

| MATRIZ DE CONGRUENCIA, MODELO 3                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                         | Tesicafé                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema                                                                                                   | Preguntas y/ objetivo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Hipótesis                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Marco teórico                                                                                                                           | Estrategia metodológica                                                                                                                                   |
| Factores psicosociales por las que jóvenes de la FCPyS (UNAM) aplazan su titulación por tesis en 2022. | <p>¿Qué factores psicosociales son los principales para realizar una tesis?</p> <p>¿De qué forma el hábitus incide en hacer una tesis?</p> <p>¿Qué significa titularse por tesis para los jóvenes de la FCPyS?</p> <p>Objetivo general<br/>Identificar los factores psicosociales por las que jóvenes de la FCPyS (UNAM) aplazan su titulación por tesis en 2022.</p> | <p>Los factores psicosociales que más inciden en el aplazamiento de la titulación por jóvenes son: el hábitus, la motivación, la percepción social, las expectativas y los valores asociados al yo.</p> <p>Por ello, cada uno de estos elementos configura un impedimento o posibilidad de desarrollar la tesis.</p> | <p>1. Constructivismo</p> <p>2. Hábitus</p> <p>3. Factores psicosociales para hacer la tesis</p> <p>4. Jóvenes</p> <p>5. Motivación</p> | <p>Estrategia de indagación: etnografía</p> <p>Método: cualitativa</p> <p>Técnicas: entrevistas semi estructuradas</p> <p>Observación no participante</p> |