.

Todas las Universidades quieren mejorar su *ranking*; las Facultades quieren ser asociadas con instituciones prestigiosas; y los estudiantes quieren ser seleccionados por estas (Marginson, 2014). Algunos de los factores que pueden influir en la reputación de una Universidad son: tamaño de la institución, localidad, apariencia, alcance de lo que ofrece, excelencia de los docentes, diversidad de los estudiantes, moral del campus, destreza atlética, servicio a la comunidad y la imagen institucional, entre otros (Arpan 2003; citado por Delgado, Escudero & Hurtado, 2013, p.623). Por esta razón en este estudio se analizan los diversos factores que se toman en consideración en los *Rankings* en los que participa la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y la ubicación donde se encuentra posicionada.

A continuación se presenta un cuadro comparativo de los indicadores que son considerados por los rankings internacionales en los que participa la UANL.

Tabla 1. Comparación de rankings internacionales, Elaboración propia.

Quacquarelli Symonds-QS Stars University Rankings 2014	Quacquarelli Symonds-QS Latinoamérica University Rankings 2014	Quacquarelli Symonds-QS World 2014	Universitas Indonesia – UI Green Metric World Universities Ranking 2014	SCImago Institutions Rankings 2014	Webometrics Ranking of World Universities 2015	U-Multirank 2015	El Universal – Las mejores Universidades de México 2015
1.-Investigación.	1.-Reputación Académica.	1.-Entorno e Infraestructura	1.- Reputación académica	1.-Documentos publicados en revistas científicas indexadas.	1.-Número de páginas recuperadas.	1.-Datos generales del no. de estudiantes.	1.-Calidad docente.
2.- Satisfacción de los estudiantes con la enseñanza.	2.-Reputación según el empleador.	2.- Energía y cambio climático.	2.-Reputación del empleador.	2.-Colaboración Internacional.	2.-Número total de enlaces externos únicos recibidos (inlinks) por un sitio.	2.- Docencia y aprendizaje.	2.- Índice de investigación.
3.- Empleabilidad.	3.- Profesores/ proporción de estudiante.	3.- Educación (sostenibilidad )	3.- No. de personal académico y empleadores en relación al número de estudiantes matriculados.	3.- Impacto Normalizado(Científico)	3.-Ficheros ricos. (Rich)	3.Investigación(Publicaciones )	3.- Empleabilidad
4.Internacionalización	4.-Citas por artículo.		4.- Citaciones por facultad	4. Publicaciones de alta calidad.	4. Académico (Scholar).	4.-Transferencia de conocimiento.	4.- Ofertas de posgrado
5.- Instalaciones.	5.-Papeles por Profesor.		5. - Facultad internacional y proporción de estudiantes internacionales	5.-Índice de Especialización.		5. - Orientación internacional.	5. - Metros cuadrados construidos
6.- Enseñanza en línea /distancia.	6. - Proporción de personal con un doctorado.			6. - Excelencia proporción.		5. - Implicación en el desarrollo local.	6. - Oferta de posgrado
7. - Responsabilidad Social.	7. - Impacto web.			7.-Liderazgo Científico.		7.-Indicadores de Cartografía.	7. - Prestigio Internacional
8.-Innovación.				8. - Excelencia con Liderazgo.			
9.-Arte y cultura.				9. - Piscina de talento científico.			
10.-Inclusividad.				10. - Piscina de talento científico.			
11.- Criterios especializados.				11.-Innovación			



La Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) participa en los *Rankings* anteriormente mencionados, dentro de los cuales se encuentran: U-Multirank en este *Ranking* la UANL en el año 2015 se posicionó en el lugar 5 de la Universidades de Latinoamérica; en el *Ranking* de SCIMago en el año 2014 se ubicó en el lugar 8 de 53 Universidades participantes; mientras que en el Quacquarelli Symonds (QS) Latin America obtuvo el lugar 64 en el año 2014 y en el *Ranking* de “Las mejores Universidades de México” llevada a cabo por el Universal en el año 2015 se posicionó en el lugar 3.

En el cuadro comparativo de los *Rankings* internacionales y nacionales en los que participa la UANL presentado anteriormente, se observan los indicadores que se toman en consideración para *rankear* a las Universidades. Se puede observar que entre los indicadores que son comunes entre los diferentes *Rankings* y que van enfocados hacia la comunidad, se encuentran: la calidad académica y los planes de estudio, la opinión de los empleadores y la vinculación con estos, la infraestructura de la institución para el desarrollo integral del estudiante en ámbitos deportivos, culturales, de sustentabilidad y ética profesional, así como la calidad de los docentes, la empleabilidad y prestigio de los egresados y el impacto social de la Institución en la comunidad.

A continuación se explican los indicadores mencionados en el párrafo anterior, que se tomaron como variables para este estudio.

Con respecto a la calidad de los programas académicos es importante la revisión permanente de los planes y programas de estudios, en virtud del entorno tan cambiante que incide de forma importante en las instituciones de educación superior en el mundo y así poder evitar la obsolescencia de los conocimientos que se imparten en las aulas (Llamas Bañuelos, 2014). Arquero et al. (2009) mencionan que los planes de estudio deben posibilitar el acercamiento de la

formación universitaria a la realidad social y profesional y dar respuesta a las nuevas demandas del mercado de trabajo.

Mediante la vinculación, las organizaciones inducen acciones y se diseñan modelos que les dan ventajas competitivas (Valadez, 2012). La vinculación Empresa-Universidad se define como: “el medio que permite a la universidad interactuar con su entorno, coordinando eficaz y eficientemente sus funciones de docencia, investigación y extensión de la cultura y los servicios, a la vez que favorece su capacidad de relacionarse con los sectores productivo y social en acciones de beneficio mutuo, lo que favorece su posicionamiento estratégico” (Alcántar y Arcos, 2004). Valadez (2012) menciona que las empresas deben de estar fuertemente ligadas a las universidades, para obtener recursos humanos calificados con las competencias que requieren las organizaciones para generar innovaciones y solucionar problemas. Esto permite a la universidad desarrollar relaciones con empresas para enriquecer el aprendizaje del estudiante.

Para el desarrollo integral del estudiante el conocimiento deja de ser lento, estable y escaso, pasando a estar en continua y progresiva modificación (Tejada Fernández, 2002). Al mismo tiempo, se promueve la autonomía del alumno, el desarrollo de competencias y una formación integral con tres pilares de desarrollo: académica, personal y profesional (Castaño, Blanco & Asensio, 2012).

Los docentes son uno de los factores clave en las IES, ya que son los encargados de desarrollar los programas de estudio, y de llevar a cabo las evaluaciones. Lo que ellos piensen y hagan es crucial para la calidad de la educación superior (Newton 2000; Cruickshank 2003). Los docentes universitarios se convierten en un asunto social, ya que marcan el futuro de los egresados y por ende del país (Espinosa 2014) lo cual influye en el prestigio de la IES.

Respecto al prestigio de los egresados en la comunidad: La sociedad actual, caracterizada por un acelerado desarrollo tecnológico, un modelo social competitivo y un mayor acceso a la información, exige profesionales que posean las herramientas y las competencias necesarias para desenvolverse en el ámbito laboral según los modelos sociales existentes, cumpliendo de este modo “las demandas del mercado laboral-empresarial-profesional” (Tobón, 2002:19). Se puede decir que una mejor educación es sinónimo de una mejor sociedad (Retamal, Clavijo, Silva, & Vergara, 2011).

Sobre el impacto social de la IES en la comunidad: esta variable es uno de los grupos de interés clave de las Universidades; la comunidad percibe y crea una imagen de las IES en base a los servicios que esta ofrece a la sociedad y de la información que reciba de diversas fuentes como por ejemplo, los padres de familia, forman parte de este contexto social, y estos a su vez toman un papel muy importante en las decisiones de educación superior de sus hijos (aspirantes y futuros aspirantes). Esto es, retos en materia de formación de profesionales que posibiliten encarar con éxito el desarrollo de nuestras sociedades (Simón & Ruiz-Tagle, 2009). La educación universitaria adquiere gran importancia en la sociedad, por el impacto que tiene al desarrollar la capacidad de la fuerza laboral, el nivel de productividad nacional y la competitividad internacional (Botello & Bañuelos, 2013).

La Infraestructura: es otro de los indicadores que QS Stars (2014) evalúa en el *Ranking* de Universidades es la infraestructura, este punto es muy importante para las IES, ya que mediante estas, se puede proporcionar mejores espacios, instalaciones y equipos necesarios para poder lograr el desarrollo de las habilidades de los estudiantes.

Eventos deportivos, artísticos y culturales, ambientales y de sustentabilidad: Las universidades deben vincularse con la sociedad circundante y contribuir a su bienestar a través de las actividades de extensión universitaria (Emiliozzi, Vasen & Palumbo, 2011). Esta extensión hacia la sociedad, puede realizarse a través de diferentes eventos que organicen las Universidades. Con la realización de estos eventos y actividades se buscan las formas para que las universidades contribuya al desarrollo sustentable y a la inclusión social (Sutz, 2003; Jansen, 2008).

Dentro de la formación integral de los estudiantes, se busca beneficiar y contribuir hacia el bien de la sociedad, mediante la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente, el cual consiste en buscar el equilibrio con su entorno. Universitas Indonesia (UI) Green Metric World University Ranking (2010), mide el esfuerzo que realizan las Universidades por mantener la sustentabilidad en el medio ambiente. Somantri (2011) rector de la UI considera que las Universidades pueden ser un ejemplo en sus acciones para enfrentar los problemas del calentamiento global, mediante el establecimiento de políticas a favor del medio ambiente, promoviendo el buen uso de la energía, la reutilización, el reciclaje, entre otros.

Así mismo los eventos deportivos y sus atletas acercan a la Universidad hacia el contexto social y a su vez a sus futuros aspirantes (Shulman & Bowen, 2002; Frans, 2002). El ámbito deportivo desarrollado en las Universidades es considerado como una herramienta para fortalecer la percepción que tienen de la institución acerca de la calidad de la misma, la cual es medida a través de los rankings. El número de admisiones y la recaudación de fondos son importantes para determinar la imagen de una institución (Fisher, 2009).

Ética profesional: además del desarrollo cultural, artístico y deportivo que las Universidades promueven en sus estudiantes y en la sociedad, la ética es otro aspecto relevante, ya que facilita y

permite que los actos de una persona sean en beneficio propio y de la comunidad. La ética se define como un conjunto de normas, la cual viene a ser el manual de instrucciones, nace de una reflexión interior a la conciencia de cada uno, emerge en la conciencia como un intento de iluminar con la razón práctica las decisiones que el sujeto debe tomar (Echeverría-Falla, 2013).

Lo anterior nos ayuda a describir la ética profesional, la cual forma parte de los objetivos de las universidades: preparar a los futuros profesionales para que comprendan las complejidades éticas y morales que afectarán a su toma de decisiones en su práctica profesional, porque, como sabemos, la profesionalidad incluye, además de competencias (teóricas y técnicas), una integridad personal y una conducta profesional ética (García López, 2006). La realidad de muchos países de América Latina, marcada por las desigualdades, la pobreza y las carencias básicas, sugiere replantearse un giro en la enseñanza universitaria de la ética, para formar ciudadanos solidarios, que asuman una mayor responsabilidad social (Echeverría-Falla, 2013).

La misión de las universidades ha sido formar profesionales y especialistas en diversas áreas de conocimiento, pero también, la formación de una auténtica ciudadanía, responsable y comprometida éticamente con la realidad social que la rodea (Palomares Montero & Chisvert Tarazona, 2014).

De acuerdo a la información anterior respecto a las variables que influyen en el prestigio de una IES, se diseñó un instrumento para medir el nivel de prestigio de la Facultad de Contaduría Pública y Administración.

La pregunta de investigación se plantea como: ¿Cuál es la perspectiva de la comunidad respecto al prestigio de la IES ? y ¿ qué factores intervienen en ello?

El problema radica en que la opinión de la comunidad no es escuchada de manera formal respecto a los factores que influyen en el prestigio de la IES y no se cuenta con un instrumento de medición validado del cual se obtenga información fidedigna.

El objetivo de la investigación es diseñar un instrumento de medición que permita medir el nivel de prestigio y los factores que influyen en la comunidad para con la IE.

### **Metodología**

La investigación es del tipo exploratorio, correlacional, no experimental, cualitativo, mediante una investigación de campo transaccional al año 2014 de los alumnos egresados en el periodo agosto a diciembre de la IES de mayor tamaño en el noroeste de México la UANL con casi 170,000 alumnos y se llevará a cabo en una de sus unidades, la Facultad de Contaduría Pública y Administración [FACPYA].

El objeto de estudio son la comunidad representada por los padres de familia con hijos recién graduados en el periodo Agosto diciembre 2014.

La población de la FACPYA es de 13,336 alumnos de los cuales en el periodo agosto – diciembre egresaron 1200 alumnos. Tamaño de la muestra es calculado mediante la muestra aleatoria simple de una población finita mediante la utilización de la siguiente ecuación.

Tamaño provisional de la muestra (Hernández Sampieri, 2006) donde:

*Ecuación 1: Tamaño provisional de la muestra*

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{P(1 - P)}{SE^2}$$

N=tamaño de la Población

n'= tamaño de la muestra provisional

S<sup>2</sup> = Desviación estándar

V<sup>2</sup>=Varianza

SE=Error Estándar, asignada por el investigador, α=0.05

P= Probabilidad que el fenómeno suceda, 50%.

El tamaño de la población N es igual a donde el tamaño de la muestra será:

*Ecuación 2: Tamaño de la muestra*

$$n = \frac{n'}{1 + \left[\frac{n'}{N}\right]}$$

Calculando sería...

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{0.5(1-0.5)}{0.05^2} = 100 \text{ con un error tipo I de alfa a 0.05}$$

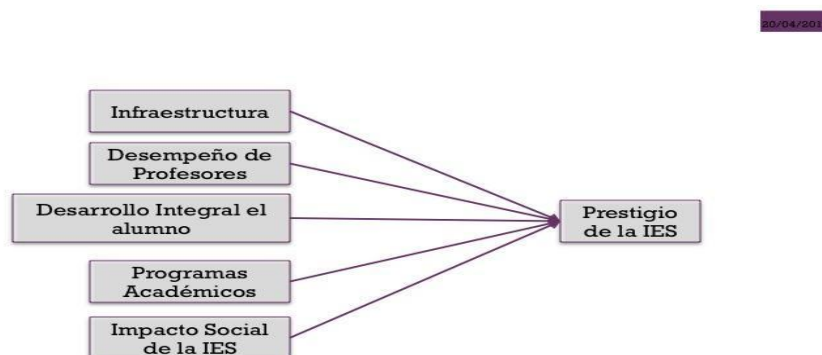
$$n = \frac{n'}{1 + \left[\frac{n'}{N}\right]} = \frac{100}{1 + \left[\frac{100}{600}\right]} = 85.71 \text{ aproximadamente } 86$$

El resultado de dicha operación en la ecuación 2 con probabilidad de 0.5 y un error estándar de 0.05 para una población de 600 da una muestra aleatoria requerida de 85.71 por tanto se redondea a 86 padres de familia como representantes de la comunidad.

### **Modelo causa efecto de los factores que impactan el prestigio de las IES**

Dentro de la revisión del marco teórico, se identifican las variables independientes y dependientes donde la variable dependiente se define como el Prestigio de la IES (Institución de Educación Superior) y las variables independientes; Infraestructura de la institución, prestigio de los profesores, prestigio de los programas de estudio de la institución, desarrollo integral del alumno, e impacto social de IES sobre la comunidad.

Figura 1. Modelo causa efecto propuesto para la métrica del prestigio de la IES, Elaboración



propia.

El modelo causa efecto anterior muestra las variables independientes y dependiente del modelo propuesto, es necesario crear un instrumento que permita hacer posible la medición de las variables. Por lo que se diseñó el siguiente instrumento y se aplicó a una muestra preliminar de 53 padres de familia cumpliendo con el requisito del tamaño de una muestra pequeña de un tamaño mínimo de 30 observaciones.

Los rango de respuesta se utiliza una escala Likert de cinco opciones para todas las preguntas:

<b>Baj o</b>	<b>Suficiente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buen o</b>	<b>Excelente</b>
1	2	3	4	5

Para la validación de confiabilidad y validez del instrumento se realiza una prueba de alfa de Cronbach primero a todo el instrumento y posteriormente a cada constructo, lo que permitirá validar si las preguntas son entendidas por los encuestados, se esperan valores entre 0.6 y 0.9 de Alfa de Cronbach dado que es un modelo exploratorio (Levy & Varela, 2003).



Tabla 2 . Alfa de Cronbach general

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.863	0.908	20

El resultado general es aceptable, significa que en conjunto las 15 preguntas del instrumento han sido entendidas por los sujetos de estudio los padres de familia con un Alfa de Cronbach de 0.9 siendo aceptable.

A continuación los valores y preguntas del instrumento completo:

Tabla 3 . Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de la IES, variable dependiente.

***Escala: Validación de la Evaluación Desempeño General UANL FACPYA***

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.793	0.793	3

Tabla 4 . Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de la IES, variable dependiente.

	Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
2. En general, ¿Cómo evalúa a FACPYA en su cumplimiento de la misión de formar profesionales?	8.453	1.099	0.628	0.463	0.725
3. En General, ¿Cómo califica el prestigio actual de la Universidad Autónoma de Nuevo León?	8.292	1.187	0.548	0.328	0.808
4. En general, ¿Cómo considera el nivel de calidad académica de la Facultad de Contaduría Pública y Administración (FACPYA) de la UANL?	8.368	1.021	0.736	0.552	0.606

Se puede mostrar en la tabla 4 que el constructo de la variable dependiente Prestigio de la IES tiene un valor del Alfa de Cronbach de 0.79, lo cual es aceptable y sus encuestados entienden las interrogantes. También se validan de forma lógica dado que son variables que existen y pueden ser observadas o percibidas por los involucrados en su entorno.

Tabla 5 . Alfa de Cronbach por constructo, Infraestructura de la IES.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.607	0.64	2

Tabla 6 . Alfa de Cronbach por constructo, Infraestructura de la IES.

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
5. En general, ¿Qué tan fácil pueden ingresar los jóvenes de Nuevo León a la Facultad de Contaduría y Administración de la UANL?	4	1.154	0.47	0.221
6. ¿Qué tan importante considera que FACPYA tenga mayor cantidad de salones de <u>clase</u> ?	<u>3.47</u>	<u>0.523</u>	<u>0.47</u>	<u>0.221</u>

En la tabla 5 aún teniendo un Alfa de Cronbach de 0.6 que es aceptable, el SPSS muestra en él la indicación que se viola los supuestos del modelo de validez por lo que se procedió a realizar el análisis de la codificación de respuestas sin encontrar errores aparentes, sin embargo es un error que el SPSS envía para validar la información, la cual es correcta por lo que se acepta el resultado.

Tabla 7. Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de los profesores de la IES.

<b>Escala: Validación de la Evaluación del Prestigio de los Profesores de FACPYA</b>		
<i>Reliability Statistics</i>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.863	0.872	3

Tabla 8. Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de los profesores de la IES.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
9. ¿Cómo califica Ud. la impartición académica de los profesores a través del desarrollo logrado por su hijo(a)?	7.75	3.073	0.653	0.429	0.907
9'. ¿De los comentarios que le hizo su hijo(a) con respecto a la asistencia a clase de los profesores de la Facultad, ¿Cómo los calificaría?	7.53	3.408	0.81	0.719	0.755
9''. ¿Cómo califica el prestigio de los profesores que imparten clases en FACPYA?	7.58	3.247	0.784	0.704	0.767

Para el constructor del prestigio de los profesores de la IES se valida con un valor de Alfa de Cronbach de 0.87 por lo que los encuestados han entendido las preguntas correctamente.

Tabla 9. Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de los programas académico de la IES.

<b>Scale: Validación de la Evaluación del Prestigio de los Programas de FACPYA</b>		
<i>Reliability Statistics</i>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.705	0.703	4

Tabla 10. Alfa de Cronbach por constructo, Prestigio de los programas académico de la IES.

	Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
10. Según su percepción ¿Cómo considera el nivel del prestigio académico de los egresados en cada carrera? LA	6.04	24.691	0.297	0.198	0.748
10'. Según su percepción ¿Cómo considera el nivel del prestigio académico de los egresados en cada carrera? CP	6.06	23.478	0.314	0.198	0.747
10". Según su percepción ¿Cómo considera el nivel del prestigio académico de los egresados en cada carrera? LNI	7.25	17.381	0.77	0.656	0.455
10"". Según su percepción ¿Cómo considera el nivel del prestigio académico de los egresados en cada carrera? LTI	7.09	18.395	0.641	0.582	0.54

La calidad de los programas de la IES se valida con un Alfa de Cronbach de 0.70 siendo un valor aceptable para la investigación.

Tabla 11. Alfa de Cronbach por constructo, Desarrollo integral del exalumno de la IES.

**Escala: Validación de la Evaluación de El desarrollo Integral del Alumno de FACPYA**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.785	0.788	2

Tabla 12. Alfa de Cronbach por constructo, Desarrollo integral del exalumno de la IES.

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
10. ¿La educación proporcionada por FACPYA a su hijo, cumplió con las expectativas desarrollo personal y profesional que Ud. quería?	3.79	1.129	0.65	0.422
8. En general, ¿Considera que FACPYA cumple las expectativas del desarrollo integral de sus alumnos?	4.11	0.91	0.65	0.422

En el constructo anterior del desarrollo integral del alumno tiene como resultado un alfa de Cronbach de 0.788 siendo aceptable y sin errores en la codificación.

Tabla 13. Alfa de Cronbach por constructo, impacto social de la IES en la comunidad.

**Escala: Validación de la Evaluación del  
 Impacto Social de FACPYA en la  
 Comunidad**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.916	0.916	5

Tabla 14. Alfa de Cronbach por constructo, impacto social de la IES en la comunidad parte 2.

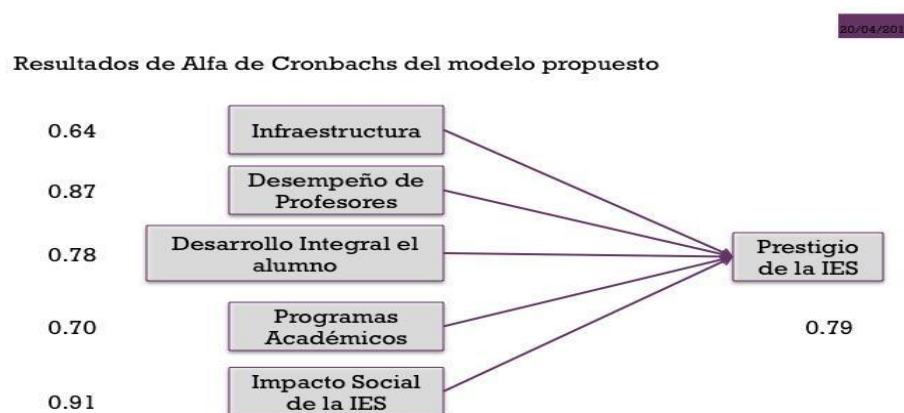
	Item-Total Statistics				Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	
13. ¿Cuál es el nivel de impacto social de la Escuela de Negocios de la UANL en la comunidad?	14.6	16.513	0.669	0.643	0.919
14. ¿Cuál es el nivel de impacto social a la comunidad de la Escuela de Negocios de la UANL a través de sus eventos deportivos (clases, cursos, etc.)?	14.72	14.091	0.862	0.859	0.881
15. ¿Cuál es el nivel de impacto social a la comunidad de la Escuela de Negocios de la UANL a través de sus eventos artísticos y culturales (conciertos, exposiciones, etc.)?	14.81	12.925	0.892	0.835	0.874
16. ¿Cuál es el nivel de impacto social a la comunidad de la Escuela de Negocios de la UANL a través de sus eventos ambientales y de sustentabilidad? (Reciclaje de basura, Plata de árboles, etc.)	14.81	12.848	0.858	0.871	0.883
17. ¿Cuál es el nivel de impacto social a la comunidad de la Escuela de Negocios de la UANL a través del fomento de la Ética Profesional en los estudiantes?	14.42	16.247	0.675	0.63	0.918

En el constructo anterior del impacto social de la IES en la comunidad el valor de alfa de Cronbach es de 0.91; se considera aceptable y cumple con el supuesto del modelo de validez.

La validación del instrumento ha sido realizado mediante el uso del Alfa de Cronbach, todos los valores van de 0.6 a 0.91 siendo valores válidos para la aplicación de la encuesta a una mayor muestra a futuro.

### Conclusiones:

El modelo propuesto para la evaluación del prestigio de la IES se presenta a continuación con los valores del Alfa de Cronbach obtenidos:



Los valores van de un mínimo de 0.64 a 0.91, siendo aceptables para una investigación del tipo exploratorio según Levy & Varela (2003), dado que no se utiliza otro instrumento de manera confirmatoria. La validez del instrumento es apoyada mediante los resultados obtenidos del Alfa de Cronbach.

La oportunidad de mejora es aplicar a una mayor cantidad de exalumnos para cumplir la representatividad del estudio con respecto a su población de la IES, así como también la oportunidad de aplicarlo en otras IES para realizar un análisis comparativo y un ranking del prestigio de las IES, así como su impacto en la comunidad, lo cual apoya a las diferentes

acreditaciones internacionales donde se solicita medir la relación con los *stakeholders* o grupos de interés.

#### Referencias:

- Alcántar, V. M. y Arcos, J. L. (2004). La vinculación como instrumento de imagen y posicionamiento de las instituciones de educación superior. . En Revista Electrónica de Investigación Educativa, 6 (1). Consultado el día 14 de julio de 2010 en: <http://redie.uabc.mx/vol6no1/contenidoenriquez.html>
- Arquero, J.L.; Donoso, J.A.; Jiménez, S.M.; González, J.M. (2009). Análisis exploratorio del perfil demandado para administración y dirección de empresas: implicaciones para el área contable. Revista de Contabilidad- Spanish Accounting Review, 12(2): 181-214.
- Botello, J. C., & Bañuelos, G. L. (2013). Opinión de empleadores. (Spanish). Global Conference On Business & Finance Proceedings, 8(1), 1421-1426.
- Castaño, E., Blanco, A., & Asensio, E. (2012). Competencias para la tutoría: experiencia de formación con profesores universitarios. REDU. Revista de Docencia Universitaria, Número monográfico dedicado a Competencias docentes en la Educación Superior, 10(2), 193-210.
- Coughlan, S. (2008). BBC News. Recuperado el 01 de Abril de 2015, de [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/education/7570127.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/education/7570127.stm)
- Cruikshank, M. (2003). Total quality management in the higher education sector: A literature review from an international and Australian perspective. TQM & Business Excellence 14, no. 10: 1159–67.
- Delgado Márquez, B., Escudero Torres, M., & Hurtado Torres, N. (2013). Being highly internationalised strengthens your reputation: an empirical investigation of top higher education institutions. Higher Education , 66 (5), 619-633.
- Dirección General de Evaluación Institucional. (2014). Recuperado el 01 de Abril de 2015, de [http://dgei.unam.mx/metodologia\\_rankings\\_2014.pdf](http://dgei.unam.mx/metodologia_rankings_2014.pdf)
- Dirección General de Evaluación Institucional. (2011). Los Rankings Internacionales de Universidades, su impacto, metodología y evolución. Cuadernos de trabajo , 9.
- Echeverría-Falla, C. (2013). Educación ética: ¿Normas o Virtudes? ¿Qué giro debe tomar la enseñanza de la ética en la formación de universitario solidarios?. (Spanish). Persona Y Bioética, 17(2), 151-167.
- Emiliozzi, S., Vasen, F., & Palumbo, M. M. (2011). Desafíos para la vinculación entre la universidad pública y demandas de actores sociales y gubernamentales. (Spanish). Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano De Sociología, 20(2), 329-341.
- Espinosa Martín, M. T. (2014). Necesidades formativas del docente universitario. (Spanish). Revista De Docencia Universitaria, 12(4), 161-177.
- Fisher, B. (2009). Athletics success and institutional rankings. New Directions For Higher Education, (148), 45-53. doi:10.1002/he.367
- Frans, K. A. (2002). Ways in Which Intercollegiate Athletics Contribute to University Success. Master's thesis, North Carolina State University.
- García López, R. (2006). El profesorado universitario ante la ética profesional docente.



- (Spanish). *Revista Española De Pedagogía*, (235), 545-566.
- Gómez, Tomás & Puente, Xavier. (2015). Nuevo ranking multidimensional europeo: U-Multirank. Obtenido de <http://asus.usal.es/tomas-gomez-y-xavier-puente/19106-alias>
- Hatch, M., & Schultz, M. (1997). University Rankings and Social Science. *European Journal of Education*, 45-59.
- Hazelkorn, E. (2008). Learning to live with league tables and ranking: the experience of institutional leaders. 21, 193-215.
- Hazelkorn, E. (2011). *Rankings and the Reshaping of Higher Education: the battle for world-class excellence* (Houndmills, Palgrave Macmillan).
- Heding, T., Knudtzen, C., & Bjerre, M. (2009). *Brand management: Research, theory and practice*. London and New York Routledge .
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. . (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Jansen, L. (2008). “La contribución de la educación superior al desarrollo sustentable” en AA.VV. *La educación superior en el mundo 2008: Nuevos retos y roles emergentes*. Barcelona, Mundiprensa, 83-88, disponible en <http://hdl.handle.net/2099/7924>.
- Llamas Bañuelos, G. (2014). Pertinencia y calidad en programas de estudio superiores. (Spanish). *Global Conference On Business & Finance Proceedings*, 9(2), 1522-1529.
- Lévy Mangin, J.-P., & Varela Mallou, J. (2003). *Análisis Multivariable para Ciencias Sociales* (Primera ed.). Madrid, España: Pearson, Prentice Hall.
- Marginson, S. (2014). *University Rankings and Social Science*. *European Journal of Education*, 49 (1), 45-59.
- Morrish, S., & Lee, C. (2011). Country of origin as a source of sustainable competitive advantage: The case for international higher education institutions in New Zealand. *Journal of Strategic Marketing*, 19 (6), 517-529.
- Newton, J. (2000). Feeding the beast or improving quality?: Academics’ perceptions of quality assurance and quality monitoring. *Quality in Higher Education* 6, no. 2: 153–63.
- Olvera, R. (2008). *Revista Mexicana de Orientación Educativa*. Nov.2008, Vol. 6 Issue 16, p.50-58. 9 p. 1 Black and White Photograph, 2 Charts.
- Palomares Montero, D., & Chisvert Tarazona, M. J. (2014). Ética y empresa en el espacio universitario: el emprendimiento social en las universidades públicas como vehículo facilitador de la equidad social. (Spanish). *Revista De Docencia Universitaria*, 12(2), 205-230.
- QS Latin America. (2015). *QS University Rankings: Latin America - Methodology*. Obtenido de <http://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/latin-american-university-rankings/qs-university-rankings-latin-america-methodology>
- Quacquarelli Symonds (2015). *Corporativo QS University Rankings Latin America 2014* Quacquarelli Symonds.. Obtenido de: [http://www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2014?utm\\_source=tu\\_house\\_banners&utm\\_medium=web\\_banner#sorting=rank+region="+country="+faculty="+stars=false+search="](http://www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2014?utm_source=tu_house_banners&utm_medium=web_banner#sorting=rank+region=)
- QS Stars. (2015). *QS Stars: Methodology*. Recuperado de <http://www.topuniversities.com/qs-stars/qs-stars-methodology>
- QS stars (2014), *Facilities*. Consultado <http://www.topuniversities.com/qs-stars/qs-stars-methodology?page=1>

- QS World Rankings. (2015). QS World University Rankings: Methodology. Obtenido de <http://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/world-university-rankings/qs-world-university-rankings-methodology>
- QS. (2015) Corporativo QS University Rankings World University rankings 2014. Obtenido de: [http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2014#sorting=rank+region="+country="+faculty="+stars=false+search=](http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2014#sorting=rank+region=)
- Restrepo, B. (2006). Tendencias actuales en la educación superior: rumbos del mundo y rumbos del país. *Revista Educación y pedagogía*. XVIII(46). 79-90. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/revistaey/article/viewFile/6886/6303>
- Retamal, F. C., Clavijo, Z. N., Silva, R. C., & Vergara, V. Á. (2011). Formación inicial en educación física: Percepciones post Universidad. (Spanish). *Ucmaule - Revista Académica De La Universidad Católica Del Maule*, (40), 31-48.
- Rindova, V., Williamson, I., Petkova, A., & Sever, J. (2005). Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation. *Academy of Management Journal*, 48 (6), 1033-1049.
- Rodríguez, A., Gómez, V ;Ariza,D ,Marco. (2014). *Investigación y Desarrollo*. ene-jun 2014, Vol. 22 Issue 1, p 79-119. 41p
- SCIMago. (2015). Institutions Rankings. Obtenido de <http://www.scimagoir.com/methodology.php>
- Shulman, J. L., and Bowen, W. G. (2002). *The Game of Life: College Sports and Educational Values*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Simón, R. S., & Ruiz-Tagle, A. A. (2009). Un modelo para la gestión de una escuela universitaria orientada a la formación basada en competencias. (Spanish). *Cuadernos De Administración* (01203592), 22(39), 287-305.
- Steiner, L., Sundström, A., & Sammalisto, K. (2013). An analytical model for university identity and reputation strategy work. *Higher Education*, 65 (4), 401-415.
- Sutz, J. (2003). "Inequality and University Research Agendas in Latin America" en *Science, Technology and Human Values*, 28(1), 52-68.
- Tejada Fernández, J. (2002). El docente universitario ante los nuevos escenarios: Implicaciones para la innovación docente. *Acción pedagógica*, 11 (2), pp. 30-42.
- Tobón, S. (2002). Las competencias en el sistema educativo: De la simplicidad a la complejidad. Ponencia: Congreso colombiano de formación basada en competencias, pp. 1-22. Medellín: Ministerio de Educación Nacional y Asenof.
- Valadez, G. V. (2012). Impacto de la comunicación organizacional, en la competitividad y la vinculación de las empresas mexicanas con la universidad. (Spanish). *Recherches En Sciences De Gestion*, (90), 89-119.
- Williams, R., & Van Dyke, N. (2008). Reputation and reality: Ranking major disciplines in Australian universities. *Higher Education*, 56 (1), 1-28.
- Zlotkowski, E. (2007). The case for service learning. En L. Mcilrath, & I. Labhrainn, *Higher education and civic engagement: International perspectives* (págs. 37-52). Hampshire: Ashgate Publishing Limited.