

UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ  
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADOS  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DESARROLLO HUMANO  
MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR

**IMPORTANCIA DE LAS TUTORÍAS DOCENTES EN EL DESEMPEÑO  
ACADÉMICO Y SOCIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE  
MERCADOTECNIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

Thalia Abigail Campaña Loor  
0954190344

Tesis presentada como requisito para optar al grado de  
Magíster en Docencia Superior

Enero de 2025  
Ciudad de Panamá, República de Panamá.



## **UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ DEPARTAMENTO DE REGISTROS ACADÉMICOS**

Trabajo de Graduación para optar por el título de **“Maestría en Docencia Superior,**  
bajo el tema: **“IMPORTANCIA DE LAS TUTORÍAS DOCENTES EN EL  
DESEMPEÑO ACADÉMICO Y SOCIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA  
CARRERA DE MERCADOTECNIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
EMPRESARIALES.”**

Esta tesis fue aprobada por los miembros del tribunal calificador conformado por:

**Dr. Smith De Jesús Robles**  
Docente asesor

---

**Firma)**

Dado en la Ciudad de Panamá, a los 3 días del mes de enero de 2025



## UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ DECLARACIÓN JURADA

Yo, **THALIA ABIGAIL CAMPAÑA LOOR** con cédula de identidad personal número **0954190344** panameño, estudiante graduando de la Maestría en Educación Superior, declaro bajo la gravedad del juramento que el material que aparece en este trabajo de graduación en la opción tesis, denominado **IMPORTANCIA DE LAS TUTORÍAS DOCENTES EN EL DESEMPEÑO ACADÉMICO Y SOCIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.**”, es de mi producción intelectual, debido a lo cual exonero a la Universidad Latina de Panamá de cualquier responsabilidad relacionada a este aspecto.

THALIA ABIGAIL CAMPAÑA LOOR  
Cédula: 0954190344

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de esta tesis.

En primer lugar, agradezco a mi asesor de tesis, Dr. Smith de Jesús Robles, por su invaluable orientación, apoyo y confianza a lo largo de este proceso. Su experiencia y dedicación han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

A mis profesores y compañeros de la Universidad Latina de Panamá, gracias por compartir sus conocimientos y por las enriquecedoras discusiones que me han ayudado a crecer académicamente. Su camaradería ha hecho que este viaje sea mucho más agradable.

A mi familia, por su amor incondicional y su apoyo constante. Gracias por estar siempre a mi lado, por sus palabras de aliento y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles. Sin ustedes, este logro no habría sido posible.

Por último, agradezco a todas las personas que, de alguna manera, contribuyeron a la realización de esta tesis. Cada apoyo, consejo y palabra de aliento ha sido un pilar fundamental en este camino.

Gracias.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis padres, Gladys Loor y Rigoberto Campaña, por su amor incondicional y su apoyo constante a lo largo de mi vida. Gracias por enseñarme la importancia del esfuerzo y la dedicación, y por ser mi mayor fuente de inspiración.

## ÍNDICE GENERAL

	Pág
Hoja del Tribunal Evaluador.....	ii
Declaración Jurada.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria. ....	v
Índice general.....	v
Índice de contenido .....	vi
Índice de tablas... ..	ix
Índice de figuras .....	xi
Índice de anexos.....	xv
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii

## INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.0: EL PROBLEMA	3
<b>1.1 Antecedentes de la investigación</b>	3
<b>1.3 Justificación de la investigación</b>	5
<b>1.4 Objetivos</b>	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivos Específicos	8
<b>1.5 Alcance y limitaciones de la investigación</b>	8
<b>1.6 Proyecciones de la investigación</b>	9
CAPÍTULO 2.0: MARCO TEÓRICO	11
<b>2.1 Definición de tutoría</b>	11
2.3. Tipos de tutorías	13
2.5. Satisfacción de estudiantes con las tutorías académicas	14
2.6. Las tutorías influyen en el buen desempeño académico y aprobación de materias	14
2.7. El rol del docente tutor	15
2.8. Técnicas pedagógicas empleadas por docentes en las tutorías	15
2.9. Motivación de los alumnos para asistir a las tutorías académicas	17
2.10. Resultados pedagógicos de asistir a las tutorías académicas	18
<b>2.11 Sistema de variables</b>	19
<b>2.12. Glosario</b>	22
CAPÍTULO 3.0: MARCO METODOLÓGICO	24
<b>3.1 Tipo y diseño de la investigación</b>	24
3.2.1 Materiales	26
3.2.2 Población	26
3.2.3 Muestra	26
3.2.3.1 Tipo de muestra	26
<b>3.3 Supuesto</b>	27

<b>3.4 Descripción de los instrumentos</b> .....	27
<b>3.5 Recolección de la información</b> .....	29
<b>3.6 Análisis de la información</b> .....	29
<b>CAPÍTULO 4.0: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	31
<b>4.1 Características generales de la muestra</b> .....	31
4.2. Aplicación de instrumentos a estudiantes .....	32
4.3. Aplicación de instrumentos a docentes .....	58
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	76
<b>REFERENCIAS</b> .....	77
<b>ANEXOS</b> .....	81

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sistema de variables	19
Tabla 2: Descripción de instrumentos	29
Tabla 3: Composición de los encuestados	31
Tabla 4: Ciclo lectivo en que se encuentran los estudiantes	32
Tabla 5: ¿Durante su proceso de formación ha recibido tutorías?	32
Tabla 6: ¿Qué formato de tutorías prefieres?	34
Tabla 7: ¿Qué áreas específicas de la mercadotecnia consideras que requieren más apoyo?	35
Tabla 8: Si has utilizado tutorías, ¿Cómo calificarías su efectividad?	38
Tabla 9: ¿En qué medida sientes que necesitas apoyo académico adicional en tu carrera?	40
Tabla 10: ¿Sientes que tus profesores ofrecen suficiente apoyo y acompañamiento académico durante el curso?	42
Tabla 11: ¿Con qué frecuencia los docentes están disponibles para consultas y tutorías fuera del horario de clases?	43
Tabla 12: ¿Te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio?	44
Tabla 13: ¿En cuáles áreas requiere usted mayor orientación?	45
Tabla 14: ¿Cuál consideras que es el principal obstáculo para recibir apoyo académico por parte de los docentes?	50
Tabla 15: ¿Qué mejoras sugerirías para incrementar el apoyo académico y la tutoría ofrecida por los docentes?	53
Tabla 16: Edad en años de los docentes	58
Tabla 17: Años de docencia	59
Tabla 18: Jornada	60
Tabla 19: ¿Qué tan frecuente considera que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia necesitan apoyo académico adicional?	61
Tabla 20: ¿Qué áreas específicas de la carrera de mercadotecnia considera que requieren más apoyo académico por parte de los docentes?	62
Tabla 21: ¿Ha implementado alguna estrategia de tutoría o acompañamiento académico para sus estudiantes?	64
Tabla 22: Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cuál ha sido el formato de tutoría utilizado?	65
Tabla 23: ¿En cuáles áreas cree usted que los alumnos requieren mayor orientación?	66
Tabla 24: ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta al proporcionar tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes?	67
Tabla 25: ¿Qué tan cómodo se siente brindando tutorías y apoyo académico adicional a sus estudiantes?	68
Tabla 26: ¿Cree que su carga administrativa o docente limita su capacidad para ofrecer tutorías a los estudiantes?	69

Tabla 27: ¿Cómo evalúa la efectividad de las tutorías y el acompañamiento académico que ha brindado hasta ahora?-----	70
Tabla 28: ¿Qué recursos adicionales considera necesarios para mejorar el apoyo académico mediante tutorías en la carrera de mercadotecnia? -----	71
Tabla 29: ¿Qué tipo de capacitación adicional tendría interés en recibir para mejorar el proceso de tutoría y acompañamiento académico? -----	73
Tabla 30: matriz de operacionalización de variables -----	86

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Durante su proceso de formación ha recibido tutorías? -----	33
Figura 2: ¿Qué formato de tutorías prefieres? -----	34
Figura 3: ¿Qué áreas específicas de la mercadotecnia consideras que requieren más apoyo? -----	37
Figura 4: Si has utilizado tutorías, ¿Cómo calificarías su efectividad? -----	39
Figura 5: ¿En qué medida sientes que necesitas apoyo académico adicional en tu carrera? -----	40
Figura 6: ¿Sientes que tus profesores ofrecen suficiente apoyo y acompañamiento académico durante el curso?-----	42
Figura 7:¿Con qué frecuencia los docentes están disponibles para consultas y tutorías fuera del horario de clases? -----	43
Figura 8: ¿Te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio? -----	44
Figura 9:¿En cuáles áreas requiere usted mayor orientación? -----	48
Figura 10: ¿Cuál consideras que es el principal obstáculo para recibir apoyo académico por parte de los docentes? -----	52
Figura 11: ¿Qué mejoras sugerirías para incrementar el apoyo académico y la tutoría ofrecida por los docentes? -----	57
Figura 12: Edad en años de los docentes -----	58
Figura 13: Años de docencia-----	59
Figura 14: Jornada -----	60
Figura 15: ¿Qué tan frecuente considera que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia necesitan apoyo académico adicional? -----	61
Figura 16: ¿Qué áreas específicas de la carrera de mercadotecnia considera que requieren más apoyo académico por parte de los docentes?-----	63
Figura 17: ¿Ha implementado alguna estrategia de tutoría o acompañamiento académico para sus estudiantes? -----	64
Figura 18: Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cuál ha sido el formato de tutoría utilizado? -----	65
Figura 19: ¿En cuáles áreas cree usted que los alumnos requieren mayor orientación? -----	66
Figura 20: ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta al proporcionar tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes? -----	67
Figura 21: ¿Qué tan cómodo se siente brindando tutorías y apoyo académico adicional a sus estudiantes? -----	68
Figura 22:¿Cree que su carga administrativa o docente limita su capacidad para ofrecer tutorías a los estudiantes?-----	69
Figura 23: ¿Cómo evalúa la efectividad de las tutorías y el acompañamiento académico que ha brindado hasta ahora?-----	70
Figura 24: ¿Qué recursos adicionales considera necesarios para mejorar el apoyo académico mediante tutorías en la carrera de mercadotecnia? -----	71

Figura 25: ¿Qué tipo de capacitación adicional tendría interés en recibir para mejorar el proceso de tutoría y acompañamiento académico? -----73

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo de instrumento-----	81
Anexo 2: Matriz operacionalización de variables -----	86
Anexo 3: Diapositivas -----	88

## RESUMEN

La presente tesis aborda la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales. Se busca analizar cómo la interacción entre tutores y estudiantes influye en el rendimiento académico y en el desarrollo de habilidades sociales, fundamentales para su formación profesional.

A través de un enfoque cuantitativo y cualitativo, se recopilieron datos mediante encuestas y entrevistas, lo que permitió identificar las percepciones de los estudiantes sobre el impacto de las tutorías en su aprendizaje y en su integración social.

Los resultados indican que las tutorías no solo mejoran el desempeño académico, sino que también fomentan el desarrollo de competencias interpersonales y habilidades blandas, esenciales en el ámbito laboral. Este estudio resalta la necesidad de fortalecer programas de tutoría en la educación superior como estrategia para mejorar la calidad educativa y el bienestar de los estudiantes.

**Palabras clave:** tutorías docentes, estudiantes, universidad, mercadotecnia, programas, acompañamiento académico, interacción, encuestas, estrategias, calidad educativa.

## **ABSTRACT**

This thesis addresses the importance of teaching tutoring in the academic and social performance of students of the Marketing degree at the Faculty of Business Sciences. It seeks to analyze how the interaction between tutors and students influences academic performance and the development of social skills, essential for their professional training.

Through a quantitative and qualitative approach, data was collected through surveys and interviews, which made it possible to identify students' perceptions of the impact of tutoring on their learning and social integration.

The results indicate that tutoring not only improves academic performance, but also promotes the development of interpersonal skills and soft skills, essential in the workplace. This study highlights the need to strengthen tutoring programs in higher education as a strategy to improve educational quality and student well-being.

**Keywords:** teaching tutorials, students, university, marketing, programs, academic support, interaction, surveys, strategies, educational quality.

## **INTRODUCCIÓN**

Este trabajo de investigación se propone analizar la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia en la Facultad de Ciencias Empresariales. En la actualidad, la educación superior enfrenta un conjunto de desafíos que impactan el desarrollo académico y personal de los estudiantes. La carrera de Mercadotecnia, por su naturaleza dinámica y en constante evolución, no solo requiere de conocimientos teóricos sólidos, sino también de habilidades prácticas y sociales que permitan a los estudiantes adaptarse a un entorno laboral competitivo. En este contexto, las tutorías docentes se han convertido en una herramienta fundamental para el acompañamiento y la orientación de los alumnos, jugando un papel crucial en su formación integral.

Las tutorías docentes se refieren a los espacios de interacción y apoyo que los profesores brindan a los estudiantes, con el objetivo de facilitar su aprendizaje, resolver sus dudas y fomentar su desarrollo personal y profesional. Estas interacciones no solo potencian el desempeño académico, sino que también ayudan a los estudiantes a desarrollar habilidades sociales como la comunicación, el trabajo en equipo y la resolución de conflictos. La importancia de las tutorías radica en su capacidad para generar un ambiente de confianza y apoyo, donde los estudiantes se sienten motivados a participar activamente en su proceso educativo.

La investigación se encuentra estructurada en cuatro capítulos los cuales se describen en los párrafos siguientes:

En el capítulo uno se exponen las particularidades básicas del proyecto, es decir, se realiza una caracterización de los contextos que rodean el tema objeto de estudios, se expone la situación problemática, se delimita el desarrollo de la investigación proyectada, la justificación y se plantean los objetivos.

En el capítulo dos, se trata con profundidad el contexto teórico del tema de estudios, así como conceptualizaciones, se expone también las variables investigativas.

En el capítulo tres, se expone el tipo y el diseño de la investigación, también se describe la población y la muestra a investigar, el supuesto y se describe los materiales empleados para realizar la investigación.

En el capítulo cuatro, se encuentran los análisis y los resultados de la investigación, se describen las pruebas estadísticas aplicadas, el análisis e interpretación de los datos obtenidos, las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO 1.0: EL PROBLEMA**

### **1.1 Antecedentes de la investigación**

La tutoría docente ha sido reconocida como un componente esencial en la mejora del desempeño académico y social de los estudiantes en diversas disciplinas. Según varios estudios, las interacciones personalizadas entre docentes y estudiantes contribuyen significativamente a la motivación y el éxito académico (Gonzalez, 2019). Las tutorías académicas son un componente muy significativo en el desempeño académico de los estudiantes ya que en este programa los docentes buscan identificar las fortalezas o falencias de los educandos y trabajar en áreas específicas según las necesidades requeridas.

En el contexto de la educación superior, la carrera de Mercadotecnia presenta un entorno particular en el que los estudiantes requieren no solo de conocimientos teóricos, sino también de habilidades prácticas y socioemocionales. Sin embargo, a pesar de los beneficios demostrados, en muchos contextos educativos, la implementación de programas de tutoría efectiva sigue siendo un reto.

Por lo tanto, la presente investigación pretende analizar la importancia de las tutorías docentes y su influencia en el desempeño académico y social de los estudiantes de Mercadotecnia, contribuyendo así a la comprensión de su papel en el proceso educativo y ofreciendo recomendaciones para mejorar su implementación en el ámbito académico.

La figura del tutor en el ámbito académico ha cobrado relevancia en las últimas décadas, especialmente en contextos universitarios donde se busca no solo la formación profesional del estudiante, sino también su desarrollo personal y social. Según (Gilda Dalila Rodríguez Valverde, 2019) las tutorías son espacios clave que favorecen el acompañamiento y la orientación de los estudiantes, contribuyendo a mejorar su desempeño académico y su adaptación social dentro de la universidad.

## **1.2 Planteamiento del problema**

En la actualidad, la educación superior enfrenta diversos desafíos que afectan el desempeño académico y social de los estudiantes. En particular, la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales se encuentra en un contexto en el que la competencia profesional es cada vez más exigente y los estudiantes necesitan desarrollar no solo conocimientos técnicos, sino también habilidades interpersonales y sociales que les permitan integrarse de manera efectiva en el ámbito laboral.

En un estudio realizado por (Parra, 2018) muestra que un aproximado del 29% de los alumnos de la Universidad Técnica Estatal De Quevedo no se encuentran satisfechos completamente con los programas de tutorías debido a que el personal docente de dicha universidad en un aproximado de 19,91% no se preocupan por el interés de los estudiantes en los programas tutoriales.

La encuesta realizada por (Parra, 2018) también refleja que, en la UTEQ, existe desinterés por el porcentaje de alumnos mencionado anteriormente debido a la falta de cordialidad de los docentes tutores, la falta de cordialidad de los docentes se refleja en un 68%, también, se menciona en la encuesta realizada a los alumnos que un 37% de docentes tutores no cumplen con sus actividades tutoriales.

Así, surge la necesidad de investigar la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de esta carrera. Comprender esta relación permitirá no solo identificar las mejores prácticas en la tutoría, sino también proponer estrategias que fortalezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje y, por ende, el futuro profesional de los alumnos. En este contexto, se plantea la siguiente problemática: ¿Cuál es el impacto de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo? Esta pregunta orientará la investigación hacia un análisis más profundo de la dinámica entre tutores y estudiantes, con el fin de generar conclusiones que puedan ser aplicadas tanto en la mejora de los programas de tutoría como en la formación de los futuros profesionales del área.

### **1.3 Justificación de la investigación**

La justificación de la investigación titulada “Importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de

mercadotecnia de la facultad de Ciencias empresariales” radica en la necesidad de comprender el impacto que tienen las tutorías en el desarrollo integral de los estudiantes. Este estudio considera que las tutorías no solo son un mecanismo de apoyo académico, sino también una herramienta crucial para fomentar habilidades sociales y emocionales que son fundamentales en el contexto laboral actual.

En el ámbito de la educación superior, la tutoría se presenta como un componente esencial que puede influir significativamente en el rendimiento académico de los estudiantes. A través de la investigación, se pretende identificar y analizar cómo las tutorías docentes contribuyen a mejorar el desempeño académico, propiciando un ambiente propicio para el aprendizaje, la motivación y el compromiso de los estudiantes. Asimismo, se busca resaltar su papel en la formación de competencias interpersonales y en el desarrollo de un networking profesional que prepare a los futuros egresados para enfrentar los desafíos del mercado laboral.

Además, la investigación podrá ofrecer a la facultad de Ciencias Empresariales una base sólida para implementar o mejorar programas de tutoría, favoreciendo un enfoque más personalizado y centrado en las necesidades de los estudiantes. De este modo, se contribuirá a la creación de un entorno educativo más inclusivo y eficiente, que estimule no solo el rendimiento académico, sino también el bienestar social y emocional de los jóvenes.

Finalmente, esta investigación busca añadir un valor significativo al conocimiento que se tiene sobre las tutorías docentes en el contexto de la educación superior en mercadotecnia, respondiendo así a la necesidad de evolucionar las estrategias educativas hacia un modelo más integral y efectivo, que contemple el desarrollo académico, personal y social de los estudiantes.

El proyecto se ajusta con la línea de investigación de la universidad latina de panamá, en calidad educativa. En la Universidad Técnica Estatal de Quevedo se ajusta a la línea Educación/ Formación de personal docente y ciencias de la educación en la sub línea Innovación, planificación, ejecución y evaluación curricular.

En el art. 27 de la ley del derecho a la educación del ecuador se menciona que La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Evaluar la importancia de las tutorías docentes para el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo

#### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar la necesidad de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo
- Diagnosticar los niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo

#### **1.5 Alcance y limitaciones de la investigación**

Esta tesis tiene como objetivo evaluar la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales, con el fin de identificar cómo estas intervenciones educativas pueden contribuir a su desarrollo integral. Se enfocará en evaluar cómo las tutorías pueden influir en el rendimiento académico, la motivación, la autodisciplina y las habilidades sociales de los estudiantes.

Para ello, se llevará a cabo una investigación cualitativa y cuantitativa que incluirá encuestas, entrevistas y análisis de datos académicos. El alcance de este estudio se limita a la población estudiantil de la mencionada carrera durante el periodo académico vigente, lo que permitirá obtener resultados específicos y aplicables en dicho contexto. Los hallazgos de esta investigación buscan

proporcionar recomendaciones que puedan ser implementadas por el personal académico para optimizar el proceso de tutoría y, en consecuencia, mejorar el desempeño general de los estudiantes.

La investigación se realizará en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (Matriz), en la facultad de Ciencias Empresariales (FCE), en la carrera de Mercadotecnia.

La investigación tendrá una duración de cuatro meses dando inicio en septiembre del 2024 y finalizando en diciembre del 2024..

La investigación presenta ciertas limitaciones que deben ser consideradas al interpretar los resultados. En primer lugar, el estudio se restringe a una muestra específica de estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales, lo que puede limitar la generalización de los hallazgos a otras carreras o facultades. Además, la disponibilidad y disposición de los estudiantes para participar en las encuestas y entrevistas pueden influir en la cantidad y calidad de la información recopilada.

## **1.6 Proyecciones de la investigación**

En el marco de la investigación titulada "Importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia de la facultad de Ciencias Empresariales", se plantean diversas proyecciones que

buscan contribuir tanto al ámbito académico como al desarrollo integral de los estudiantes.

Se anticipa que los hallazgos de esta investigación proporcionarán una comprensión más profunda sobre el impacto de las tutorías docentes en el rendimiento académico de los estudiantes. Asimismo, se espera que se identifiquen las estrategias más efectivas implementadas por los docentes en sus procesos de tutoría, lo que podría resultar en la creación de un modelo de tutoría que potencie el aprendizaje y fomente el compromiso de los alumnos con su formación profesional.

Por otro lado, se prevé que esta investigación destaque la importancia de las tutorías en el desarrollo de habilidades sociales y emocionales de los estudiantes, contribuyendo así a su formación integral. Se espera que, al identificar los beneficios de las tutorías en este ámbito, se incentive a la facultad a promover programas de tutoría más estructurados y sistemáticos, beneficiando así a un mayor número de estudiantes.

Finalmente, se espera que el estudio genere un interés renovado en la formación continua de los docentes en técnicas de tutoría, promoviendo una cultura de apoyo académico y personal. Esto podría traducirse en un ambiente educativo más colaborativo y enriquecedor, lo que finalmente beneficiaría tanto el desempeño académico como la cohesión social del alumnado en la facultad

## **CAPÍTULO 2.0: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Definición de tutoría**

La Tutoría se concibe como un eje en la educación de los estudiantes, el cual enfatiza el aprendizaje autodirigido y la formación integral. Si se considera que el fin último de todo proceso educativo es que los alumnos alcancen una formación basada en aprendizajes significativos y socialmente responsable, es claro que el logro de tan ambiciosa meta, sólo será posible con el apoyo de un conjunto de elementos entre los que destaca el programa tutorial. (Margarita, 2004)

Las tutorías son un programa dedicado a la mejora académica y social de estudiantes de todos los niveles educativos.

### **2.2 Importancia de las tutorías académicas**

Según (Guerra, 2023) “La tutoría es un proceso muy potente, cada vez más en el centro de las acciones educativas, ya que concreta los principios orientadores de la formación humana. Su estrategia es eminentemente educativa porque se ejerce a través de la interacción intersubjetiva entre dos personas y cuya finalidad es fomentar el dominio de cada uno sobre sus habilidades.”

La tutoría es un proceso académico de vital importancia para los estudiantes, ya que, mediante este proceso pueden recibir ayuda y consejos tanto pedagógicos como sociales, de esta manera los alumnos pueden mejorar sus calificaciones y

desempeño, en las sesiones de tutoría se hace énfasis en las áreas donde los alumnos necesiten mejoras.

### **2.2.1. Influencia de las tutorías académicas en el desempeño académico y social de los alumnos**

La tutoría es un proceso de acompañamiento durante la formación de los estudiantes, que se concreta mediante la atención personalizada a un alumno o a un grupo reducido de alumnos, por parte de académicos competentes y formados para esta función, apoyándose conceptualmente en las teorías del aprendizaje más que en las de la enseñanza (Guerra, 2023), este proceso influye en varios ámbitos:

- **Ámbito académico.** Acciones para ayudar a los alumnos en la mejora de su aprendizaje, como: consulta de textos, acceso de información de internet, modos de citación, hábitos de estudio, fomento de la lectura, acompañamiento a museos, etcétera (Guerra, 2023).
- **Ámbito emocional.** Tareas para resolver los problemas en las emociones, como: baja autoestima, el autoconcepto, las depresiones, entre otros (Guerra, 2023).
- **Ámbito económico.** Asuntos que impliquen procuración de ayuda económica (Guerra, 2023).
- **Ámbito de la salud.** Apoyo para superar problemas de salud durante su trayectoria (Guerra, 2023).

### 2.3. Tipos de tutorías

(Garcia, S/N) Menciona que para el desarrollo integral del estudiante, la tutoría debe ser en primera instancia:

- **Preventiva.** - Previa valoración al estudiante sobre aspectos que puedan influir en su proceso de aprendizaje y tenga repercusión en su aprovechamiento, el plan de acción tutorial debe incluir actividades preestablecidas encaminadas a diagnosticar y detectar necesidades y deficiencias individuales o grupales en la que es necesario intervenir siendo esto idóneo para detectar necesidades y carencias de los estudiantes.
- **Seguimiento.** – Una vez agotada la fase preventiva y detectada la problemática del estudiante deberá aplicarse acciones que permitan dar solución y su evolución. Lo deseable es que la acción tutorial tenga inicio desde el ingreso del estudiante de la universidad y concluya una vez este haya llegado al fin de sus estudios punto aparte por su carácter pueden ser:
  - **Personalizada:** es la tutoría otorgada a los alumnos de forma individual.
  - **Grupal:** Es la tutoría practicada de los alumnos de forma colectiva.
  - **Directa:** Es la realizada de forma presencial.
  - **Virtual:** Es la realizada a través de los medios electrónicos

## **2.5. Satisfacción de estudiantes con las tutorías académicas**

El grado de satisfacción de las tutorías viene dado por la percepción de beneficio y de que estas ayudan a cubrir las necesidades del alumnado. (Maria Dolores Guerra, 2020)

En resumen, la satisfacción de las tutorías depende de cómo los docentes lleven a cabo el programa, en ocasiones los alumnos no asisten por diversas cuestiones, por esto tienen a estar poco satisfechos con las tutorías, por otro lado, hay docentes que motivan a la asistencia tutorial, en este caso, los alumnos estarían satisfechos, ya que, mediante la asistencia se puede dar solución a los inconvenientes pedagógicos o sociales que se encuentren atravesando.

## **2.6. Las tutorías influyen en el buen desempeño académico y aprobación de materias**

La acción tutorial pedagógica incide positivamente en el rendimiento académico de los estudiantes, por cuanto esta actividad hace que el estudiante se sienta motivado, acompañado en el proceso educativo por lo que el educando desarrolla mayor atención en sus estudios; además el docente facilita procesos, recursos y dinamiza la actitud de los discentes. (vera, 2019)

Los programas tutoriales influyen de manera significativa el rendimiento académico de los alumnos, en estos se ofrecen explicaciones a profundidad de

temas específicos que se requieran, facilitando el proceso de aprendizaje en los estudiantes, siendo de ayuda a la aprobación exitosa de materias.

## **2.7. El rol del docente tutor**

La tutoría como función del profesor universitario se puede evidenciar desde el surgimiento de la Universidad. El profesor es el tutor del estudiante en tanto acompaña y guía su formación, sin embargo, la comprensión de cómo ejerce su función tutorial varía en dependencia del modelo universitario. (Díaz Díaz, Bravo López, González Puerto, Hernández Pérez, & Menes, 2012)

El rol de los docentes tutores en la educación superior es guiar a los alumnos y ofrecer apoyo en las áreas que los mismos la requieran, realizando sesiones donde se traten temas de interés por ambas partes, tales como, calificaciones, sociales, económicos o de salud.

## **2.8. Técnicas pedagógicas empleadas por docentes en las tutorías**

En general la estrategia es de enseñanza se conciben como los procedimientos utilizados por el docente para promover los aprendizajes significativos, implican actividades conscientes y orientadas a un fin. (Pineda, 2003)

El adecuado y consciente uso de las estrategias conllevan una instrucción estratégica e interactiva y de alta calidad el instructor estratégico debe ser un verdadero mediador y un modelo para el alumno. (Pineda, 2003)

El docente debe dirigir su acción a influir en los procesos de aprendizaje de los alumnos las estrategias utilizadas deben reunir las siguientes características (Pineda, 2003):

- Deberán ser funcional y significativas que lleven incrementar el rendimiento en las tareas previstas con una cantidad razonable de tiempo y esfuerzo.
- La instrucción debe demostrar que estrategias pueden ser utilizadas como pueden aplicarse y cuándo y porque son útiles saber que dónde cuándo aplicar las estrategias y sus transferencias a otras situaciones.
- Los estudiantes deben creer que las estrategias son útiles y necesarias aparte debe haber una conexión entre estrategia señalada y las percepciones del estudiante sobre el contexto de tarea.
- Una instrucción eficaz y con éxito genera confianza y creencias de auto eficiencia.
- La instrucción debe ser directa informativa y explicativa aparte la responsabilidad para generar y aplicar y controlar estrategias eficaces es transferida por el instructor al estudiante.

Las estrategias o técnicas pedagógicas deben ser subjetivas, es decir, orientadas a las necesidades de cada tutorado, teniendo en cuenta que no todos los alumnos tendrían las mismas exigencias. Por ende, los docentes tutores deben adaptar sus técnicas pedagógicas según se requiera.

## **2.9. Motivación de los alumnos para asistir a las tutorías académicas**

Algunos estudiantes pueden estar motivados y llevar a cabo una tarea o trabajo que les asigne el maestro, pero sus fuentes de motivación pueden diferir. (Anaya-Durand & Anaya-Huertas, 2010)

- **Motivación intrínseca:** se puede definir como aquella que procede del propio sujeto, que está bajo su control y tiene capacidad para auto reforzarse. (Anaya-Durand & Anaya-Huertas, 2010)
- **Motivación extrínseca:** Se define como aquella que procede de fuera y que conduce a la ejecución de la tarea. (Anaya-Durand & Anaya-Huertas, 2010)

Los estudiantes enfrentan diversas emociones según sus situaciones, las mismas que influyen en su motivación en el aspecto académico. En ocasiones pueden estar muy motivados por obtener algún reconocimiento o solo terminar el curso sin problemas.

Cuando los docentes emplean estrategias pedagógicas que se adaptan a las necesidades de los alumnos, se motivan mucho más a asistir a los programas de tutorías.

## **2.10. Resultados pedagógicos de asistir a las tutorías académicas**

La tutoría se convierte en una vía de creación de nuevos y múltiples conocimientos, que posibilita visualizar al estudiante desde una perspectiva integral y diferenciada, más allá de patrones uniformes y, por tanto, puede conducir a resultados educativos más satisfactorios tanto para los estudiantes como para los docentes. (Bernal, 2019)

Los resultados de los programas de tutorías tienen gran impacto en las mejoras académicas de los alumnos, ya que, en estas sesiones disipan las dudas sobre cualquier materia impartida. Por tanto, las calificaciones mejoran significativamente cuando los estudiantes asisten al acompañamiento docente o tutorías.

## 2.11 Sistema de variables

Tabla 1: Sistema de variables

<b>TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:</b>	Importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia de la facultad de Ciencias empresariales				
<b>PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:</b>	¿Cuál es la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia de la facultad de ciencias empresariales?				
<b>HIPOTESIS -SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN:</b>	La implementación de tutorías docentes tiene un impacto positivo significativo en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales.				
<b>OBJETIVO GENERAL:</b>	Evaluar la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales, con el fin de identificar cómo estas intervenciones educativas pueden contribuir a su desarrollo integral.				
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>SUJETOS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
1. Identificar la necesidad de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal De Quevedo	Necesidades de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo	1. Frecuencia de asistencia 2. Satisfacción con las tutorías 3. Tasa de aprobación en materias	1. Frecuencia de asistencia - Numero de sesiones de tutorías a las que asistió un estudiante 2. Satisfacción con las tutorías - Porcentaje de estudiantes que asisten a tutorías respecto al total de estudiantes - Evaluación de satisfacción a los estudiantes que asisten a las tutorías 3. Tasa de aprobación en materias - Porcentaje de estudiantes aprobados/reprobados entre los que	Estudiantes y docentes de mercadotecnia	Encuestas

			asistieron a tutorías y los que no		
		<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>		<b>DEFINICIÓN INSTRUMENTAL</b>	
		La variable se mide a través de 3 dimensiones que evalúan la participación de las tutorías docentes en los estudiantes de mercadotecnia		La variable será evaluada a través de una encuesta	
2. Diagnosticar los niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo	Niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.	1. Aspectos Académicos 2. Habilidades Sociales 3. Habilidades Emocionales	1. Aspectos Académicos <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategias de aprendizaje</li> <li>- Manejo del tiempo</li> <li>- Apoyo en tareas y proyectos</li> <li>- Preparación para exámenes</li> </ul> 2. Habilidades Sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Comunicación efectiva</li> <li>- Resolución de conflictos</li> </ul> 3. Habilidades Emocionales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autoconocimiento</li> <li>- Regulación emocional</li> <li>- Motivación y autoestima</li> </ul>	Estudiantes y docentes de mercadotecnia	Encuestas
		<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>		<b>DEFINICIÓN INSTRUMENTAL</b>	
		La variable se mide a través de 3 dimensiones que evalúan las áreas de apoyo de las tutorías académicas		La variable será evaluada a través de una encuesta	

**2.11.1 Variable uno:** Necesidades de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.

- **Definición conceptual:** Las tutorías académicas ofrecen apoyo a los estudiantes no solo académicos, también sociales, donde ayudan a mejorar dentro y fuera del salón de clases.
- **Definición operacional:** Se medirá el desempeño social mediante la evaluación de la participación de los estudiantes en actividades extracurriculares y a través de encuestas sobre su satisfacción y calidad de las interacciones grupales en el aula.
- **Definición instrumental:** Se utilizarán las encuestas a docentes y estudiantes de la carrera de mercadotecnia.

**2.10.2 Variable dos:** Niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.

- **Definición conceptual:** La tutoría y acompañamiento académico se refiere a la orientación, apoyo y seguimiento que brindan los docentes a los estudiantes en el proceso de aprendizaje. El nivel de tutoría puede variar desde una tutoría ocasional y general hasta una atención continua y

personalizada, dependiendo de las necesidades del estudiante y del enfoque pedagógico del docente.

- **Definición operacional:** Se medirá el desempeño del acompañamiento de tutorías mediante evaluaciones realizadas a docentes y alumnos.
- **Definición instrumental:** Se utilizarán las encuestas a docentes y estudiantes de la carrera de mercadotecnia.

## 2.12. Glosario

1. **Tutorías docentes:** Son sesiones de orientación y apoyo que los docentes ofrecen a los estudiantes para resolver dudas académicas, guiar en el proceso de aprendizaje y brindar asesoría personalizada.
2. **Estudiantes:** Son las personas que se encuentran en un proceso de aprendizaje, ya sea en una escuela, universidad u otra institución educativa. Se dedican a adquirir conocimientos y habilidades en diversas áreas.
3. **Universidad:** Es una institución de educación superior que ofrece programas académicos y grados académicos (licenciaturas, maestrías, doctorados) en diversas disciplinas, promoviendo la investigación y el desarrollo profesional.
4. **Mercadotecnia:** Es el conjunto de estrategias y técnicas que utilizan las empresas para promover y vender productos o servicios. Incluye estudios de mercado, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas.
5. **Programas:** Se refiere a un conjunto de actividades planificadas y organizadas para cumplir con ciertos objetivos. En el contexto educativo,

puede referirse a currículos académicos, talleres, cursos o iniciativas específicas.

6. **Acompañamiento académico:** Es el apoyo que se brinda a los estudiantes durante su proceso de aprendizaje, que puede incluir tutorías, asesorías, seguimiento en el desarrollo de proyectos o actividades educativas.
7. **Interacción:** Es la comunicación y el intercambio de información entre personas. En un contexto educativo, se refiere a las relaciones entre estudiantes y docentes, así como entre los propios estudiantes.
8. **Encuestas:** Son herramientas de recolección de datos que se utilizan para obtener información sobre opiniones, actitudes o comportamientos de un grupo de personas. Se realizan a través de cuestionarios y pueden ser en papel o digitales.
9. **Estrategias:** Son planes o métodos diseñados para alcanzar un objetivo específico. En el ámbito educativo, las estrategias pueden referirse a enfoques pedagógicos, metodologías de enseñanza o formas de evaluación.
10. **Calidad educativa:** Se refiere al nivel de excelencia de un sistema educativo, que incluye factores como la formación de los docentes, los recursos disponibles, el ambiente de aprendizaje, la pertinencia de los programas académicos y el desempeño de los estudiantes.

## **CAPÍTULO 3.0: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 Tipo y diseño de la investigación**

La presente investigación se enmarca dentro de un enfoque cuantitativo y es, específicamente, de tipo descriptivo. El enfoque cuantitativo permite la recolección de datos numéricos que pueden ser analizados estadísticamente, lo que facilitará entender la relación entre las tutorías docentes y el desempeño académico y social de los estudiantes. Se busca medir el efecto de las tutorías en variables específicas relacionadas con el rendimiento académico (como notas, niveles de participación en clases y proyectos) y el desarrollo de competencias sociales (como trabajo en equipo y habilidades de comunicación)

El diseño de esta investigación es no experimental, debido a que no se manipularán variables intencionadamente. En cambio, se observarán las variables en su contexto natural, lo que permitirá establecer relaciones entre la implementación de tutorías docentes y el desempeño académico y social de los estudiantes. Dentro del diseño no experimental, se utilizará un diseño transversal, dado que se recopilarán datos en un solo momento en el tiempo, lo que permitirá obtener una instantánea del impacto que tienen las tutorías en el rendimiento de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

La investigación se llevará a cabo mediante la aplicación de encuestas estructuradas a los estudiantes, así como el análisis de los registros de los tutores.

Esto permitirá obtener información tanto cuantitativa (a través de calificaciones, asistencia y participación) como cualitativa (opiniones y percepciones sobre la tutoría).

### **3.2 Fuentes de información**

Las fuentes de información primarias según (Westreicher, 2021) a fuente primaria es uno de los distintos tipos de fuente de información. Esta proporciona información nueva y original, siendo el resultado de una investigación o trabajo intelectual. Las fuentes de información primarias son las que contienen información que no ha sido interpretada o analizada por autores, si no que se mantiene intacta desde su elaboración.

La fuente secundaria es uno de los distintos tipos de fuente de información. Esta proporciona información organizada, elaborada, producto de análisis de terceros, traducciones, o la reorganización de una información obtenida de una fuente primaria. Las fuentes de información secundarias son los resultados o análisis de las fuentes de información primarias, es decir, es la valoración, análisis o contenido que se extrae de la fuente primaria.

### **3.2.1 Materiales**

Los materiales usados en la presente investigación son: Encuestas a través de Google forms, libros, artículos científicos y sitios web.

### **3.2.2 Población**

La población a investigar en el presente proyecto son los estudiantes y docentes de tutorías académicas de la carrera de mercadotecnia en la facultad de ciencias empresariales. La totalidad de la población es 315 estudiantes y 20 docentes

### **3.2.3 Muestra**

De la población de 315 alumnos la muestra es de 174 alumnos y 20 docentes con un margen de error de 5% y un nivel de confianza del 95% considerando una heterogeneidad de 50%.

$$N = \frac{Z^2 pq N}{(N - 1)E^2 + Z^2 pq}$$

#### **3.2.3.1 Tipo de muestra**

El tipo de muestreo es probabilístico de categoría muestreo simple. Ya que la muestra tomada de la población es un grupo de personas elegidas al azar.

El muestreo aleatorio simple es un procedimiento de muestreo probabilístico que da a cada elemento de la población objetivo y a cada posible muestra de un tamaño determinado, la misma probabilidad de ser seleccionado. (Muguirra, 2022)

### **3.3 Supuesto**

Las tutorías tienen un impacto positivo significativo en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales.

### **3.4 Descripción de los instrumentos**

Como instrumentos se han realizado dos encuestas una a los estudiantes de la carrera de mercadotecnia de todos los semestres y otra a los docentes tutores.

El instrumento indaga acerca de las tutorías académicas, lo que se analiza en ellas y como ayudan a los alumnos, también como los docentes perciben las tutorías, las perspectivas y lo que se pueda implementar para hacer de este programa de ayuda para los estudiantes de la carrera.

El instrumento fue aplicado en la facultad de ciencias empresariales, específicamente en la carrera de mercadotecnia, ya que, es la población elegida para el estudio. Las opciones de respuesta son: sí, no y parcialmente. Se debe

indicar el lugar donde se encuentra la evidencia en caso de que haya contestado positivamente.

La validación de los instrumentos se realizó a través del alfa de Cronbach de acuerdo a la fórmula siguiente:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_i^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

$S_i^2$  es la varianza del ítem  $i$ ,  
 $S_t^2$  es la varianza de los valores totales observados y  
 $k$  es el número de preguntas o ítems.

La interpretación de los resultados se hizo de acuerdo a la escala siguiente:

1 = Máxima confiabilidad  
De 0.90 a 0.999 = confiabilidad elevada De 0.75 a 0.899 = confiabilidad aceptable  
De 0.50 a 0.749 = confiabilidad regular De 0.25 a 0.499 = confiabilidad baja  
De 01 a 0.2499 = confiabilidad muy baja 0 = nula confiabilidad

**A través de la aplicación SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), se procesaron los instrumentos obteniéndose los resultados siguientes, para la encuesta aplicada a docentes, se obtuvo una confiabilidad de 0.954 lo que indica que la confiabilidad del instrumento es elevada. Para la**

encuesta aplicada a los estudiantes, la confiabilidad obtenida es de un 0.994 lo que indica que el instrumento posee una confiabilidad elevada.

Tabla 2: Descripción de instrumentos

<b>Instrumento</b>	<b>Resultado del Alfa de Cronbach</b>	<b>Nivel de Confiabilidad</b>
Encuesta aplicada a docentes de la carrera de mercadotecnia.	95.4%	Elevada
Encuesta aplicada a estudiantes de la carrera de mercadotecnia.	99.4%	Elevada

Fuente: Resultados calculado por el Programa SPSS.

### **3.5 Recolección de la información**

Para la aplicación de los instrumentos se procedió a la recolección de datos a través de medios: visita a la institución y aplicación de encuestas.

Para la aplicación de las encuestas se visitaron las aulas de clase para obtener la percepción de los estudiantes. En el caso de las encuestas aplicadas a los docentes se visitó el área administrativa de la carrera, se les envió el link de la encuesta a través de un mensaje de difusión.

### **3.6 Análisis de la información**

Para la tabulación de datos y para el análisis de los resultados se les proporcionó un tratamiento estadístico computarizado a través de la aplicación de análisis estadístico SPSS.

Para el diseño de las figuras (Gráficas) se empleó también las herramientas de Figuras de la aplicación estadística SPSS.

La información obtenida se presentará en tablas y figuras que se resumirá de manera relacionada los datos de mayor relevancia obtenidos de la aplicación de los instrumentos. De esta manera se dará un tratamiento descriptivo.

## CAPÍTULO 4.0: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

### 4.1 Características generales de la muestra

En cuanto a la composición de la muestra el 40% de los encuestados corresponde a la comunidad de docentes de la carrera de mercadotecnia y el 60% corresponde a la comunidad estudiantil de la carrera de mercadotecnia

Tabla 3: Composición de los encuestados

<b>Estamento</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr</b>
Docente	20	40%
Estudiantil	180	60%
Total	200	100

Fuente: Encuesta aplicada, a estudiantes y docentes de la UTEQ, FCE.

Las características de los estudiantes todos pertenecen a la carrera de mercadotecnia de todos los niveles, representando un 60% de la comunidad encuestada en un rango de edad de 18 a 30 años, mismos que pertenecen a géneros femeninos y masculinos.

La muestra de los docentes representa el 40% de la comunidad encuestada, los docentes imparten cátedras de contenido específico en la carrera y también coordinan el programa de acompañamiento académico o tutorías académicas.

Tabla 4: Ciclo lectivo en que se encuentran los estudiantes

		<b>Ciclo lectivo que estudia</b>			
		Frecuen cia	Porcent aje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
V	1 semestre	13	7,2	7,2	7,2
áli	2 semestre	8	4,4	4,4	11,7
do	3 semestre	31	17,2	17,2	28,9
	4 semestre	4	2,2	2,2	31,1
	5 semestre	2	1,1	1,1	32,2
	6 semestre	61	33,9	33,9	66,1
	7 semestre	40	22,2	22,2	88,3
	8 semestre	21	11,7	11,7	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada, a estudiantes de la UTEQ, FCE.

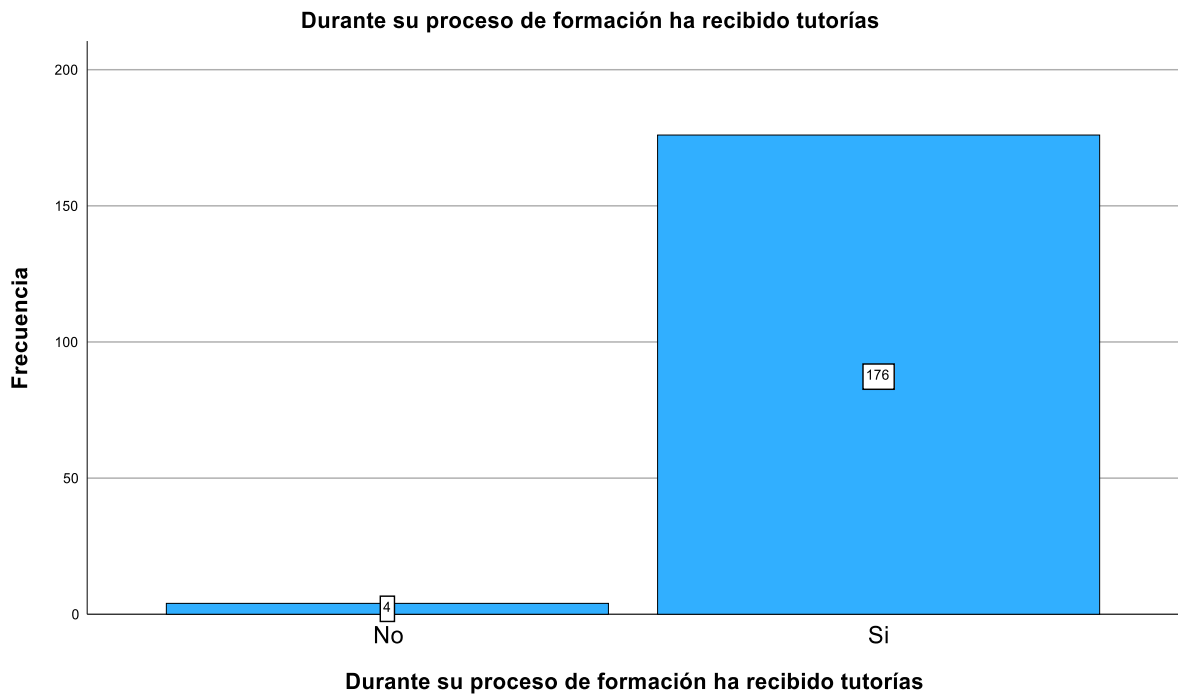
#### 4.2. Aplicación de instrumentos a estudiantes

Los instrumentos fueron aplicados a los alumnos de la carrera de mercadotecnia en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Tabla 5: ¿Durante su proceso de formación ha recibido tutorías?

		<b>¿Durante su proceso de formación ha recibido tutorías?</b>			
		Frecuen cia	Porcent aje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	No	4	2,2	2,2	2,2
o	Si	176	97,8	97,8	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Figura 1: ¿Durante su proceso de formación ha recibido tutorías?



Los resultados de las encuestas reflejan que 2,2% que son el equivalente a 4 alumnos de los 180 no asisten al programa de tutorías académicas brindado por la Universidad técnica Estatal de Quevedo.

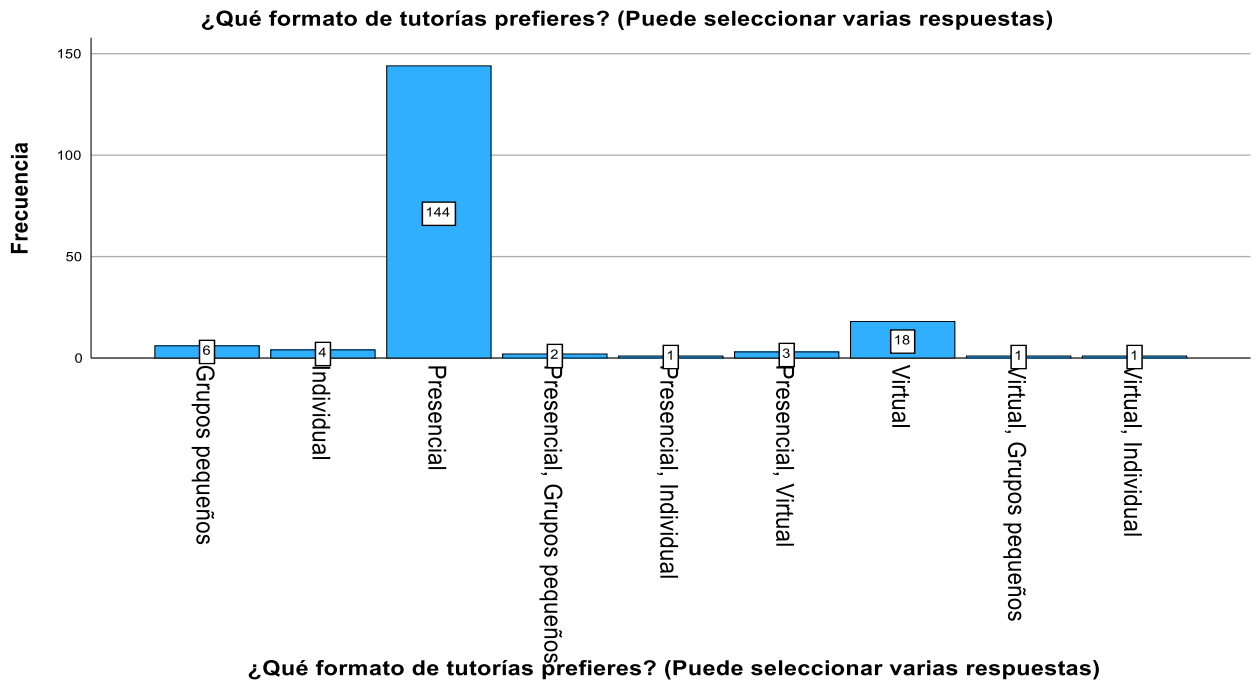
Por el contrario, un 97,8% equivalente a 176 alumnos encuestados manifestaron que si han recibido el programa de tutorías brindado por la universidad.

Tabla 6: ¿Qué formato de tutorías prefieres?

**¿Qué formato de tutorías prefieres? (Puede seleccionar varias respuestas)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Grupos pequeños	6	3,3	3,3	3,3
	Individual	4	2,2	2,2	5,6
	Presencial	144	80,0	80,0	85,6
	Presencial, Grupos pequeños	2	1,1	1,1	86,7
	Presencial, Individual	1	,6	,6	87,2
	Presencial, Virtual	3	1,7	1,7	88,9
	Virtual	18	10,0	10,0	98,9
	Virtual, Grupos pequeños	1	,6	,6	99,4
	Virtual, Individual	1	,6	,6	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Figura 2: ¿Qué formato de tutorías prefieres?



Un gran porcentaje (80%) de los alumnos de la carrera de mercadotecnia manifestó que prefieren las tutorías con modalidad presencial, un 10% prefiere la modalidad virtual, un 3,3% prefiere grupos pequeños, un 2,2% prefiere individual, un 1.7% prefieren modalidad presencial y virtual, un 0.6% prefiere presencial e individual, un 0.6% en grupos pequeños y virtual, un 0.6% prefieren virtual e individual.

Tabla 7: ¿Qué áreas específicas de la mercadotecnia consideras que requieren más apoyo?

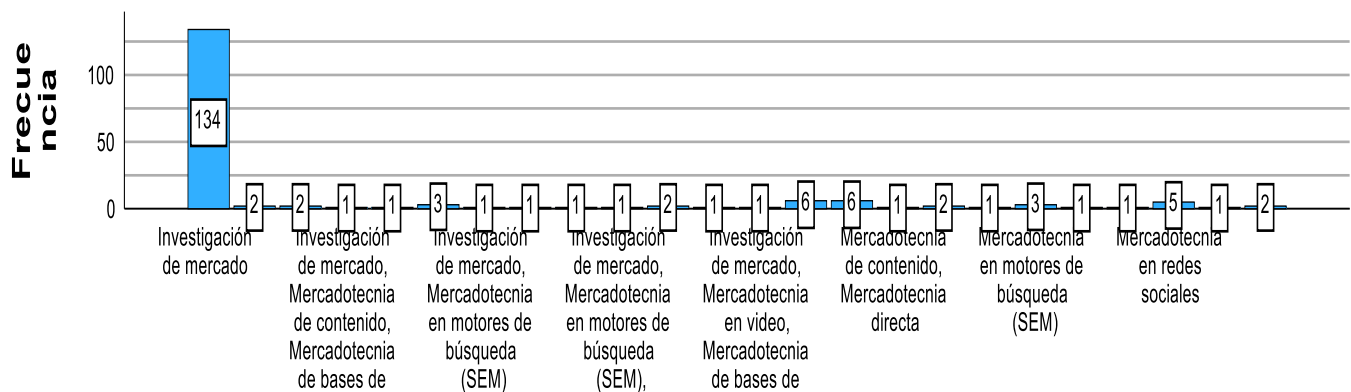
<b>¿Qué áreas específicas de la mercadotecnia consideras que requieren más apoyo? (puede seleccionar varias opciones)</b>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Investigación de mercado	134	74,4	74,4	74,4
	Investigación de mercado, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales	2	1,1	1,1	75,6
	Investigación de mercado, Mercadotecnia de contenido	2	1,1	1,1	76,7
	Investigación de mercado, Mercadotecnia de contenido, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales	1	,6	,6	77,2
	Investigación de mercado, Mercadotecnia de contenido, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales, Mercadotecnia de eventos	1	,6	,6	77,8
	Investigación de mercado, Mercadotecnia directa	3	1,7	1,7	79,4
	Investigación de mercado, Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)	1	,6	,6	80,0
	Investigación de mercado, Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM),	1	,6	,6	80,6

Mercadotecnia directa, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales				
Investigación de mercado, Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), Mercadotecnia en redes sociales	1	,6	,6	81,1
Investigación de mercado, Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), Mercadotecnia en video, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales, Mercadotecnia de eventos	1	,6	,6	81,7
Investigación de mercado, Mercadotecnia en redes sociales	2	1,1	1,1	82,8
Investigación de mercado, Mercadotecnia en video	1	,6	,6	83,3
Investigación de mercado, Mercadotecnia en video, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales	1	,6	,6	83,9
Mercadotecnia de bases de datos	6	3,3	3,3	87,2
Mercadotecnia de contenido	6	3,3	3,3	90,6
Mercadotecnia de contenido, Mercadotecnia directa	1	,6	,6	91,1
Mercadotecnia de eventos	2	1,1	1,1	92,2
Mercadotecnia directa, Mercadotecnia en redes sociales	1	,6	,6	92,8
Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)	3	1,7	1,7	94,4
Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales	1	,6	,6	95,0
Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), Mercadotecnia en video	1	,6	,6	95,6
Mercadotecnia en redes sociales	5	2,8	2,8	98,3
Mercadotecnia en video	1	,6	,6	98,9

Mercadotecnia en video, Mercadotecnia directa	2	1,1	1,1	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura 3: ¿Qué áreas específicas de la mercadotecnia consideras que requieren más apoyo?

¿Qué áreas específicas de la mercadotecnia consideras que requieren más apoyo? (puede seleccionar varias opciones)



De los 180 estudiantes encuestados un 74.4% menciono que el área de la mercadotecnia en la que necesitan mas apoyo es la investigación de mercados, un 3.3% Mercadotecnia de contenido. Un 2.8% mercadotecnia en redes sociales, un 1.7% Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), un 1.1% Mercadotecnia de eventos, un 1.1.% mercadotecnia de video y Mercadotecnia directa, un 1.1% Investigación de mercado, Mercadotecnia en base de datos y Mercadotecnia en redes sociales, un 1.1% investigación de mercado y mercadotecnia de contenido, un 1.7% Investigación de mercado y mercadotecnia directa, un 1.1% investigación

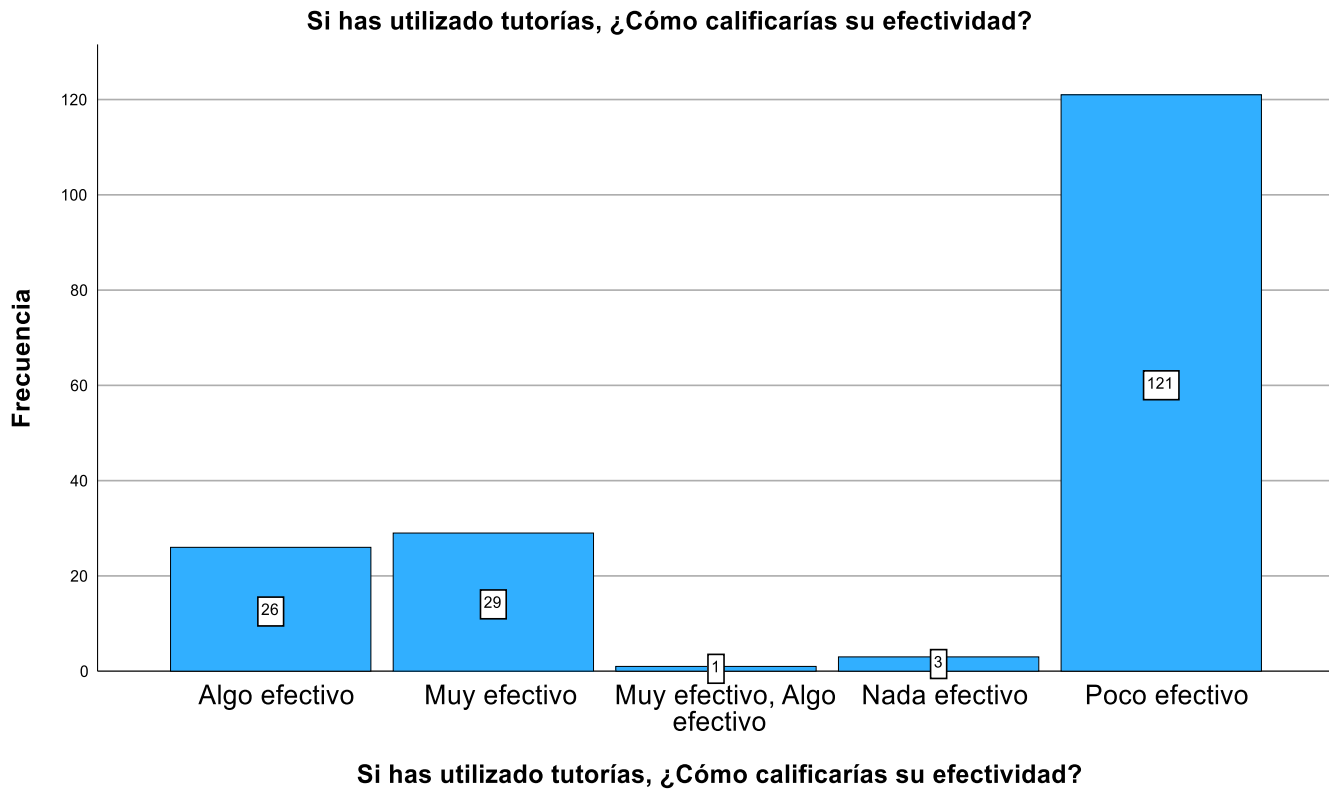
de mercado y Mercadotecnia en redes sociales, un 3.3% Mercadotecnia de base de datos, un 0.6% Investigación de mercado, mercadotecnia de contenido, mercadotecnia en base de datos y Mercadotecnia en redes sociales, un 0.6% Investigación de mercado, mercadotecnia de contenido, mercadotecnia de base de datos, mercadotecnia en redes sociales, y mercadotecnia de eventos, un 0.6% Investigación de mercado, Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), un 0.6% Mercadotecnia directa, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales, un 0.6% Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), Mercadotecnia en redes sociales, un 0.6% Mercadotecnia en video, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales, un 0.6% Investigación de mercado, Mercadotecnia en video, un 0.6% Investigación de mercado, Mercadotecnia en video, Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales, un 0.6% Mercadotecnia de contenido, Mercadotecnia directa, un 0.6% Mercadotecnia directa, Mercadotecnia en redes sociales, un 0.6% Mercadotecnia de bases de datos, Mercadotecnia en redes sociales, un 0.6% Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), Mercadotecnia en video, un 0.6% mercadotecnia en video.

Tabla 8: Si has utilizado tutorías, ¿Cómo calificarías su efectividad?

<b>Si has utilizado tutorías, ¿Cómo calificarías su efectividad?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algo efectivo	26	14,4	14,4	14,4
o	Muy efectivo	29	16,1	16,1	30,6

Muy efectivo, Algo efectivo	1	,6	,6	31,1
Nada efectivo	3	1,7	1,7	32,8
Poco efectivo	121	67,2	67,2	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura 4: Si has utilizado tutorías, ¿Cómo calificarías su efectividad?



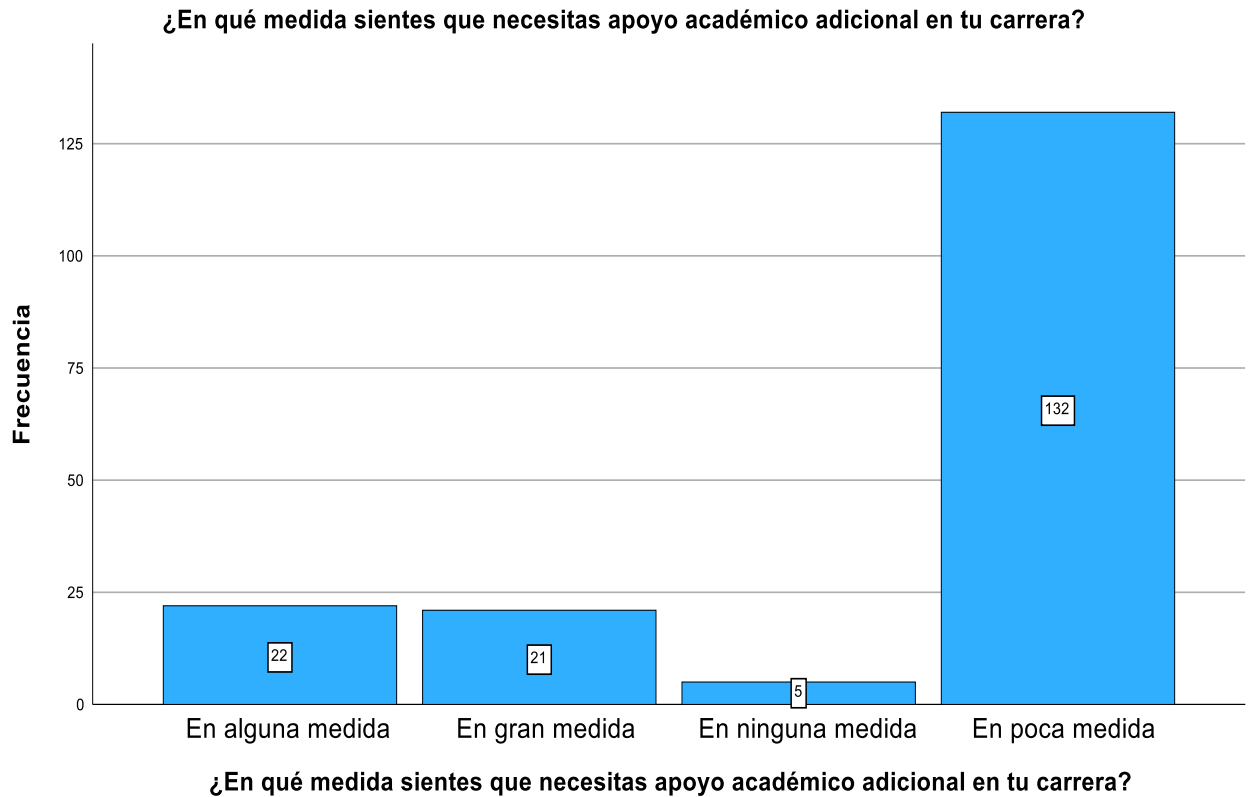
Del total de alumnos encuestados el 67.2% manifestó que las tutorías son poco efectivas, un 16.1% que son muy efectivas, un 14.4% algo efectivas, un 1.7% nada efectivas, un 0.6% muy efectivas y algo efectivas.

Tabla 9: ¿En qué medida sientes que necesitas apoyo académico adicional en tu carrera?

**¿En qué medida sientes que necesitas apoyo académico adicional en tu carrera?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En alguna medida	22	12,2	12,2	12,2
	En gran medida	21	11,7	11,7	23,9
	En ninguna medida	5	2,8	2,8	26,7
	En poca medida	132	73,3	73,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Figura 5: ¿En qué medida sientes que necesitas apoyo académico adicional en tu carrera?



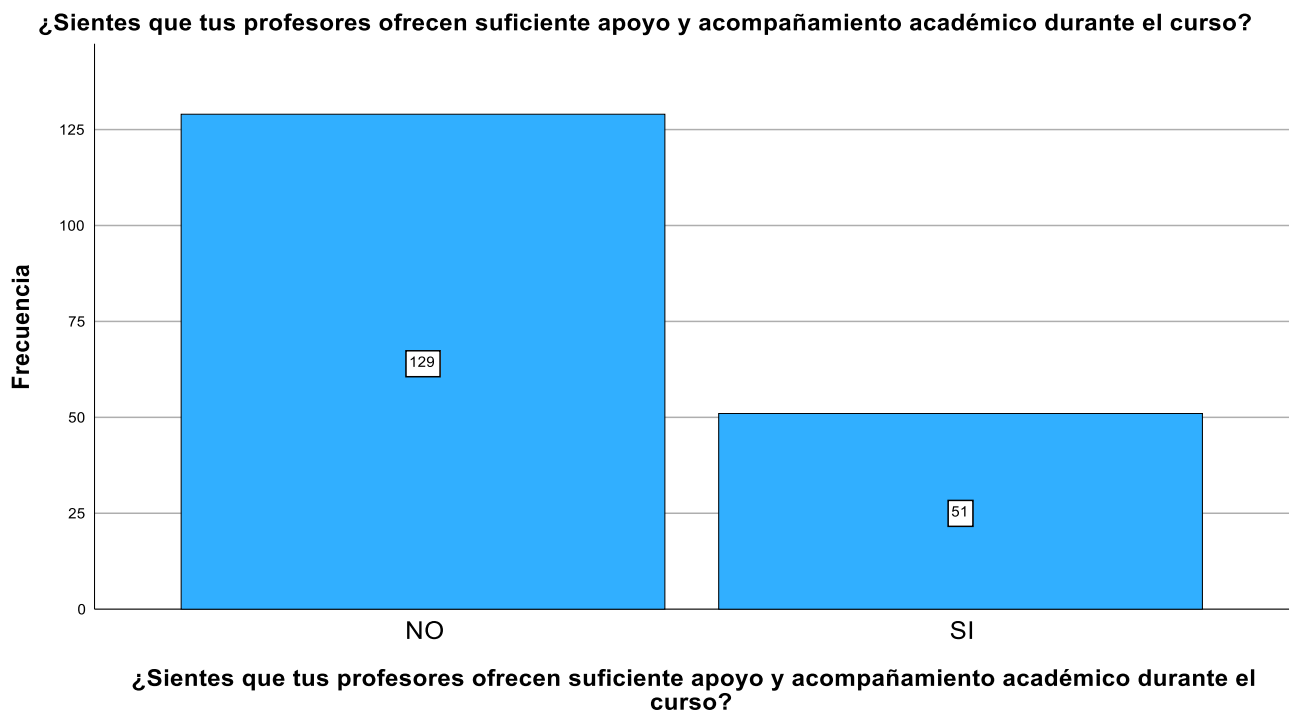
La investigación dio como resultados que un 73.3% manifestó que en poca medida necesita apoyo académico adicional en su carrera, un 12.2% en alguna medida, un 11.7% en gran medida y un 2.8% en ninguna medida.

Tabla 10: ¿Sientes que tus profesores ofrecen suficiente apoyo y acompañamiento académico durante el curso?

**¿Sientes que tus profesores ofrecen suficiente apoyo y acompañamiento académico durante el curso?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	129	71,7	71,7	71,7
	SI	51	28,3	28,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Figura 6: ¿Sientes que tus profesores ofrecen suficiente apoyo y acompañamiento académico durante el curso?



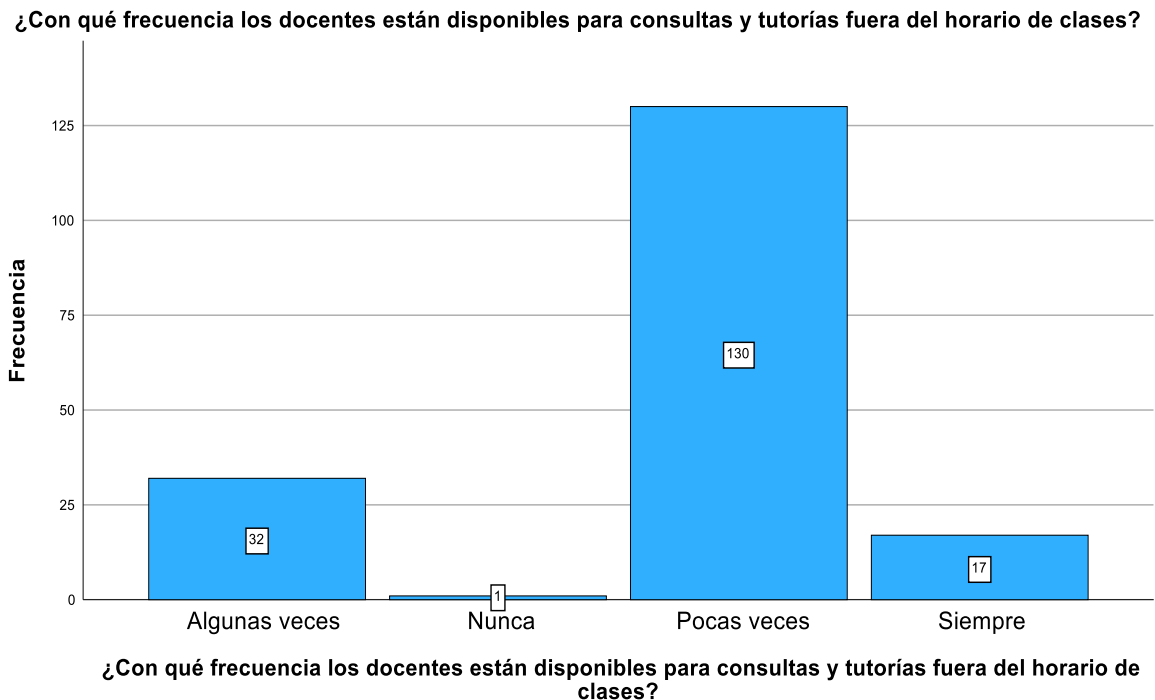
Un 71.7 de los alumnos encuestados mencionaron que no sienten que los profesores ofrezcan apoyo suficiente y acompañamiento académico durante el curso, mientras que un 28.3% manifestó que si sienten que los docentes ofrecen suficiente apoyo y acompañamiento académico durante el curso.

Tabla 11: ¿Con qué frecuencia los docentes están disponibles para consultas y tutorías fuera del horario de clases?

**¿Con qué frecuencia los docentes están disponibles para consultas y tutorías fuera del horario de clases?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	32	17,8	17,8	17,8
	Nunca	1	,6	,6	18,3
	Pocas veces	130	72,2	72,2	90,6
	Siempre	17	9,4	9,4	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Figura 7: ¿Con qué frecuencia los docentes están disponibles para consultas y tutorías fuera del horario de clases?



En respuesta a “¿con que frecuencia los docentes están disponibles para consultas y tutorías fuera del horario de clases?”, el 72.2% de los encuestados respondió que

pocas veces, un 17.8% respondió que algunas veces, un 9.4% dijo que siempre, un 0.6 respondió que nunca.

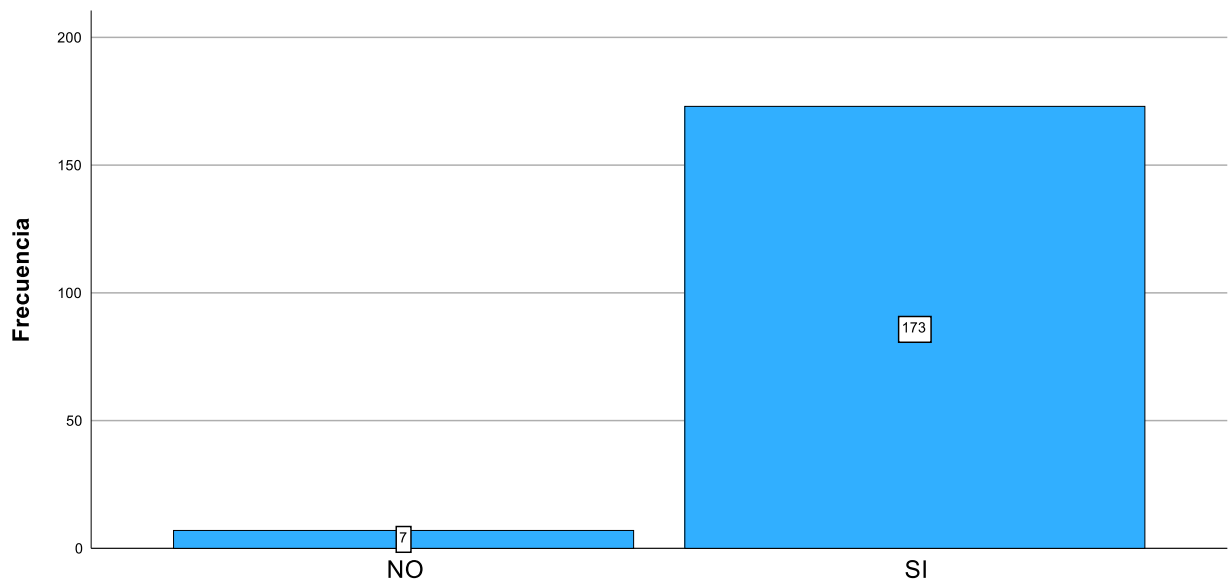
Tabla 12: ¿Te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio?

**¿Te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	7	3,9	3,9	3,9
	SI	173	96,1	96,1	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Figura 8: ¿Te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio?

¿Te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio?



¿Te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio?

Referente a la pregunta ¿te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio? Un 96.1% de los encuestados menciono que sí, mientras que el 3.9% dijo que no.

Tabla 13: ¿En cuáles áreas requiere usted mayor orientación?

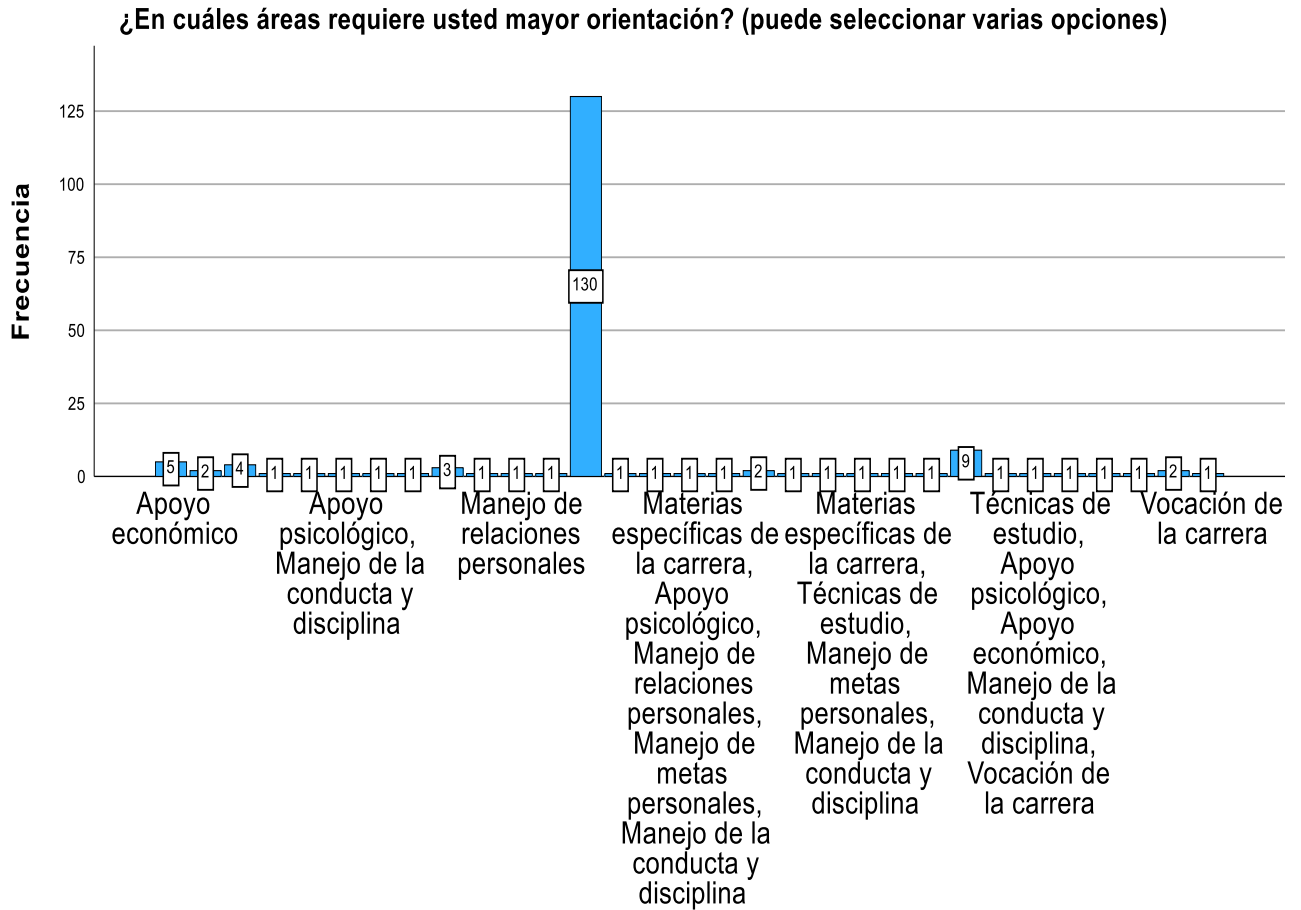
**¿En cuáles áreas requiere usted mayor orientación? (puede seleccionar varias opciones)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Apoyo económico	5	2,8	2,8	2,8
o	Apoyo económico, Vocación de la carrera	2	1,1	1,1	3,9
	Apoyo psicológico	4	2,2	2,2	6,1
	Apoyo psicológico, Apoyo económico	1	,6	,6	6,7
	Apoyo psicológico, Apoyo económico, Manejo de relaciones personales, Manejo de la conducta y disciplina, Vocación de la carrera	1	,6	,6	7,2
	Apoyo psicológico, Manejo de la conducta y disciplina	1	,6	,6	7,8
	Apoyo psicológico, Manejo de relaciones personales	1	,6	,6	8,3
	Manejo de la conducta y disciplina	1	,6	,6	8,9
	Manejo de metas personales	3	1,7	1,7	10,6
	Manejo de metas personales, Vocación de la carrera	1	,6	,6	11,1
	Manejo de relaciones personales	1	,6	,6	11,7
	Manejo de relaciones personales, Vocación de la carrera	1	,6	,6	12,2

Materias específicas de la carrera	130	72,2	72,2	84,4
Materias específicas de la carrera, Apoyo económico, Manejo de metas personales	1	,6	,6	85,0
Materias específicas de la carrera, Apoyo psicológico, Apoyo económico, Vocación de la carrera	1	,6	,6	85,6
Materias específicas de la carrera, Apoyo psicológico, Manejo de relaciones personales, Manejo de metas personales, Manejo de la conducta y disciplina	1	,6	,6	86,1
Materias específicas de la carrera, Manejo de relaciones personales, Vocación de la carrera	1	,6	,6	86,7
Materias específicas de la carrera, Técnicas de estudio	2	1,1	1,1	87,8
Materias específicas de la carrera, Técnicas de estudio, Apoyo económico	1	,6	,6	88,3
Materias específicas de la carrera, Técnicas de estudio, Apoyo económico, Vocación de la carrera	1	,6	,6	88,9
Materias específicas de la carrera, Técnicas de estudio, Manejo de metas personales, Manejo de la conducta y disciplina	1	,6	,6	89,4
Materias específicas de la carrera, Técnicas	1	,6	,6	90,0

de estudio, Manejo de relaciones personales, Manejo de la conducta y disciplina				
c	1	,6	,6	90,6
Técnicas de estudio	9	5,0	5,0	95,6
Técnicas de estudio, Apoyo psicológico, Apoyo económico	1	,6	,6	96,1
Técnicas de estudio, Apoyo psicológico, Apoyo económico, Manejo de la conducta y disciplina, Vocación de la carrera	1	,6	,6	96,7
Técnicas de estudio, Manejo de metas personales, Vocación de la carrera	1	,6	,6	97,2
c	1	,6	,6	97,8
Técnicas de estudio, Manejo de relaciones personales, Vocación de la carrera	1	,6	,6	98,3
Técnicas de estudio, Vocación de la carrera	2	1,1	1,1	99,4
Vocación de la carrera	1	,6	,6	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura 9: ¿En cuáles áreas requiere usted mayor orientación?



Como resultado de la investigación se reflejó que un 72.2% de encuestados necesitan mayor orientación en materias específicas de la carrera, un 5.0% técnicas de estudio, un 2.2% apoyo psicológico, un 2.8% apoyo económico, un 1.1% materias específicas de la carrera y técnicas de estudio, un 1.1% en técnicas de estudio y vocación de la carrera, un 0.6% Apoyo psicológico, Apoyo económico, un 0.6% Apoyo psicológico, Apoyo económico, Manejo de relaciones personales, Manejo de la conducta y disciplina, Vocación de la carrera, un 0.6%, un 0.6% Apoyo psicológico, Manejo de la conducta y disciplina, un 0.6% Apoyo psicológico, Manejo de relaciones personales, un 0.6% Manejo de la conducta y disciplina, un 0.6% Manejo de metas personales, Vocación de la carrera, un 0.6% Manejo de relaciones

personales, un 0.6% Manejo de relaciones personales, Vocación de la carrera, un 0.6% Materias específicas de la carrera, Apoyo económico, Manejo de metas personales, un 0.6% Materias específicas de la carrera, Apoyo psicológico, Apoyo económico, Vocación de la carrera, un 0.6% Materias específicas de la carrera, Apoyo psicológico, Manejo de relaciones personales, Manejo de metas, un 0.6% Materias específicas de la carrera, Manejo de relaciones, un 0.6% Materias específicas de la carrera, Técnicas de estudio, Apoyo económico, un 0.6% Materias específicas de la carrera, Técnicas de estudio, Apoyo económico, Vocación de la carrera, un 0.6% Materias específicas de la carrera, Técnicas de estudio, Manejo de metas personales, Manejo de la conducta y disciplina, un 0.6% Materias específicas de la carrera, Técnicas de estudio, Manejo de metas personales, Manejo de la conducta y disciplina, un 0.6% Técnicas de estudio, Apoyo psicológico, Apoyo económico, Manejo de la conducta y disciplina, Vocación de la carrera, un 0.6% Técnicas de estudio, Manejo de metas personales, Vocación de la carrera, un 0.6% Técnicas de estudio, Manejo de metas personales, Vocación de la carrera, un 0.6% vocación de la carrera.

Tabla 14: ¿Cuál consideras que es el principal obstáculo para recibir apoyo académico por parte de los docentes?

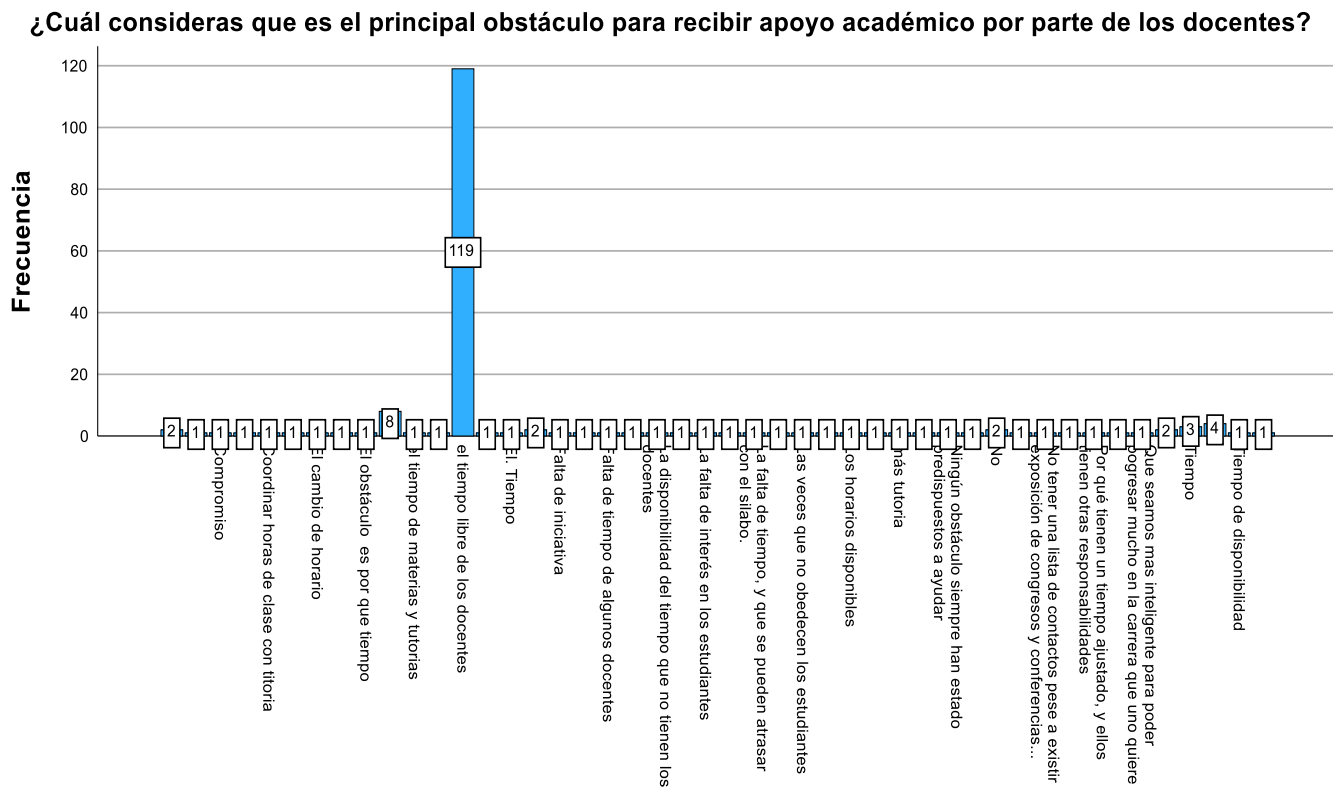
**¿Cuál consideras que es el principal obstáculo para recibir apoyo académico por parte de los docentes?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido .	2	1,1	1,1	1,1
o Actitud	1	,6	,6	1,7
Compromiso	1	,6	,6	2,2
Comunicación	1	,6	,6	2,8
Coordinar horas de clase con tutorías	1	,6	,6	3,3
Coordinar horas de clase con tutorías	1	,6	,6	3,9
El cambio de horario	1	,6	,6	4,4
El factor tiempo	1	,6	,6	5,0
El obstáculo es por el tiempo	1	,6	,6	5,6
El tiempo	8	4,4	4,4	10,0
el tiempo de materias y tutorías	1	,6	,6	10,6
El tiempo fuera de horario	1	,6	,6	11,1
el tiempo libre de los docentes	119	66,1	66,1	77,2
El tiempo	1	,6	,6	77,8
El Tiempo	1	,6	,6	78,3
Falta de comunicación	2	1,1	1,1	79,4
Falta de iniciativa	1	,6	,6	80,0
Falta de tiempo	1	,6	,6	80,6
Falta de tiempo de algunos docentes	1	,6	,6	81,1
Horario	1	,6	,6	81,7
La disponibilidad del tiempo que no tienen los docentes	1	,6	,6	82,2
La energía eléctrica	1	,6	,6	82,8

La falta de interés en los estudiantes	1	,6	,6	83,3
La falta de tiempo	1	,6	,6	83,9
La falta de tiempo, y que se pueden atrasar con el silabo.	1	,6	,6	84,4
LA FALTA DE VOCACIÓN DE LOS DOCENTES	1	,6	,6	85,0
Las veces que no obedecen los estudiantes	1	,6	,6	85,6
Lo económico	1	,6	,6	86,1
Los horarios disponibles	1	,6	,6	86,7
Más tiempo de tutoría	1	,6	,6	87,2
más tutoría	1	,6	,6	87,8
Muchas horas de clases	1	,6	,6	88,3
Ningún obstáculo siempre ha estado predispuesto a ayudar	1	,6	,6	88,9
No	1	,6	,6	89,4
No	2	1,1	1,1	90,6
No	1	,6	,6	91,1
No tener una lista de contactos pese a existir exposición de congresos y conferencias...	1	,6	,6	91,7
No	1	,6	,6	92,2
Por qué tienen un tiempo ajustado, y ellos tienen otras responsabilidades	1	,6	,6	92,8
Problemas de luz	1	,6	,6	93,3
Que seamos más inteligente para poder progresar mucho en la carrera que uno quiere	1	,6	,6	93,9
Si	2	1,1	1,1	95,0

Tiempo	3	1,7	1,7	96,7
Tiempo de clases	4	2,2	2,2	98,9
Tiempo de disponibilidad	1	,6	,6	99,4
Comprensión	1	,6	,6	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura 10: ¿Cuál consideras que es el principal obstáculo para recibir apoyo académico por parte de los docentes?



En la pregunta ¿Cuál consideras que es el principal obstáculo para recibir el apoyo académico por parte de los docentes?, hubo muchas opiniones divididas, la mas relevante marcando un porcentaje de 66.1% es el tiempo libre de los docentes, algunas opiniones del porcentaje restante coinciden en el tiempo y los horarios disponibles.

Tabla 15: ¿Qué mejoras sugerirías para incrementar el apoyo académico y la tutoría ofrecida por los docentes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	-	1	,6	,6	,6
o	.	1	,6	,6	1,1
	..	1	,6	,6	1,7
	Brindarle más confianza al estudiante	1	,6	,6	2,2
	Compresión	1	,6	,6	2,8
	Coordinar horas clases con horas de tutorías	2	1,1	1,1	3,9
	coordinar las tutorías para que no choquen con horas clase	1	,6	,6	4,4
	Crear una lista de contactos apoyo de red de conferencistas y congresistas invitados a la Universidad como intercambio d conocimientos	1	,6	,6	5,0
	cuadrar horarios de clases con horas de tutorías	119	66,1	66,1	71,1
	Cuadrar horas de tutorías con horas de clases	2	1,1	1,1	72,2
	Cuadrar tiempos de clase con horas de tutorías	1	,6	,6	72,8
	Disponibilidad	1	,6	,6	73,3
	Disponibilidad de tiempo	1	,6	,6	73,9
	Economía	1	,6	,6	74,4
	Ejemplos reales	1	,6	,6	75,0
	En la asignatura principales de la carrera ampliar temas	1	,6	,6	75,6

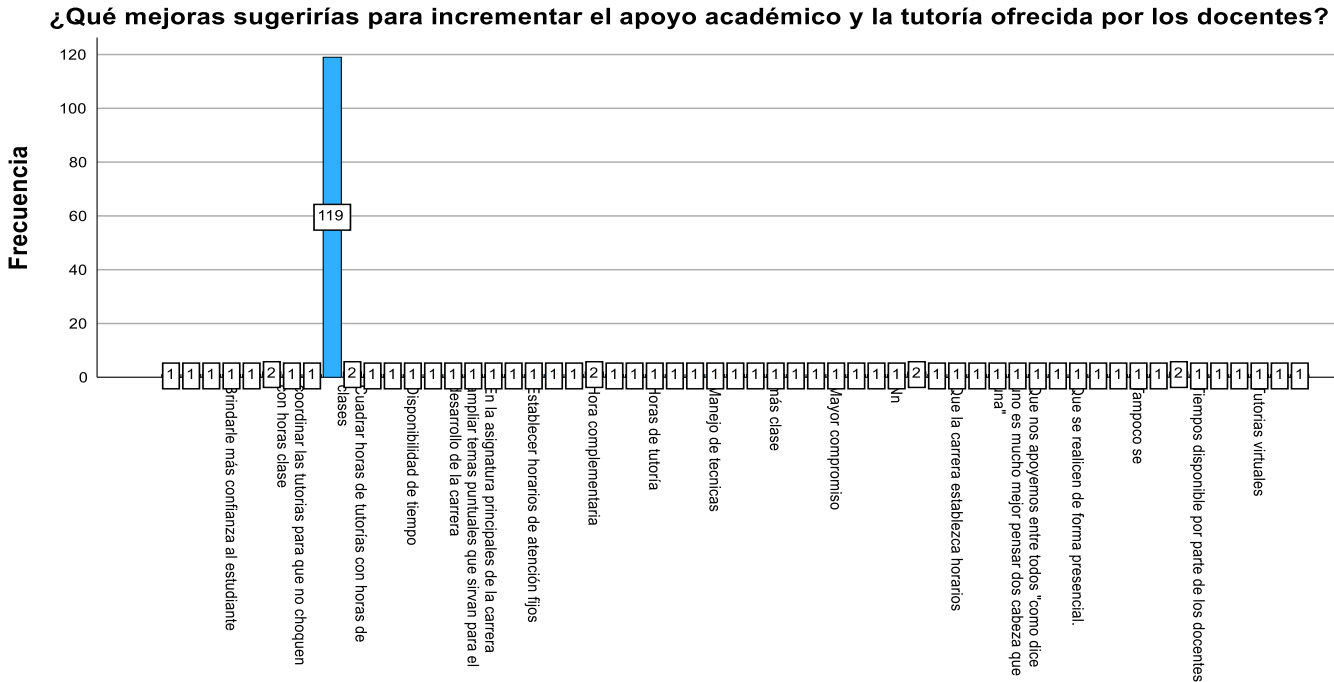
puntuales que sirvan para el desarrollo de la carrera				
Entender mis condiciones	1	,6	,6	76,1
Establecer horarios	1	,6	,6	76,7
Establecer horarios de atención fijos	1	,6	,6	77,2
Flexibilidad de horarios	1	,6	,6	77,8
Herramientas factibles para brindar a los estudiantes	1	,6	,6	78,3
Hora complementaria	2	1,1	1,1	79,4
Horario establecido	1	,6	,6	80,0
Horarios específicos para tutorías	1	,6	,6	80,6
Horas de tutoría	1	,6	,6	81,1
Horas específicas de tutorías	1	,6	,6	81,7
Investigación	1	,6	,6	82,2
Manejo de técnicas	1	,6	,6	82,8
Más argumentos	1	,6	,6	83,3
Más atención a los estudiantes	1	,6	,6	83,9
más clase	1	,6	,6	84,4
Más proyectos	1	,6	,6	85,0
Más tutoría	1	,6	,6	85,6
Mayor compromiso	1	,6	,6	86,1
Muchas	1	,6	,6	86,7
Ninguna	1	,6	,6	87,2
No	1	,6	,6	87,8
Proyecto	2	1,1	1,1	88,9
Que comprendan que recibir las tutorías Online, también nos ayuda en la beneficia	1	,6	,6	89,4
Que la carrera establezca horarios	1	,6	,6	90,0
Que la comunicación entre el docente y el	1	,6	,6	90,6

alumno sea más estrecha y no tan técnica.				
Que las clases sean grabadas para mayor visualización	1	,6	,6	91,1
Que nos apoyemos entre todos "como dice uno es mucho mejor pensar dos cabezas que una"	1	,6	,6	91,7
Que se den el tiempo para aclarar ciertas dudas sobre temas de estudio.	1	,6	,6	92,2
Que se interesen por cada uno de sus alumnos	1	,6	,6	92,8
Que se realicen de forma presencial.	1	,6	,6	93,3
Ser empáticos	1	,6	,6	93,9
Ser flexibles en los horarios y tener presente la ayuda instantánea hacia los estudiantes	1	,6	,6	94,4
Tampoco se	1	,6	,6	95,0
Tiempo	1	,6	,6	95,6
Tiempo de clase	2	1,1	1,1	96,7
Tiempos disponibles por parte de los docentes	1	,6	,6	97,2
Tutorías	1	,6	,6	98,3
Tutorías	1	,6	,6	97,8
Tutorías virtuales	1	,6	,6	98,9
Una reestructuración y renovación del personal docente, que esté capacitado para guiar al estudiante.	1	,6	,6	99,4

Usar una metodología tecnológica actualizada o más utilizada en el ámbito laboral que nos ayude a prepararnos para la vida laboral	1	,6	,6	100,0
Total	180	100,0	100,0	

---

Figura 11: ¿Qué mejoras sugerirías para incrementar el apoyo académico y la tutoría ofrecida por los docentes?



Como resultado de investigación en la pregunta ¿Qué mejoras sugerirías para incrementar el apoyo académico y la tutoría ofrecida por los docentes?, hubo diversas opiniones por parte de los estudiantes encuestados, siendo la mas relevante “Cuadrar horarios de clases con horas de tutorías” representando un 66.1%, los demás estudiantes sugieren proyectos complementarios o establecer un horario específico.

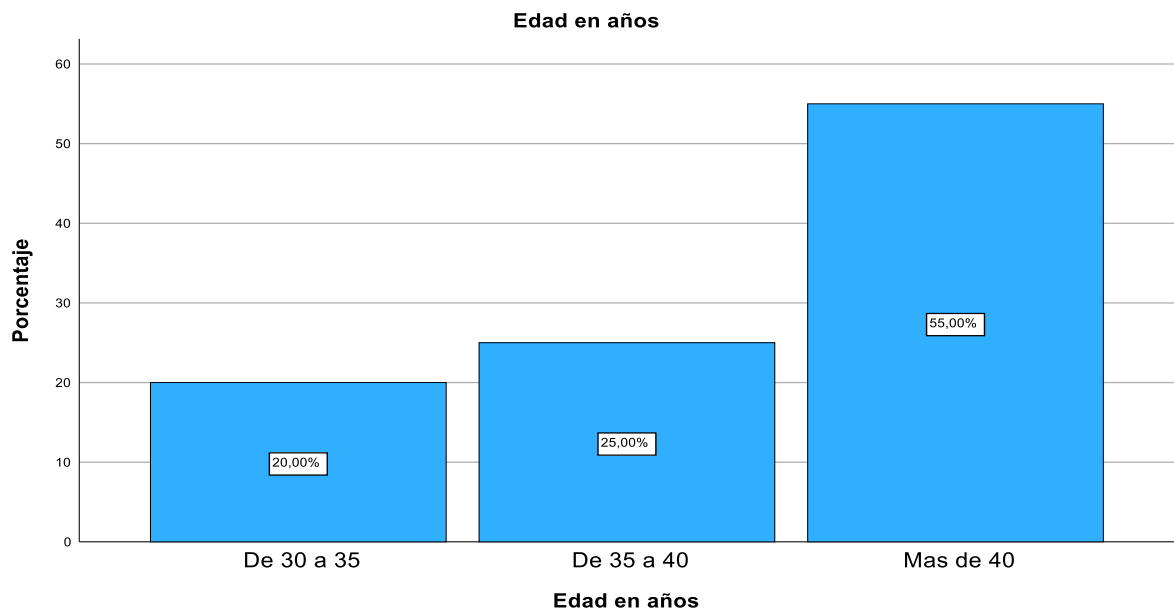
### 4.3. Aplicación de instrumentos a docentes

Los instrumentos fueron aplicados a los docentes de la carrera de mercadotecnia en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Tabla 16: Edad en años de los docentes

		Edad en años			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 30 a 35	4	20,0	20,0	20,0
	De 35 a 40	5	25,0	25,0	45,0
	Mas de 40	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 12: Edad en años de los docentes

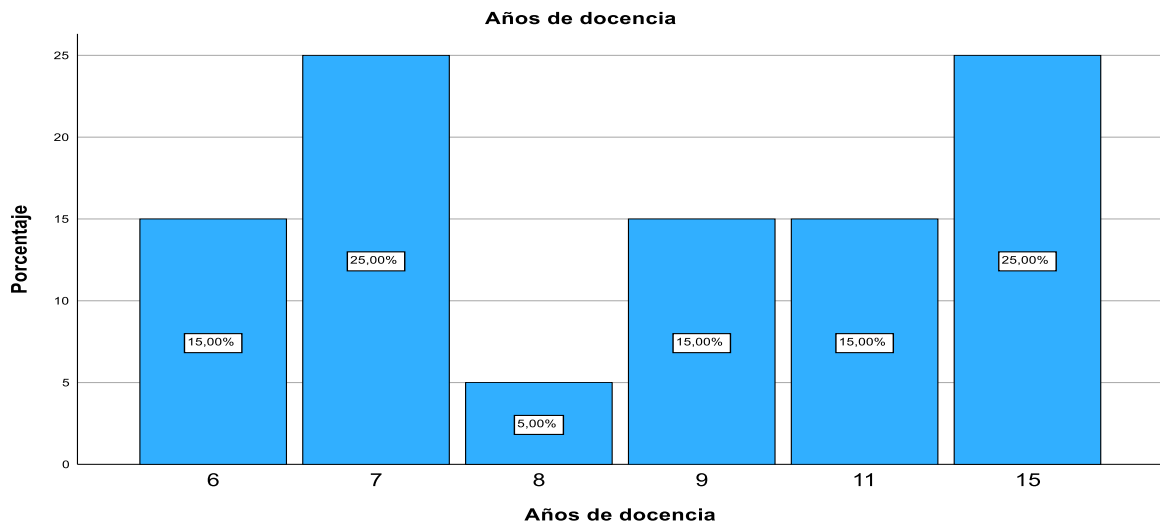


Le encuesta aplicada a los docentes de la carrera de mercadotecnia reflejan que un 55% de los docentes encuestados tienen más de 40 años, el 45% restante oscila de 30 a 40 años de edad.

Tabla 17: Años de docencia

Años de docencia					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	6	3	15,0	15,0	15,0
	7	5	25,0	25,0	40,0
	8	1	5,0	5,0	45,0
	9	3	15,0	15,0	60,0
	11	3	15,0	15,0	75,0
	15	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 13: Años de docencia

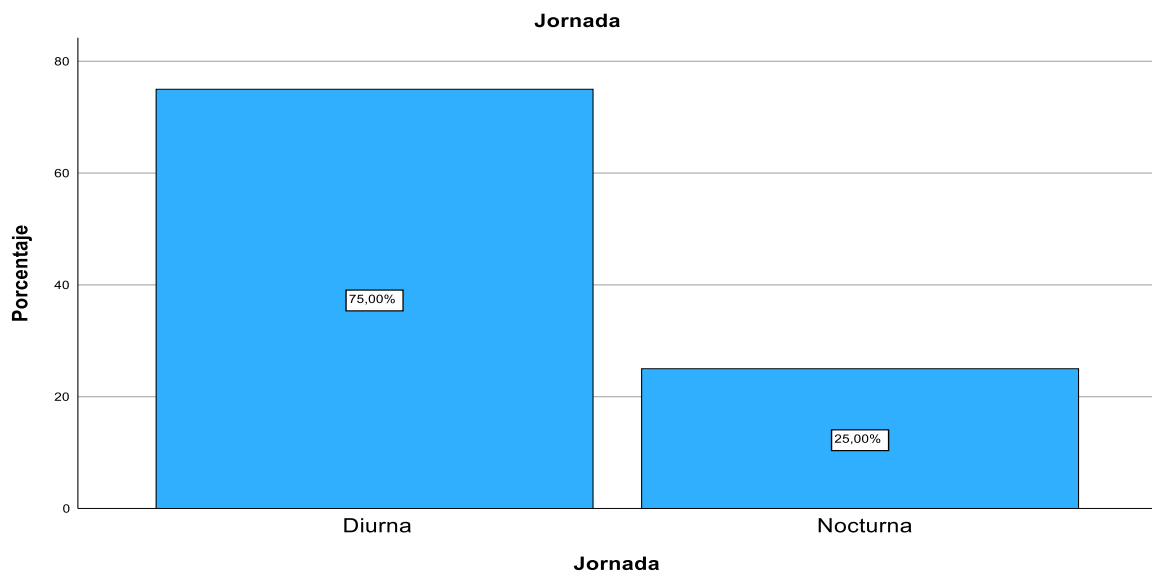


En la pregunta referente a los años de experiencia de los docentes encuestados un 25% tiene 7 años de experiencia, por partes iguales un 15% 6, 9 y 11 años de experiencia y un 5% 8 años de experiencia en docencia.

Tabla 18: Jornada

		<b>Jornada</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diurna	15	75,0	75,0	75,0
	Nocturna	5	25,0	25,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Figura 14: Jornada



Un 75% de los docentes encuestados en la carrera de mercadotecnia manifestó que prestan sus servicios en la jornada diurna y el 25% restante en la jornada nocturna.

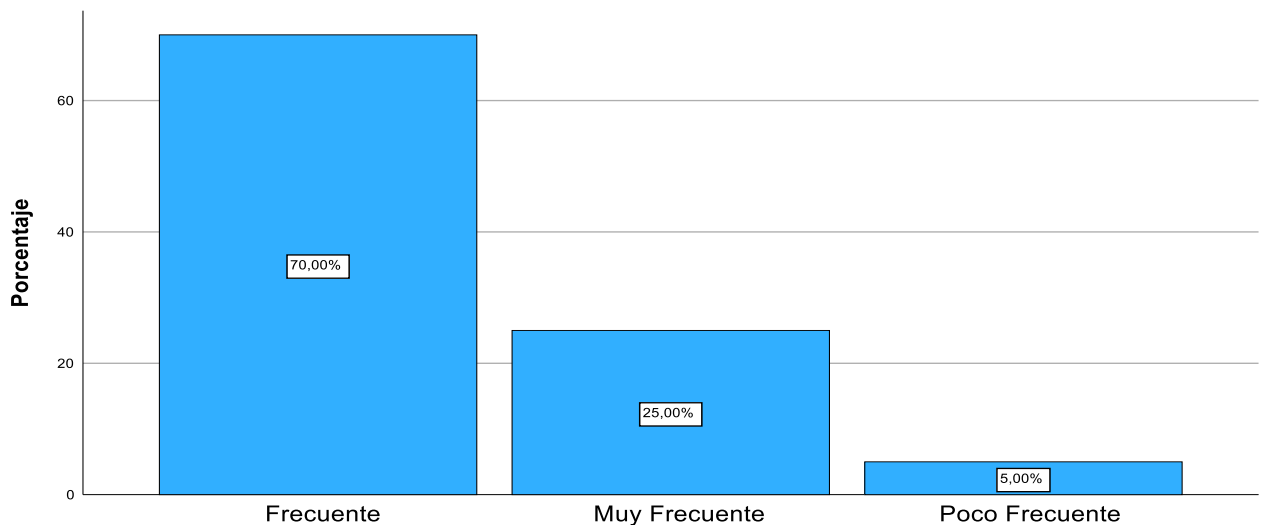
Tabla 19: ¿Qué tan frecuente considera que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia necesitan apoyo académico adicional?

**¿Qué tan frecuente considera que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia necesitan apoyo académico adicional?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Frecuente	14	70,0	70,0	70,0
	Muy Frecuente	5	25,0	25,0	95,0
	Poco Frecuente	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 15: ¿Qué tan frecuente considera que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia necesitan apoyo académico adicional?

**¿Qué tan frecuente considera que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia necesitan apoyo académico adicional?**



**¿Qué tan frecuente considera que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia necesitan apoyo académico adicional?**

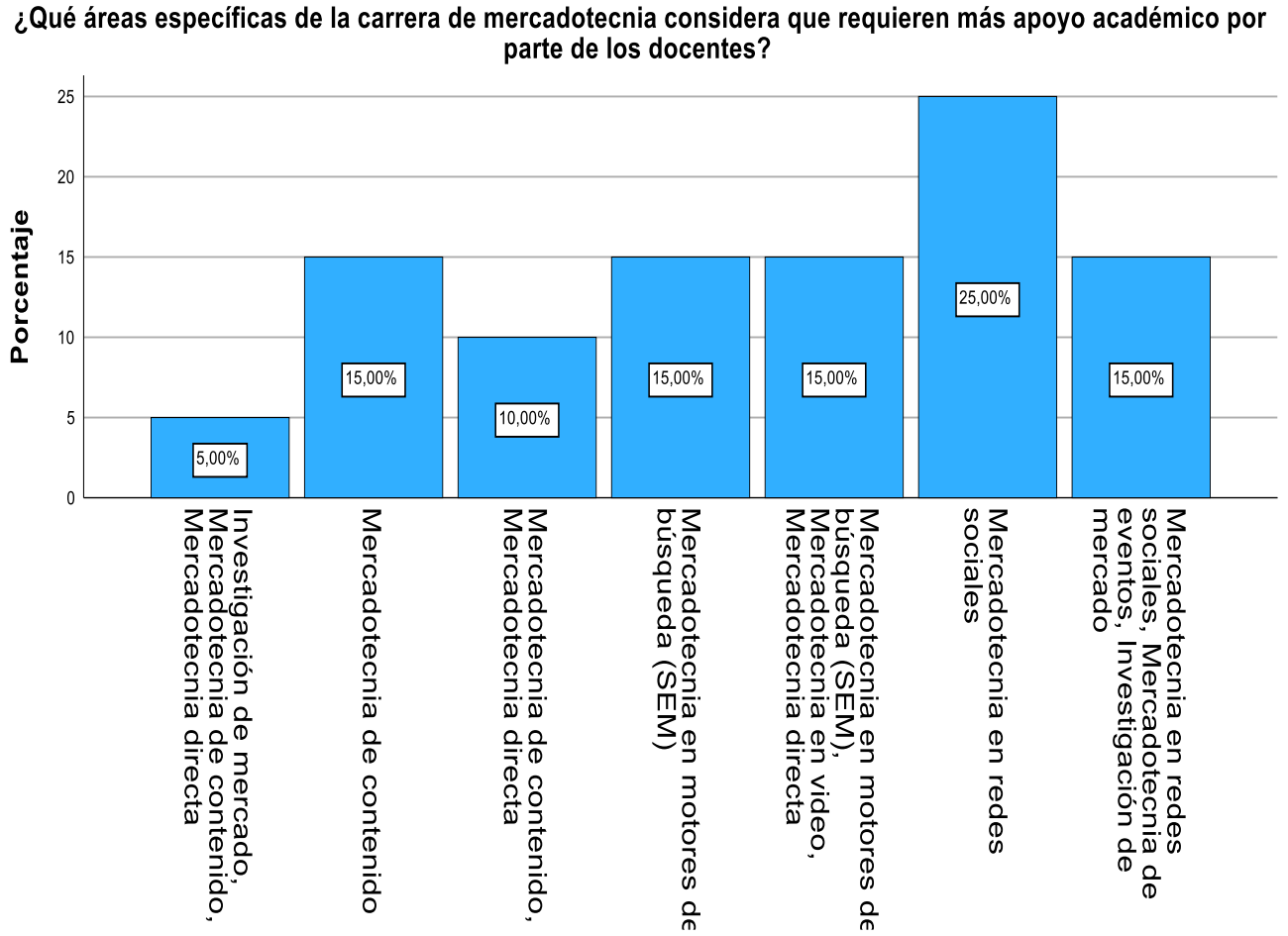
El 70% de los docentes encuestados manifestaron que los estudiantes necesitan apoyo académico adicional en una escala de “Muy frecuente”, el 25% dijo que “Muy frecuente”, y el 5% “Poco frecuente”.

*Tabla 20: ¿Qué áreas específicas de la carrera de mercadotecnia considera que requieren más apoyo académico por parte de los docentes?*

**¿Qué áreas específicas de la carrera de mercadotecnia considera que requieren más apoyo académico por parte de los docentes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Investigación de mercado,	1	5,0	5,0	5,0
	Mercadotecnia de contenido,				
	Mercadotecnia directa				
	Mercadotecnia de contenido	3	15,0	15,0	20,0
	Mercadotecnia de contenido,	2	10,0	10,0	30,0
	Mercadotecnia directa				
	Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)	3	15,0	15,0	45,0
	Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM),	3	15,0	15,0	60,0
	Mercadotecnia en video,				
	Mercadotecnia directa				
	Mercadotecnia en redes sociales	5	25,0	25,0	85,0
	Mercadotecnia en redes sociales,	3	15,0	15,0	100,0
	Mercadotecnia de eventos, Investigación de mercado				
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 16: ¿Qué áreas específicas de la carrera de mercadotecnia considera que requieren más apoyo académico por parte de los docentes?



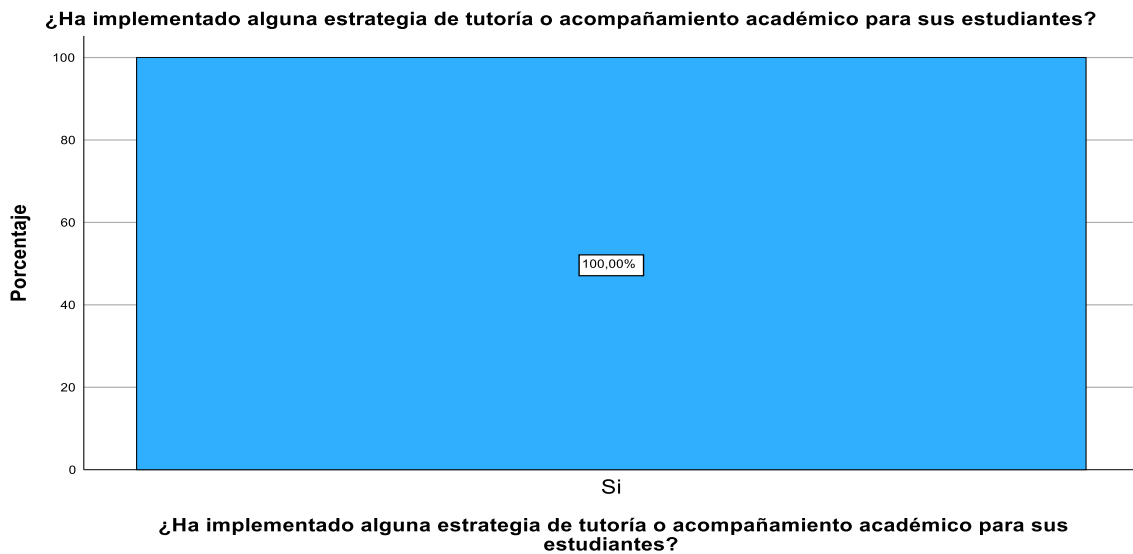
Los docentes encuestados de la carrera de mercadotecnia en un 25% manifestaron que las áreas específicas de la carrera en las que los alumnos necesitan mas apoyo son “Mercadotecnia en redes sociales”, un 15% manifestó que en el área de mercadotecnia de contenido, un 15% Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), un 15% Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM), Mercadotecnia en video, Mercadotecnia directa, un 15% en Mercadotecnia en redes sociales, Mercadotecnia de eventos, Investigación de mercado y un 5% en investigación de mercado.

Tabla 21: ¿Ha implementado alguna estrategia de tutoría o acompañamiento académico para sus estudiantes?

**¿Ha implementado alguna estrategia de tutoría o acompañamiento académico para sus estudiantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	100,0	100,0	100,0
	No				

Figura 17: ¿Ha implementado alguna estrategia de tutoría o acompañamiento académico para sus estudiantes?



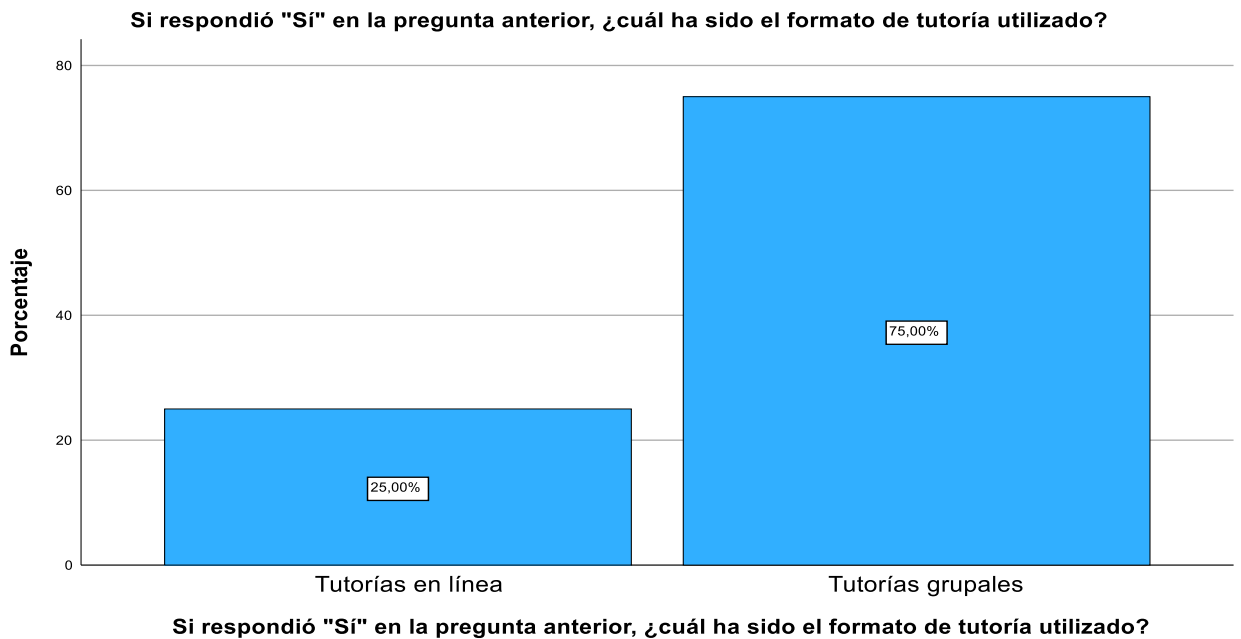
El 100% de los docentes encuestados ah implementado estrategias de tutorías o acompañamientos académicos para estudiantes.

Tabla 22: Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cuál ha sido el formato de tutoría utilizado?

**Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cuál ha sido el formato de tutoría utilizado?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tutorías en línea	5	25,0	25,0	25,0
	Tutorías grupales	15	75,0	75,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 18: Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cuál ha sido el formato de tutoría utilizado?



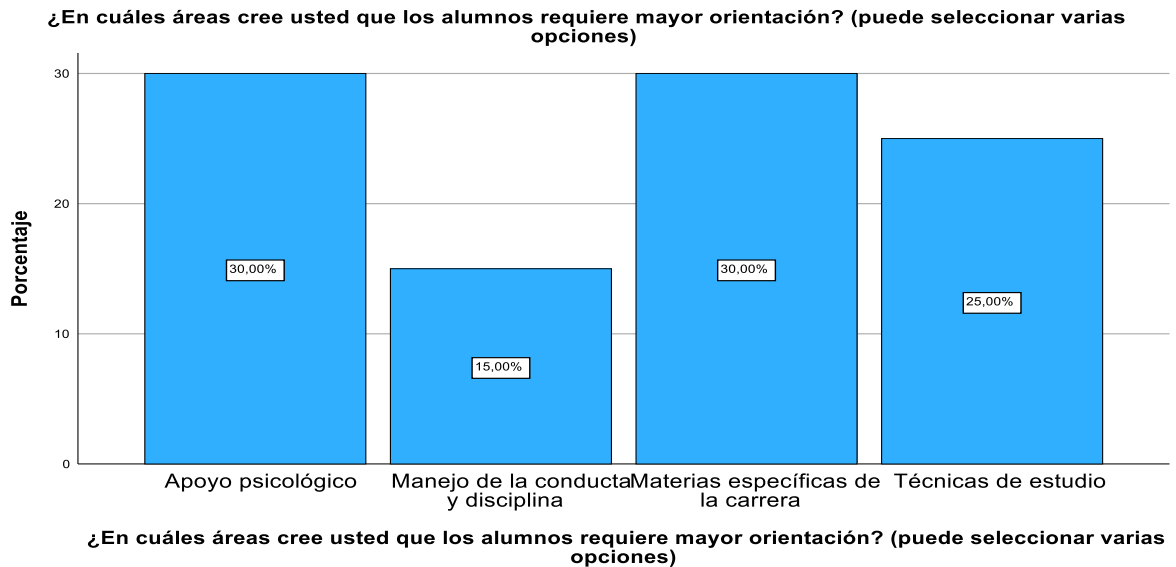
Un 75% de los encuestados manifestó que el formato de tutorías que ha utilizado son las tutorías grupales, y el 25% mencionó que el formato que emplearon fue tutorías virtuales.

Tabla 23: ¿En cuáles áreas cree usted que los alumnos requieren mayor orientación?

**¿En cuáles áreas cree usted que los alumnos requieren mayor orientación? (puede seleccionar varias opciones)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Apoyo psicológico	6	30,0	30,0	30,0
o	Manejo de la conducta y disciplina	3	15,0	15,0	45,0
	Materias específicas de la carrera	6	30,0	30,0	75,0
	Técnicas de estudio	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 19: ¿En cuáles áreas cree usted que los alumnos requieren mayor orientación?



Las áreas en las que los alumnos necesitan mayor orientación según el 30% de docentes encuestados es apoyo psicológico, otro 30% mencionó que materias específicas de la carrera, un 25% mencionó que son las técnicas de estudio, y el 15% dijo que es el manejo de la conducta y disciplina.

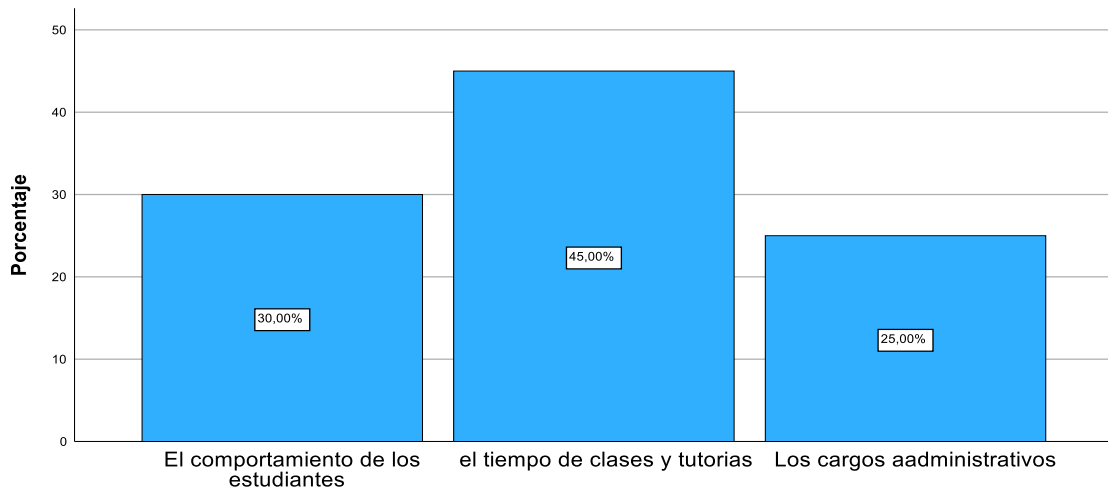
Tabla 24: ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta al proporcionar tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes?

**¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta al proporcionar tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El comportamiento de los estudiantes	6	30,0	30,0	30,0
	el tiempo de clases y tutorías	9	45,0	45,0	75,0
	Los cargos administrativos	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 20: ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta al proporcionar tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes?

¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta al proporcionar tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes?



¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta al proporcionar tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes?

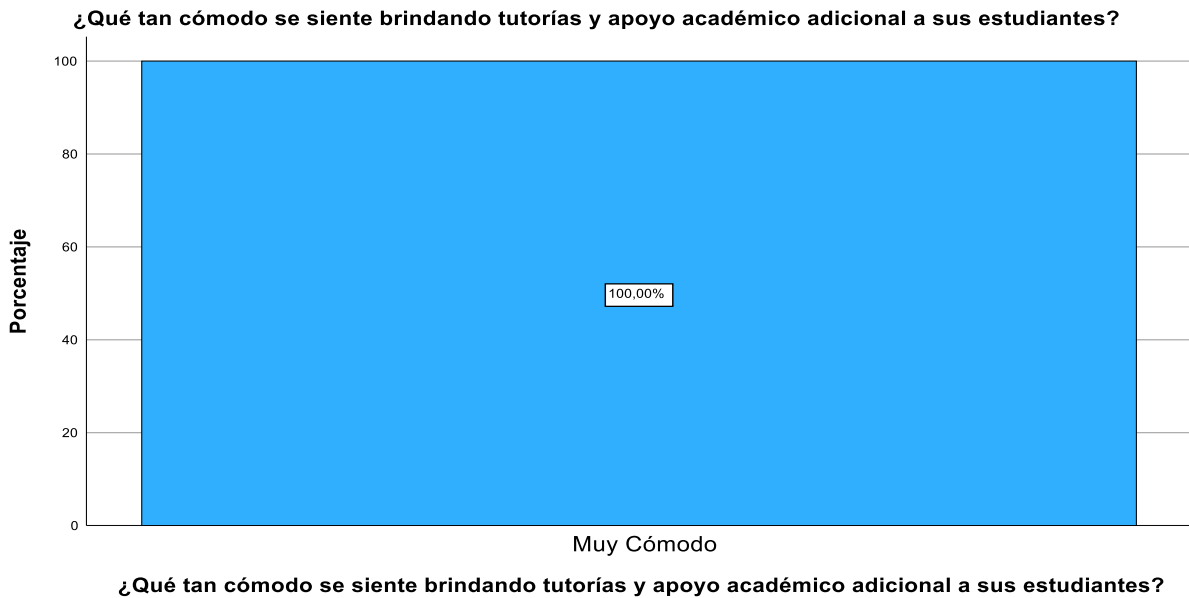
Los principales obstáculos que se enfrentan al proporcionar tutorías y acompañamientos académicos son: El tiempo de clases y tutorías según el 45% de los encuestados, El comportamiento de los estudiantes según el 30% de los estudiantes y los cargos administrativos manifestó el 25% de los docentes encuestados.

Tabla 25: ¿Qué tan cómodo se siente brindando tutorías y apoyo académico adicional a sus estudiantes?

**¿Qué tan cómodo se siente brindando tutorías y apoyo académico adicional a sus estudiantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Cómodo	20	100,0	100,0	100,0

Figura 21: ¿Qué tan cómodo se siente brindando tutorías y apoyo académico adicional a sus estudiantes?



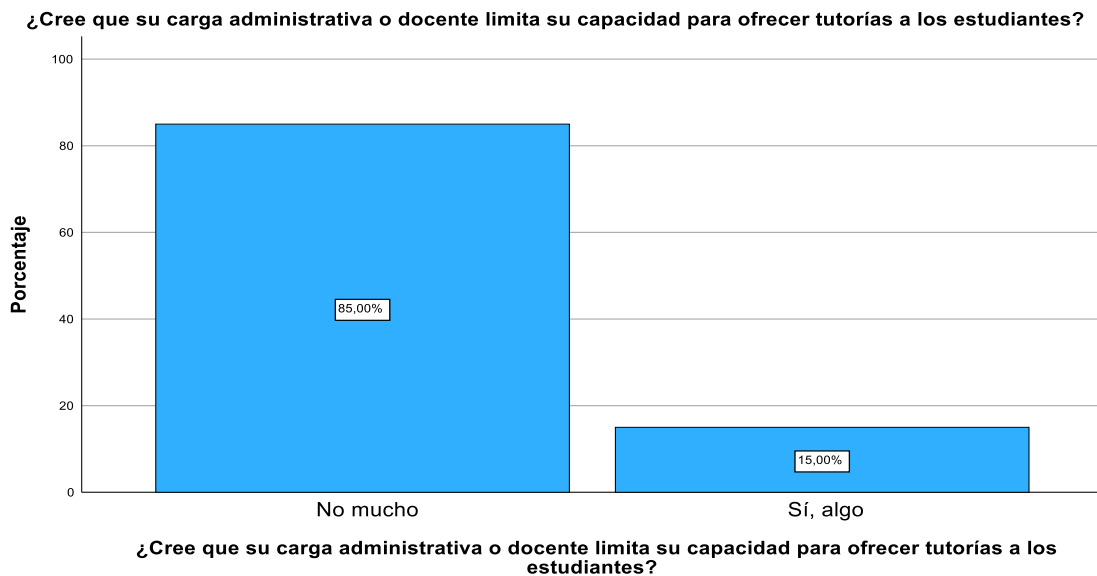
El 100% de los docentes encuestados manifestaron que se sienten muy cómodos durante el programa de tutorías o acompañamiento académico.

Tabla 26: ¿Cree que su carga administrativa o docente limita su capacidad para ofrecer tutorías a los estudiantes?

**¿Cree que su carga administrativa o docente limita su capacidad para ofrecer tutorías a los estudiantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No mucho	17	85,0	85,0	85,0
	Sí, algo	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 22: ¿Cree que su carga administrativa o docente limita su capacidad para ofrecer tutorías a los estudiantes?



El 85% de docentes manifestó que sus cargos administrativos no afectan mucho en la capacidad para ofrecer tutorías, mientras que el 15% mencionó que sí, afecta en algo su carga administrativa para ofrecer tutorías académicas.

Tabla 27: ¿Cómo evalúa la efectividad de las tutorías y el acompañamiento académico que ha brindado hasta ahora?

**¿Cómo evalúa la efectividad de las tutorías y el acompañamiento académico que ha brindado hasta ahora?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Efectivo	20	100,0	100,0	100,0

Figura 23: ¿Cómo evalúa la efectividad de las tutorías y el acompañamiento académico que ha brindado hasta ahora?



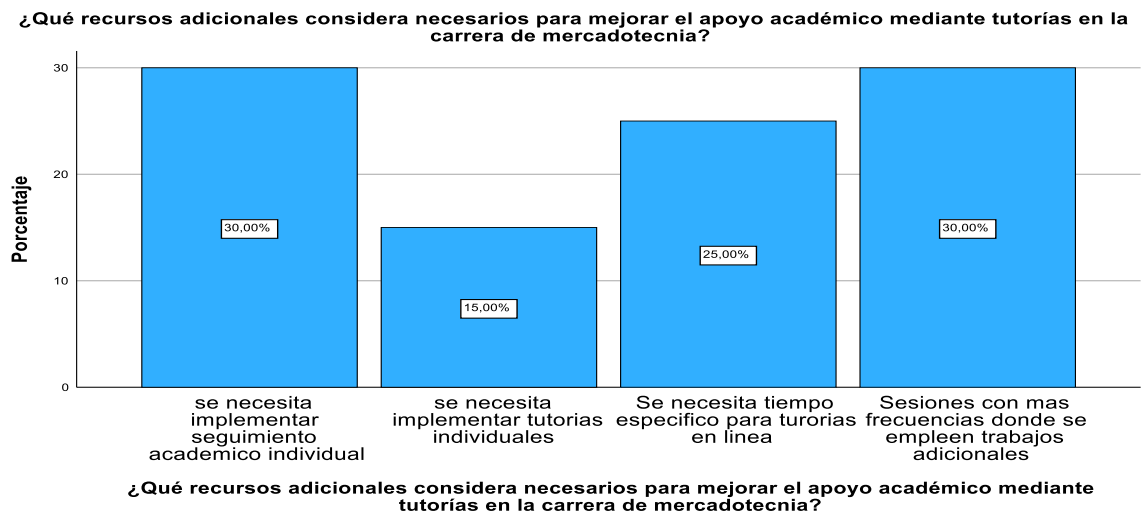
En la totalidad de los docentes encuestados manifestaron que el programa de tutorías es muy efectivo.

Tabla 28: ¿Qué recursos adicionales considera necesarios para mejorar el apoyo académico mediante tutorías en la carrera de mercadotecnia?

**¿Qué recursos adicionales considera necesarios para mejorar el apoyo académico mediante tutorías en la carrera de mercadotecnia?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	se necesita implementar seguimiento académico individual	6	30,0	30,0	30,0
	se necesita implementar tutorías individuales	3	15,0	15,0	45,0
	Se necesita tiempo específico para tutorías en línea	5	25,0	25,0	70,0
	Sesiones con más frecuencias donde se empleen trabajos adicionales	6	30,0	30,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Figura 24: ¿Qué recursos adicionales considera necesarios para mejorar el apoyo académico mediante tutorías en la carrera de mercadotecnia?



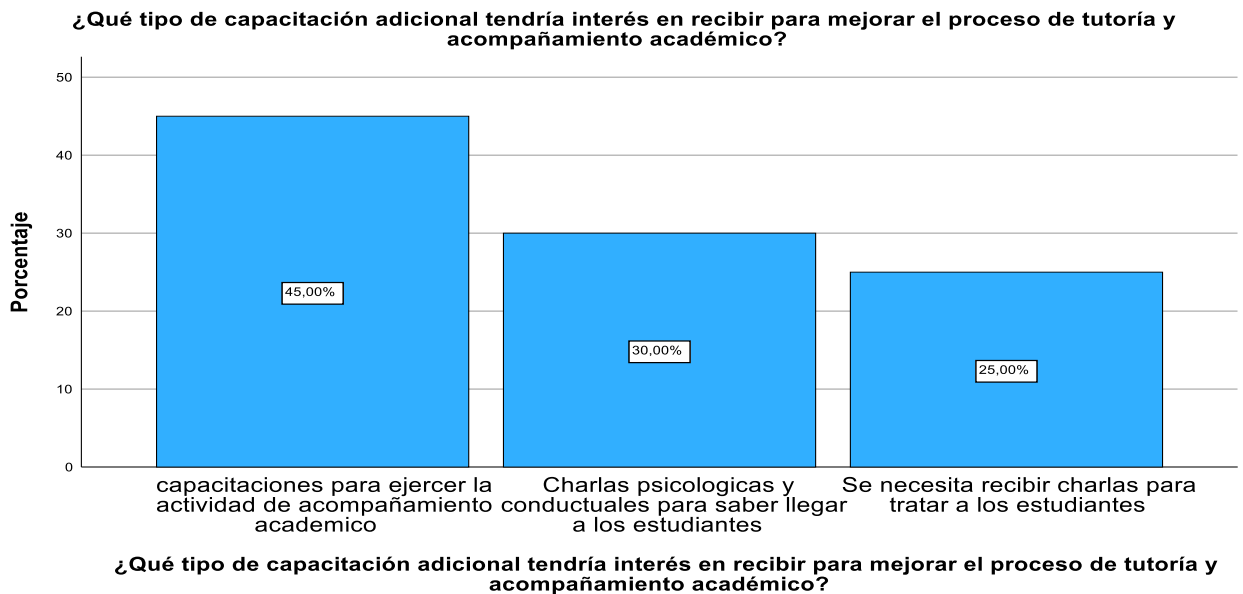
Un 30% de los encuestados mencionó que se necesita implementar seguimiento académico individual, otro 30% sesiones con mas frecuencias donde se empleen trabajos adicionales, un 25% manifestó que se necesita tiempo especifico para tutorías en línea y el 15% manifestó que se necesita implementar programas de tutorías individuales.

Tabla 29: ¿Qué tipo de capacitación adicional tendría interés en recibir para mejorar el proceso de tutoría y acompañamiento académico?

**¿Qué tipo de capacitación adicional tendría interés en recibir para mejorar el proceso de tutoría y acompañamiento académico?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	capacitaciones para ejercer la actividad de acompañamiento académico	9	45,0	45,0	45,0
	Charlas psicológicas y conductuales para saber llegar a los estudiantes	6	30,0	30,0	75,0
	Se necesita recibir charlas para tratar a los estudiantes	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 25: ¿Qué tipo de capacitación adicional tendría interés en recibir para mejorar el proceso de tutoría y acompañamiento académico?



En cuanto a las capacitaciones adicionales para mejorar el proceso de tutoría y acompañamiento académico un 45% de los encuestados manifestaron que capacitaciones para ejercer la actividad de acompañamiento académico, un 30% Charlas psicológicas y conductuales para saber llegar a los estudiantes y un 25% Se necesita recibir charlas para tratar a los estudiantes.

## **CONCLUSIONES**

1. Las tutorías docentes son muy importantes en el desempeño académico y social de todos los estudiantes
2. En conclusión, se ha evidenciado que el programa de tutorías o acompañamiento académico es de vital importancia para la mejora de los estudiantes que formen parte de estas, ya que, en este tipo de programas los docentes ayudan a los estudiantes no solo académicamente, si no, también en otros aspectos personales, ya sean psicológicos o económicos.
3. Se evidenció al aplicar el instrumento de investigación que existen falencias al aplicarse el programa de tutorías, ya que, los alumnos manifestaron que no todos los docentes están prestos a ayudar por que los horarios de clases coinciden con los horarios de tutorías, lo cual impide que este acompañamiento académico se lleve a cabo con fluidez.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la administración de la carrera realizar encuestas frecuentes de la utilidad de las tutorías a los estudiantes
2. Se le recomienda a los docentes emplear a los estudiantes test o cuestionarios donde detallen que es lo que más les gusta de las tutorías
3. Se recomienda a la universidad implementar programas (Reuniones frecuentes entre docentes tutores y docentes que imparten cátedras) que les permitan a los docentes tutores conocer las necesidades de cada alumno.
4. Se recomienda a la administración de la carrera de mercadotecnia establecer un programa formal de tutorías en la carrera de Mercadotecnia, donde se asignen tutores a grupos específicos de estudiantes, garantizando así un seguimiento continuo y personalizado.
5. Se recomienda a la universidad fomentar la participación activa de los estudiantes en las tutorías, creando un ambiente que valore la importancia del apoyo académico. Esto podría incluir actividades grupales, talleres y sesiones interactivas que hagan más atractiva la tutoría.
6. Es esencial que la universidad fomente la capacitación adecuada a los docentes sobre técnicas efectivas de tutoría y acompañamiento académico. Esto incluye formación en habilidades de comunicación, empatía y estrategias pedagógicas que fomenten un ambiente de confianza.

## REFERENCIAS

- (s.f.). Obtenido de <https://elcapitalfinanciero.com/esta-emprendimiento-panama/>
- (s.f.). Obtenido de [https://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/63%20V%20alverde.pdf](https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/63%20V%20alverde.pdf)
- (s.f.). Obtenido de <http://www.thesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22202/Conclusi%C3%B3n.pdf>
- (s.f.). Obtenido de <https://serdirectivo.com/emprendedores-jovenes/>
- (s.f.). [https://www.incae.edu/sites/default/files/reporte\\_nacional\\_-\\_panama\\_final\\_corregido.pdf](https://www.incae.edu/sites/default/files/reporte_nacional_-_panama_final_corregido.pdf).
- (s.f.). [https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/preparate-empleo/Emprendedores\\_2.html#:~:text=1%20Creatividad%20e%20ingenio.%20El%20primer%20paso%20para,Visi%C3%B3n.%20...%204%20Liderazgo.%20...%205%20Paciencia.%20](https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/preparate-empleo/Emprendedores_2.html#:~:text=1%20Creatividad%20e%20ingenio.%20El%20primer%20paso%20para,Visi%C3%B3n.%20...%204%20Liderazgo.%20...%205%20Paciencia.%20)
- (s.f.). <https://emprendefx.com/que-es-emprendimiento/>.
- (s.f.). [emprendedores.com/destacado1/#:~:text=El%20esp%C3%ADritu%20emprendedor%20es%20la%20motivaci%C3%B3n%20y%20la,cambios%20de%20reaccionar%20con%20intuici%C3%B3n%20flexibilidad%20y%20apertura.](https://emprendedores.com/destacado1/#:~:text=El%20esp%C3%ADritu%20emprendedor%20es%20la%20motivaci%C3%B3n%20y%20la,cambios%20de%20reaccionar%20con%20intuici%C3%B3n%20flexibilidad%20y%20apertura.)

- Anaya-Durand, A., & Anaya-Huertas, C. (1 de 1 de 2010). *Reydayc*. Obtenido de ¿Motivar para aprobar o para aprender? Estrategias de motivación del aprendizaje para los: <https://www.redalyc.org/pdf/482/48215094002.pdf>
- Arévalo, N. L. (2021). EMPRENDIMIENTO EN LAS UNIVERSIDADES. *Revista Eficiencia*. Obtenido de <http://ediciones.ascolfa.edu.co/index.php/eficiencia/article/view/80>
- Bernal, I. A. (2019). *COMPONENTES ESTRUCTURALES Y FUNCIONES DE LAS TUTOORIAS: UN CAMINO A SEGUIR*. GONGORA: ESMIC.
- CANTO, M. Y. (2021). *INFLUENCIA DE LAS UNIVERSIDADES PANAMEÑAS EN LAS* .
- Díaz Díaz, J., Bravo López, G., González Puerto, Y., Hernández Pérez, E., & Menes. (2012). Papel del docente tutor en la educacion superior. *medisur*, 3.
- Garcia, F. A. (S/N). Manual de tutorias y asesorias de la universidad . En F. A. Garcia, *Manual de tutorias y asesorias de la universidad* (pág. 5). Mexico : U. politecnica de Guerrero.
- Gilda Dalila Rodríguez Valverde, E. S. (2019). La tutoría en la educación superior como estrategia para la. *Revista Multidisciplinar*, 1.
- Gonzalez, J. (2019). *Impacto de las tutorías en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios*. S/D: Revista de Educación Superior.
- Guerra, L. S. (2023). *Significacion de la practica de la tutoria*. jalisco: Secretaría de Educación Jalisco.

- Herrera Herrera, V., & Salgado Canto, M. (2019). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios y la mejor práctica de emprendimiento universitario en Panamá. *Revista Educación Superior y Sociedad (ESS)* , 200.
- Istmo, U. d. (6 de dic de 2021). *udelistmo.edu*. Obtenido de <https://www./universidad:>  
<https://www./universidad/desarrollo/emprendimiento>
- Margarita, M. A. (28 de julio de 2004). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/pdf/373/37302805.pdf>
- Maria Dolores Guerra, J. S. (1 de Enero de 2020). *Tutorías y satisfacción: Percepciones de los estudiantes y profesores de enfermería de la Universidad de Sevilla*. Obtenido de researchgate:  
[https://www.researchgate.net/publication/341024171\\_Tutorias\\_y\\_satisfaccion\\_Percepciones\\_de\\_los\\_estudiantes\\_y\\_profesores\\_de\\_enfermeria\\_de\\_la\\_Universidad\\_de\\_Sevilla](https://www.researchgate.net/publication/341024171_Tutorias_y_satisfaccion_Percepciones_de_los_estudiantes_y_profesores_de_enfermeria_de_la_Universidad_de_Sevilla)
- Montenegro, E. (2004). *INFORME DIAGNÓSTICO DE LA CARRERA*. Obtenido de [file:///C:/Users/VICTORIA%20HOYOS/Downloads/Ingenie%C3%ADa%20en%20Agroforester%C3%ADa%20Estudio%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/VICTORIA%20HOYOS/Downloads/Ingenie%C3%ADa%20en%20Agroforester%C3%ADa%20Estudio%20(2).pdf)
- Morales, F. C. (21 de febrero de 2021). *economipedia*. Obtenido de fuentes secundarias: <https://economipedia.com/definiciones/fuente-secundaria.html>
- Morales, F. C. (01 de marzo de 2021). *economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/fuente-secundaria.html>

Muguira, A. (16 de 04 de 2022). *Question pro*. Obtenido de Muestreo aleatorio simple, que es y como realizarlo:

<https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-aleatorio-simple/>

Panamá, U. d. (2012). *Centros de Innovación, Desarrollo*. Panamá: Imprenta Universitaria.

Parra, C. P. (2018). Estudio teórico del proceso de tutoría psicopedagógica en la. *Revista Ciencia & Tecnología*, 10.

Pineda, D. M. (2003). *Manual de estrategias de enseñanza7 aprendizaje*. bogota : Pregon Ltda.

Tam, N. (10 de may de 2019). Panamá América . *¿Cómo es el emprendimiento en Panamá?*

vera, H. H. (24 de 03 de 2019). *LA TUTORIA DIDÁCTICA: AGENTE DE CALIDAD DOCENTE*. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/>:

<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognosis/article/view/1830/2096#:~:text=CONCLUSIONES%20Se%20concluye%20que%20la,sus%20estudios%3B%20adem%C3%A1s%20el%20docente>

Westreicher, G. (01 de marzo de 2021). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/fuente-primaria.html>

## ANEXOS

### ANEXO 1 MODELO DE INSTRUMENTO

#### INSTRUMENTO 1 ESTUDIANTES

*Anexo 1: Modelo de instrumento*

**Investigador: Thalia Abigail Campaña Loor**

**Objetivo:** Evaluar la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales, con el fin de identificar cómo estas intervenciones educativas pueden contribuir a su desarrollo integral.

**Indicaciones:** Buenas tardes estimadas y estimados estudiantes, la presente encuesta está diseñada de manera voluntaria a contribuir en la investigación de la importancia de las tutorías académicas.

***La información suministrada será usada sólo para fines investigativos. Se respeta la confidencialidad y privacidad del participante y la información ofrecida.***

#### 1. DATOS PERSONALES

Ciclo lectivo que estudia: 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

#### 2. USO DE LAS TUTORIAS

1. Durante su proceso de formación ha recibido tutorías:

- Sí
- No

2. ¿Qué formato de tutorías prefieres? (Puede seleccionar varias respuestas)

- Presencial
- Virtual
- Grupos pequeños
- Individual

3. ¿En qué medida sientes que necesitas apoyo académico adicional en tu carrera?

En gran medida

- En alguna medida
- En poca medida
- En ninguna medida

4. **¿Qué áreas específicas de la mercadotecnia consideras que requieren más apoyo? (puede seleccionar varias opciones)**

- Investigación de mercado
- Mercadotecnia de contenido
- Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)
- Mercadotecnia en video
- Mercadotecnia directa
- Mercadotecnia de bases de datos
- Mercadotecnia en redes sociales
- Mercadotecnia de eventos

5. **Si has utilizado tutorías, ¿cómo calificarías su efectividad?**

- Muy efectivo
- Algo efectivo
- Poco efectivo
- Nada efectivo

6. **¿Sientes que tus profesores ofrecen suficiente apoyo y acompañamiento académico durante el curso?**

- Sí
- No

7. **¿Con qué frecuencia los docentes están disponibles para consultas y tutorías fuera del horario de clases?**

- Siempre
- Algunas veces
- Pocas veces
- Nunca

8. **¿Te gustaría que los docentes establezcan sesiones regulares de tutoría para resolver dudas y orientar sobre el estudio?**

- Sí
- No

9. **¿En cuáles áreas requiere usted mayor orientación? (puede seleccionar varias opciones)**

Materias específicas de la carrera  
Técnicas de estudio  
Apoyo psicológico  
Apoyo económico  
Manejo de relaciones personales  
Manejo de metas personales  
Manejo de la conducta y disciplina  
Vocación de la carrera

10. **¿Cuál consideras que es el principal obstáculo para recibir apoyo académico por parte de los docentes?**

- (Espacio para respuesta abierta)

11. **¿Qué mejoras sugerirías para incrementar el apoyo académico y la tutoría ofrecida por los docentes?**

- (Espacio para respuesta abierta)

## INSTRUMENTO 2 DOCENTES

**Investigador: Thalia Abigail Campaña Loor**

**Objetivo:** Evaluar la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales, con el fin de identificar cómo estas intervenciones educativas pueden contribuir a su desarrollo integral.

**Indicaciones:** Buenas tardes estimadas y estimados docentes de la carrera de mercadotecnia de la universidad Técnica Estatal de Quevedo, la presente encuesta está diseñada de manera voluntaria a contribuir en una investigación, para evaluar la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes.

***La información suministrada será usada sólo para fines investigativos. Se respeta la confidencialidad y privacidad del participante y la información ofrecida.***

## 1. DATOS PERSONALES

1. **Edad en años:**  De 24 a 29  De 30 a 35  De 35 a 40  Más de 40
2. **Género :**  1. Masculino  2. Femenino
3. **Jornada :**  1. Diurna  2. Nocturna  3. Mixta
4. **Años de docencia :** \_\_\_\_\_

## 2. PERCEPCIÓN Y GESTIÓN DE LA TUTORIA

1. **¿Qué tan frecuente considera que los estudiantes de la carrera de mercadotecnia necesitan apoyo académico adicional?**
  - Muy Frecuente
  - Frecuente
  - Poco Frecuente
  - Nunca
  
2. **¿Qué áreas específicas de la carrera de mercadotecnia considera que requieren más apoyo académico por parte de los docentes?**
  - Investigación de mercado
  - Mercadotecnia de contenido
  - Mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM)
  - Mercadotecnia en video
  - Mercadotecnia directa
  - Mercadotecnia de bases de datos
  - Mercadotecnia en redes sociales
  - Mercadotecnia de eventos
  
3. **¿Ha implementado alguna estrategia de tutoría o acompañamiento académico para sus estudiantes?**
  - Sí
  - No
  
4. **Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cuál ha sido el formato de tutoría utilizado?**
  - Tutorías individuales
  - Tutorías grupales
  - Tutorías en línea
  - Otros (especificar)
  
5. **¿En cuáles áreas cree usted que los alumnos requieren mayor orientación? (puede seleccionar varias opciones)**
  - Materias específicas de la carrera

- Técnicas de estudio
- Apoyo psicológico
- Apoyo económico
- Manejo de relaciones personales
- Manejo de metas personales
- Manejo de la conducta y disciplina
- Vocación de la carrera

6. **¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta al proporcionar tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes?**  
(Respuesta abierta)
7. **¿Qué tan cómodo se siente brindando tutorías y apoyo académico adicional a sus estudiantes?**
- Muy Cómodo
  - Cómodo
  - Poco Cómodo
  - Incómodo
8. **¿Cree que su carga administrativa o docente limita su capacidad para ofrecer tutorías a los estudiantes?**
- Sí, mucho
  - Sí, algo
  - No mucho
  - No, en absoluto
9. **¿Cómo evalúa la efectividad de las tutorías y el acompañamiento académico que ha brindado hasta ahora?**
- Muy Efectivo
  - Efectivo
  - Poco Efectivo
  - No Efectivo
10. **¿Qué recursos adicionales considera necesarios para mejorar el apoyo académico mediante tutorías en la carrera de mercadotecnia?**  
(Respuesta abierta)
11. **¿Qué tipo de capacitación adicional tendría interés en recibir para mejorar el proceso de tutoría y acompañamiento académico?**  
(Respuesta abierta)

## ANEXO 2

### Matriz de operacionalización de variables

Anexo 2: Matriz operacionalización de variables

Tabla 30: matriz de operacionalización de variables

<b>PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:</b>		¿Cuál es la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia de la facultad de ciencias empresariales?			
<b>HIPOTESIS -SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN:</b>		La implementación de tutorías docentes tiene un impacto positivo significativo en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales.			
<b>OBJETIVO GENERAL:</b>		Evaluar la importancia de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales, con el fin de identificar cómo estas intervenciones educativas pueden contribuir a su desarrollo integral.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUJETOS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS
3. Identificar la necesidad de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo	Necesidades de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo	4. Frecuencia de asistencia	4. Frecuencia de asistencia de - Numero de sesiones de tutorías a las que asistió un estudiante	Estudiantes y docentes de mercadotecnia	Encuestas
		5. Satisfacción con las tutorías	5. Satisfacción con las tutorías - Porcentaje de estudiantes que asisten a tutorías respecto al total de estudiantes		
		6. Tasa de aprobación en materias	- Evaluación de satisfacción a los estudiantes que asisten a las tutorías  6. Tasa de aprobación en materias - Porcentaje de estudiantes aprobados/reprobados entre los que asistieron a tutorías y los que no		
		<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>		<b>DEFINICIÓN INSTRUMENTAL</b>	
		La variable se mide a través de 3 dimensiones que evalúan la participación de las tutorías docentes en los estudiantes de mercadotecnia		La variable será evaluada a través de una encuesta	

4. Diagnosticar los niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo	Niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.	4. Aspectos Académicos 5. Habilidades Sociales 6. Habilidades Emocionales	4. Aspectos Académicos – Estrategias de aprendizaje – Manejo del tiempo – Apoyo en tareas y proyectos – Preparación para exámenes 5. Habilidades Sociales – Trabajo en equipo – Comunicación efectiva – Resolución de conflictos 6. Habilidades Emocionales – Autoconocimiento – Regulación emocional – Motivación y autoestima	Estudiantes y docentes de mercadotecnia	Encuestas	
			<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>			<b>DEFINICIÓN INSTRUMENTAL</b>
			La variable se mide a través de 3 dimensiones que evalúan las áreas de apoyo de las tutorías académicas			La variable será evaluada a través de una encuesta

## ANEXO 3 DIAPOSITIVAS DE SUSTENTACIÓN

Anexo 3: Diapositivas



# PROYECTO FINAL

Por: Lcda. Thalia Campaña Loor

FICHA TÉCNICA CAPITULO 1.0 EL PROBLEMA	
<b>Título de la investigación:</b>	IMPORTANCIA DE LAS TUTORÍAS DOCENTES EN EL DESEMPEÑO ACADÉMICO Y SOCIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.
<b>Planteamiento del problema:</b>	¿Cuál es el impacto de las tutorías docentes en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo?
<b>Hipótesis-Supuesto:</b>	La implementación de tutorías docentes tiene un impacto positivo significativo en el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales.
<b>Objetivo General:</b>	Evaluar la importancia de las tutorías docentes para el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
<b>Objetivos Específicos:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar la necesidad de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo;</li> <li>2. Diagnosticar los niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.</li> </ol>

FICHA TÉCNICA CAPITULO 1.0 EL PROBLEMA	
<b>Alcance</b>	La investigación se realizó en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (Matriz), en la facultad de Ciencias Empresariales (FCE), en la carrera de Mercadotecnia. La investigación tuvo una duración de cuatro meses (septiembre a diciembre del 2024).  Se llevó a cabo una investigación cualitativa y cuantitativa que incluyó: encuestas, entrevistas y análisis de datos académicos.
<b>Limitaciones</b>	Restricción en la muestra de estudio. Falta de disponibilidad de los encuestados.

FICHA TÉCNICA CAPITULO 2.0 INDICE EL MARCO TEORICO	
VARIABLE	TEMA EN EL MARCO TEÓRICO
<b>Variable 1:</b> Necesidades de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frecuencia de asistencia</li> <li>2. Satisfacción con las tutorías</li> <li>3. Tasa de aprobación en materias</li> </ol>
<b>Variable 2:</b> Niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aspectos Académicos</li> <li>2. Habilidades Sociales</li> <li>3. Habilidades Emocionales</li> </ol>

- | FICHA TÉCNICA<br>CAPITULO 2.0 VERTEBRACIÓN DEL MARCO TEÓRICO  |  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición de tutoría</li> <li>2. Importancia de las tutorías académicas</li> <li>3. Tipos de tutorías</li> <li>4. Satisfacción de estudiantes con las tutorías académicas</li> <li>5. Las tutorías influyen en el buen desempeño académico y aprobación de materias</li> <li>6. El rol del docente tutor</li> <li>7. Técnicas pedagógicas empleadas por docentes en las tutorías</li> <li>8. Motivación de los alumnos para asistir a las tutorías académicas</li> <li>9. Resultados pedagógicos de asistir a las tutorías académicas</li> </ol> |  |

FICHA TÉCNICA CAPITULO 2.0 VERTEBRACIÓN DEL MARCO TEÓRICO	
<b>Definición de tutoría</b>	
La Tutoría se concibe como un eje en la educación de los estudiantes, el cual enfatiza el aprendizaje autodirigido y la formación integral. (Margarita, 2004)	
<b>Importancia de las tutorías académicas</b>	
Según (Guerra, 2023) "La tutoría es un proceso muy potente, cada vez más en el centro de las acciones educativas, ya que concreta los principios orientadores de la formación humana. Su estrategia es eminentemente educativa porque se ejerce a través de la interacción intersubjetiva entre dos personas y cuya finalidad es fomentar el dominio de cada uno sobre sus habilidades."	

**FICHA TÉCNICA**  
**CAPITULO 2.0 VERTEBRACIÓN DEL MARCO TEÓRICO**

**Tipos de tutorías**

(García, S/F) Menciona que, para el desarrollo integral del estudiante, la tutoría debe ser en primera instancia:

- Preventiva
- Seguimiento.

Lo deseable es que la acción tutorial tenga inicio desde el ingreso del estudiante de la universidad y concluya una vez este haya llegado al fin de sus estudios punto aparte por su carácter pueden ser:

- Personalizada
- Grupal
- Directa
- Virtual

**Satisfacción de estudiantes con las tutorías académicas**

El grado de satisfacción de las tutorías viene dado por la percepción de beneficio y de que estas ayudan a cubrir las necesidades del alumnado. (María Dolores Guerra, 2020)

**FICHA TÉCNICA**  
**CAPITULO 2.0 VERTEBRACIÓN DEL MARCO TEÓRICO**

**Las tutorías influyen en el buen desempeño académico y aprobación de materias**

La acción tutorial pedagógica incide positivamente en el rendimiento académico de los estudiantes, por cuanto esta actividad hace que el estudiante se sienta motivado, acompañado en el proceso educativo por lo que el educando desarrolla mayor atención en sus estudios; además el docente facilita procesos, recursos y dinamiza la actitud de los discentes. (Vera, 2019)

**El rol del docente tutor**

La tutoría como función del profesor universitario se puede evidenciar desde el surgimiento de la Universidad. El profesor es el tutor del estudiante en tanto acompaña y guía su formación, sin embargo, la comprensión de cómo ejerce su función tutorial varía en dependencia del modelo universitario. (Díaz, Bravo, González, Hernández, & Menes, 2012)

**FICHA TÉCNICA**  
**CAPITULO 2.0 VERTEBRACIÓN DEL MARCO TEÓRICO**

**Técnicas pedagógicas empleadas por docentes en las tutorías**

Las estrategias o técnicas pedagógicas deben ser subjetivas, es decir, orientadas a las necesidades de cada tutorado, teniendo en cuenta que no todos los alumnos tendrían las mismas exigencias. Por ende, los docentes tutores deben adaptar sus técnicas pedagógicas según se requiera. (Pineda, 2003)

**Motivación de los alumnos para asistir a las tutorías académicas**

Algunos estudiantes pueden estar motivados y llevar a cabo una tarea o trabajo que les asigne el maestro, pero sus fuentes de motivación pueden diferir. (Anaya-Durand & Anaya-Huertas, 2010)

- Motivación intrínseca
- Motivación extrínseca

**FICHA TÉCNICA**  
**CAPITULO 2.0 VERTEBRACIÓN DEL MARCO TEÓRICO**

**Resultados pedagógicos de asistir a las tutorías académicas**

La tutoría se convierte en una vía de creación de nuevos y múltiples conocimientos, que posibilita visualizar al estudiante desde una perspectiva integral y diferenciada, más allá de patrones uniformes y, por tanto, puede conducir a resultados educativos más satisfactorios tanto para los estudiantes como para los docentes. (Bernal, 2019)

**FICHA TÉCNICA**  
**CAPITULO 3.0 ASPECTOS METODOLOGICOS**

<b>Enfoque de la investigación</b>	Enfoque cuantitativo y es, específicamente, de tipo descriptivo.
<b>Tipo de investigación</b>	Descriptiva. No experimental.
<b>Fuentes humanas</b>	Estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo Participaron 194 personas: 174 alumnos y 20 docentes.
<b>Fuentes materiales</b>	Encuestas a través de Google forms, libros, artículos científicos y sitios web.

**FICHA TÉCNICA**  
**CAPITULO 3.0 ASPECTOS METODOLOGICOS**

<b>Población</b>	Población. Estudiantes y docentes de tutorías académicas de la carrera de mercadotecnia en la facultad de ciencias empresariales. La totalidad de la población es 315 estudiantes y 20 docentes.
<b>Muestra</b>	174 alumnos y 20 docentes con un <b>margen de error de 5%</b> y un nivel de confianza del 95% considerando una heterogeneidad de 50%.
<b>Variables</b>	<b>Variable 1:</b> Necesidades de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo <b>Variable 2:</b> Niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo
<b>Instrumentos</b>	El instrumento consta de dos encuestas, una para alumnos y otra para docentes. Cada encuesta de diez preguntas. Las opciones de respuesta son: sí, no y parcialmente. Se debe indicar el lugar donde se encuentra la evidencia en caso de que haya contestado positivamente.

## VARIABLES 1

VARIABLES	INDICADORES
<p><b>Necesidades de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frecuencia de asistencia</li> <li>2. Satisfacción con las tutorías</li> <li>3. Tasa de aprobación en materias</li> </ol>

## VARIABLES 2

VARIABLES	INDICADORES
<p><b>Niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aspectos Académicos</li> <li>2. Habilidades Sociales</li> <li>3. Habilidades Emocionales</li> </ol>

## POBLACIÓN Y MUESTRA

SUJETOS DEL ESTUDIO	POBLACIÓN	MUESTRA
Estudiantes	315	175
Docentes	20	20

## INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

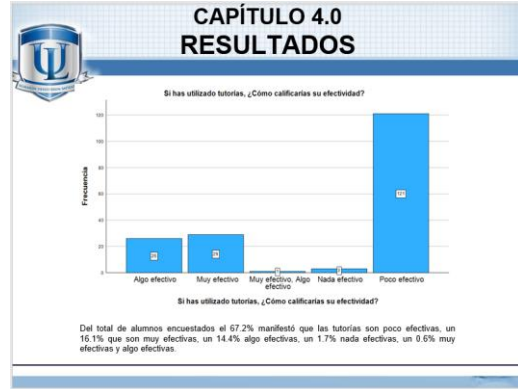
VARIABLES	INSTRUMENTOS
<p>Necesidades de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.</p>	<p>Encuesta estructuradas</p>
<p>Niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia en la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.</p>	<p>Encuesta estructuradas</p>

## CAPÍTULO 4.0 RESULTADOS

Los resultados de las encuestas reflejan que 2.2% que son el equivalente a 4 alumnos de los 180 no asisten al programa de tutorías académicas brindado por la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Por el contrario, un 97.8% equivalente a 175 alumnos encuestados manifestaron que si han recibido el programa de tutorías brindado por la universidad.

## CAPÍTULO 4.0 RESULTADOS

Un gran porcentaje (80%) de los alumnos de la carrera de mercadotecnia manifestó que prefieren las tutorías con modalidad presencial, un 10% prefiere la modalidad virtual, un 3.3% prefiere grupos pequeños, un 2.2% prefiere individual, un 1.7% prefiere modalidad presencial y virtual, un 0.6% prefiere presencial e individual, un 0.6% en grupos pequeños y virtual, un 0.6% prefiere virtual e individual.



### CONCLUSIONES

**OBJETIVO GENERAL:**

Evaluar la importancia de las tutorías docentes para el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

**CONCLUSIONES**

Realizar encuestas que permitan evaluar la influencia de las tutorías académicas en los estudiantes


### CONCLUSIONES

**OBJETIVO ESPECIFICO 1:**

Identificar la necesidad de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

**CONCLUSIONES**

En conclusión, se ha evidenciado que el programa de tutorías o acompañamiento académico es de vital importancia para la mejora de los estudiantes que forman parte de las mismas, ya que, en este tipo de programas los docentes ayudan a los estudiantes no solo académicamente, si no, también en otros aspectos personales, ya sean psicológicos o económicos.




## CONCLUSIONES

**OBJETIVO ESPECÍFICO 2:**

Diagnosticar los niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

**CONCLUSIONES**


Se evidenció al aplicar el instrumento de investigación que existen falencias al aplicarse el programa de tutorías, ya que, los alumnos manifestaron que no todos los docentes están prestos a ayudar por que los horarios de clases coinciden con los horarios de tutorías, lo cual impide que este acompañamiento académico se lleve a cabo con fluidez.



## RECOMENDACIONES

**Objetivo General**


- Evaluar la importancia de las tutorías docentes para el desempeño académico y social de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo
- Realizar encuestas frecuentes de la utilidad de las tutorías a los estudiantes
- Emplear a los estudiantes test o cuestionarios donde detallen que es lo que mas les gusta de las tutorías



## RECOMENDACIONES

**Del Objetivo Especifico 1**


- Identificar la necesidad de apoyo académico mediante tutorías en los alumnos de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo
- Implementar programas (Reuniones frecuentes entre docentes tutores y docentes que imparten cátedras) que les permitan a los docentes tutores conocer las necesidades de cada alumno



## RECOMENDACIONES


**Del Objetivo Especifico 2**

- Diagnosticar los niveles de tutoría y acompañamiento académico de los docentes de la carrera de mercadotecnia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo
- Se recomienda a la administración de la carrera de mercadotecnia establecer un programa formal de tutorías en la carrera de Mercadotecnia, donde se asignen tutores a grupos específicos de estudiantes, garantizando así un seguimiento continuo y personalizado.
- Fomentar la participación activa de los estudiantes en las tutorías, creando un ambiente que valore la importancia del apoyo académico. Esto podría incluir actividades grupales, talleres y sesiones interactivas que hagan más atractiva la tutoría.



## REFERENCIAS

- Anaya-Durand, A., & Anaya-Huertas, C. (1 de 1 de 2010). ReDayc. Obtenido de ¿Motivar para aprobar o para aprender? Estrategias de motivación del aprendizaje para los: <https://www.redalyc.org/pdf/482/48215094002.pdf>
- Arévalo, N. L. (2021). EMPRENDIMIENTO EN LAS UNIVERSIDADES. Revista Eficiencia. Obtenido de <http://ediciones.ascofa.edu.co/index.php/eficiencia/articulo/view/80>
- Bernal, I. A. (2019). COMPONENTES ESTRUCTURALES Y FUNCIONES DE LAS TUTOORIAS: UN CAMINO A SEGUIR. GONGORA: ESMIC.
- CANTO, M. Y. (2021). INFLUENCIA DE LAS UNIVERSIDADES PANAMEÑAS EN LAS .
- Diaz Díaz, J., Bravo López, G., González Puerto, Y., Hernández Pérez, E., & Menes. (2012). Papel del docente tutor en la educación superior. medisur, 3.
- Gilda Dalila Rodríguez Valverde, E. S. (2019). La tutoría en la educación superior como estrategia para la. Revista Multidisciplinar, 1.
- Gonzalez, J. (2019). Impacto de las tutorías en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios. SID: Revista de Educación Superior.
- Guerra, L. S. (2023). Significacion de la practica de la tutoria. jalisco: Secretaría de Educación Jalisco.



## REFERENCIAS

- Herrera Herrera, V., & Salgado Canto, M. (2019). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios y la mejor práctica de emprendimiento universitario en Panamá. *Revista Educación Superior y Sociedad (ESS)*, 200.
- Margarita, M. A. (28 de julio de 2004). Redalyc. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/373/37302805.pdf>
- Panamá, U. d. (2012). *Centros de Innovación, Desarrollo*. Panamá: Imprenta Universitaria.
- Parra, C. P. (2018). Estudio teórico del proceso de tutoría psicopedagógica en la. *Revista Ciencia & Tecnología*, 10.
- Pineda, D. M. (2003). *Manual de estrategias de enseñanza7 aprendizaje*. Bogotá: Pregon Ltda.
- Tam, N. (10 de may de 2019). Panamá América . *¿Cómo es el emprendimiento en Panamá?*