



*Las tutorías académicas como estrategia de calidad
estudio caso carrera de mercadotecnia*

*Academic tutoring as a quality strategy
case study marketing career*

*Tutoria acadêmica como estratégia de qualidade
estudo de caso marketing carreira*

Gina Jaqueline Alarcón-Quinatoa^I
galarcon@ueb.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2425-4959>

Víctor Hugo Quizhpe-Baculima^{II}
vquizhpe@ueb.edu.ec

Correspondencia: galarcon@ueb.edu.ec

Ciencias de la Educación
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de enero de 2023 * **Aceptado:** 14 de febrero de 2023 * **Publicado:** 17 de marzo de 2023

- I. Magister en Gestión de Marketing y Servicio al Cliente, Ingeniera Comercial, Docente Universidad Estatal de Bolívar.
- II. Magister en Administración de Negocios MBA, Ingeniero Comercial.

Resumen

En la Universidad Estatal de Bolívar, las tutorías académicas son consideradas como una estrategia de mejoramiento de la calidad de los estudiantes, mediante el modelo educativo. El objetivo de esta investigación fue realizar un análisis a los estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia que reciben tutorías académicas en las diferentes asignaturas Matemática Financiera, Estadística con el propósito de proponer sugerencias de mejora e implementar estrategias.

El diseño de la investigación fue no experimental, de tipo transversal, el nivel investigativo es descriptivo, con análisis cualitativa –cuantitativa, con una revisión documental los métodos utilizados son: Inductivo – Deductivo y Analítico; la recolección de la información se realizó a través de encuestas online a los estudiantes de primero y tercer ciclo de la carrera de Mercadotecnia. Los hallazgos más significativos son: la efectividad de las tutorías académicas en la asignatura de Matemática Financiera en el periodo noviembre 2021- marzo 2022 fue del 95%, en el PAO mayo -septiembre 2022 fue del 91% y finalmente para el PAO noviembre 2022 – marzo 2023 la efectividad alcanzó el 79%. La disminución de la efectividad entre estos tres períodos se debe al incremento del porcentaje de deserción en cada uno de los períodos, deserción causada principalmente por los escasos recursos económicos de algunos estudiantes que vienen de otras provincias. En cuanto a la asignatura de Estadística las tutorías académicas se implementan a partir del período académico noviembre 2022 – marzo del 2023, con una efectividad del 97%.

Finalmente, las conclusiones más relevantes son: que la efectividad de la metodología enseñanza aplicada por los profesores incide directamente en el rendimiento académico y aprobación de créditos de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia y que las tutorías académicas es una de las mejores estrategias que garantizan un excelente rendimiento académico de un estudiante universitario.

Palabras Clave: Educación Superior; Mercadotecnia; Tutorías académicas; Desarrollo Educativo.

Abstract

At the State University of Bolívar, academic tutorials are considered as a strategy to improve the quality of students, through the educational model. The objective of this research was to carry out an analysis of the students of the Marketing Career who receive academic tutorials in the different

subjects Mathematics, Finance, Statistics with the purpose of proposing suggestions for improvement and implementing strategies.

The research design was non-experimental, cross-sectional, the investigative level is descriptive, with qualitative-quantitative analysis, with a documentary review, the methods used are: Inductive - Deductive and Analytical; The collection of information was carried out through online surveys of first and third cycle students of the Marketing career.

The most significant findings are: the effectiveness of the academic tutorials in the subject of Financial Mathematics in the period November 2021-March 2022 was 95%, in the PAO May-September 2022 it was 91% and finally for the PAO November 2022 - March 2023 the effectiveness reached 79%. The decrease in effectiveness between these three periods is due to the increase in the dropout percentage in each one of the periods, dropout caused mainly by the scarce economic resources of some students who come from other provinces. Regarding the subject of Statistics, academic tutorials are implemented from the academic period November 2022 - March 2023, with an effectiveness of 97%.

Finally, the most relevant conclusions are: that the effectiveness of the teaching methodology applied by the professors directly affects the academic performance and approval of credits of the students of the marketing career and that academic tutoring is one of the best strategies that guarantee excellent academic performance of a university student.

Keywords: Higher education; Marketing; Academic tutorials; Educative development.

Resumo

Na Universidade Estadual de Bolívar, os tutoriais acadêmicos são considerados uma estratégia para melhorar a qualidade dos alunos, por meio do modelo educacional. O objetivo desta pesquisa foi realizar uma análise dos alunos da Carreira de Marketing que recebem tutoria acadêmica nas diferentes disciplinas Matemática, Finanças, Estatística com o objetivo de propor sugestões de melhoria e implementar estratégias.

O delineamento da pesquisa foi não experimental, transversal, o nível investigativo é descritivo, com análise quali-quantitativa, com revisão documental, os métodos utilizados são: Indutivo - Dedutivo e Analítico; A recolha de informação foi realizada através de inquéritos online a alunos do primeiro e terceiro ciclo da carreira de Marketing.

As conclusões mais significativas são: a eficácia dos tutoriais acadêmicos na disciplina de Matemática Financeira no período de novembro de 2021 a março de 2022 foi de 95%, no PAO de maio a setembro de 2022 foi de 91% e finalmente para o PAO de novembro de 2022 a março 2023 a eficácia atingiu 79%. A diminuição da eficácia entre estes três períodos deve-se ao aumento da percentagem de abandono em cada um dos períodos, abandono causado principalmente pelos escassos recursos económicos de alguns alunos que vêm de outras províncias. Relativamente à disciplina de Estatística, as tutorias académicas são implementadas desde o período letivo de novembro de 2022 a março de 2023, com uma eficácia de 97%.

Por fim, as conclusões mais relevantes são: que a eficácia da metodologia de ensino aplicada pelos professores afeta diretamente o desempenho acadêmico e aprovação de créditos dos alunos da carreira de marketing e que a tutoria acadêmica é uma das melhores estratégias que garantem um excelente desempenho acadêmico de um estudante universitário.

Palavras-chave: Educação superior; Marketing; tutoriais acadêmicos; Desenvolvimento educativo.

Introducción

La tutoría académica se puede definir como una acción preventiva de carácter sistemático encaminada a la detección de problemas potenciales de ajuste en el alumno (principalmente de nuevo ingreso) y a la búsqueda conjunta de alternativas de solución. Dicha acción asegura un contacto de guía más amplio y temprano con los alumnos desde su ingreso a la Universidad, principalmente con aquellos identificados como candidatos a abandonar sus estudios posteriormente.

Como características distintivas de este programa se pueden mencionar las siguientes: Servicio profesional, Atención individual al alumno y la formación integral.

Desde el enfoque constructivista y con aprendizaje significativo subyace el conocimiento, por ello la importancia de mejorar la relación docente-estudiante a nivel superior como el aprendizaje cooperativo, por citar el método de CO-OP CO-OP (Kagan, 1985) desde la coevaluación grupal e individual y evaluación del producto.

Cabe mencionar, que se espera disminuir el fracaso escolar, deserción o baja productividad, que cobra de gran importancia a la calidad educativa para el desarrollo cognitivo desde la metodología

de interacción, organización del trabajo y estrategia de socialización y sus valores (Lara Villanueva, 2005). Este esfuerzo es constante para cumplir con las actividades académicas, pues en ocasiones debido a problemas externos, a lo académico, los estudiantes se desmotivan y pierden el interés por cumplir con las actividades asignadas, con la probabilidad de que existan momentos críticos que alteren su desempeño.

Para Rodríguez (2004) el origen de la tutoría universitaria se encuentra en la propia concepción de la universidad, distingue tres grandes modelos de universidad.

El primer modelo lo denomina académico (ligado a la tradición alemana y con presencia en el contexto de Europa continental) en donde las funciones de la universidad se centran en el desarrollo académico de los estudiantes. En este modelo, las actividades tutorales que se centran en coadyuvar en el dominio de los conocimientos sin traspasar el ámbito escolar.

Al segundo modelo lo denomina de desarrollo personal (vinculado a la tradición anglosajona) en donde la universidad presta mayor atención al bienestar y al desarrollo personal de sus alumnos. En este modelo las funciones de los tutores incluyen tanto orientación académica como profesional y personal. Por último, al tercer modelo lo caracteriza como de desarrollo profesional, en el cual las actividades tutorales tienen como objetivo brindar apoyo a los estudiantes para que se capaciten en la profesión y se ajusten a las necesidades del mercado laboral.

Estos modelos, si bien coexisten, permiten referir el valor de las costumbres y tradiciones universitarias insertas en una cultura y contexto particular, las cuales tienden a modular los objetivos y organización de la tutoría. Al confrontar dichas concepciones con la realidad actual, nos damos cuenta de que cualquier cambio implica transformaciones en las estructuras y dinámicas de las universidades, las cuales deben mostrarse abiertas al entorno, a la gestión, transformación e innovación de conocimiento, así como al trabajo en redes, colaborativo y de naturaleza multi y transdisciplinaria, características esenciales de la sociedad del conocimiento. (Cruz Flores, Edith , & Luis Felipe , 2011)

En este sentido la universidad tiene como reto alcanzar la excelencia académica, que implica no solo en instruir, sino formar en educación para explotar el proceso de enseñanza-aprendizaje (Blimling,2000). Como lo menciona Rey C., Balagué, N. y Falomir, V. (2006) las universidades han de saber evolucionar como entidad de investigación y desde la cultura científica y humanística; es decir, una evolución que aborde la evidencia de resultados y logros orientado a los usuarios Balagué, N. y Saarti, J. (2009), Pérez R (2012), menciona que el contar con un sistema de tutoría

universitaria puede ser un instrumento efectivo para la construcción tutelada del aprendizaje de forma autónoma, con recursos disponibles que cumplan las necesidades independientes del estudiante, esta premisa tiene coincidencia en lo expuesto por (Pérez Cusó & Martínez Juárez, 2015).

En los últimos años las Universidades ha incorporado programas de tutorías académicas, como una estrategia para mejorar la calidad de enseñanza, siendo así que la gran mayoría de la Instituciones de Educación Superior, en particular la Universidades públicas han presentado un alto índice de repitencia y deserción lo que representa una enorme pérdida de recursos humanos y económicos, por ello las IES han incorporado la Tutoría Académica como un programa estratégico para contribuir a mejorar las problemáticas identificadas de los estudiantes universitarios en sus estudios. La tutoría académica se concibe como un eje muy importante en la educación de los estudiantes universitarios ya que enfatiza el aprendizaje autodirigido y la formación integral con el propósito de que se alcance una formación basada en aprendizaje significativo y socialmente responsable.

De igual manera en el Reglamento de Tutorías Académicas de la Universidad Estatal de Bolívar, manifiesta que “la tutoría es un proceso de acompañamiento académico a las y los estudiantes, en la dirección y orientación, para superar dificultades y potencializar el proceso enseñanza – aprendizaje, posibilitando una formación óptima y oportuna”

Así también en el reglamento de Evaluación Estudiantil de la Universidad Estatal establece que: El aprendizaje en contacto con el docente también podrá desarrollarse bajo la modalidad de tutoría, excepto en el campo de la salud, que consiste en un mecanismo de personalización de la enseñanza-aprendizaje, ajustando el proceso a las características del estudiante y sus necesidades formativas/educativas; fortaleciendo el desarrollo de las competencias profesionales desde las condiciones institucionales y del estudiante; así como el acompañamiento para la superación de dificultades de seguimiento de la carrera o programa que, eventualmente, pueda encontrar. Cada carrera de la Universidad definirá los mecanismos y condiciones de realización de la tutoría, para asegurar el cumplimiento de sus fines.

Se realizó el respectivo estudio sobre las Tutorías Académicas en la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática de la Carrera de Mercadotecnia para identificar las necesidades de orientación en el ámbito educativo, personal, cultural y social que incidan en el desempeño académico del estudiante y su adaptación al ambiente universitario, así como para

motivarlo a que planifique su proyecto de vida considerando sus destrezas, habilidades, intereses y actitudes, identificando las áreas de conocimiento, asignaturas con alto índice de repitencia y deserción permitiendo implementar programas de Tutorías Académicas con el propósito de fortalecer la formación académica de sus estudiante.

La carrera de Mercadotecnia cuenta con 37 asignaturas, de las cuales tan solo se ha podido asignar tutorías pedagógicas en Matemática financiera y Estadística ya que es la clave para el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes.

Por esa razón, es importante apoyar la formación de los estudiantes y desarrollar competencias académicas, cognitivas, personales, mediante encuentros de tutorías o acompañamiento académico presencial ya sea individual o grupal y dar solución a los problemas de deserción, y repitencia en las asignaturas antes mencionadas.

Metodología

La investigación realizada respecto a las tutorías académicas como estrategia de calidad estudio caso carrera de Mercadotecnia se aplicó el diseño de la investigación no experimental, el tipo de diseño a utilizar en este estudio es transversal, cuyo nivel investigativo tiene un alcance descriptivo. Además, emplea un enfoque cualitativo cuantitativo, debido a que estudia en su mayoría hechos, comportamientos y fenómenos, cuyos resultados se representan en cifras y resultados.

La investigación requirió una revisión documental, así como, trabajo de campo, este último refiriéndose al contexto, ambiente o sitio donde se desarrolla la problemática, permitiendo caracterizar y fundamentar la investigación, con el apoyo de los métodos Inductivo – Deductivo y Analítico, para la recolección de datos se recurrió a fuentes primarias y secundarias.

Los datos primarios fueron obtenidos a partir de la técnica de la encuesta personal que se aplicó durante el mes de marzo del 2023, empleando como instrumento un cuestionario en línea estructurado de 6 preguntas de opción múltiple, mismo que estuvo distribuido en un bloque o dimensiones temáticas: Enseñanza y Aprendizaje.

La carrera de Mercadotecnia cuenta con 37 asignaturas, de las cuales tan solo se ha podido asignar tutorías pedagógicas en Matemática financiera y Estadística ya que es la clave para el desarrollo de las competencias profesionales de los estudiantes, es por ello que la encuesta fue aplicada a 40 estudiantes comprendidos, 17 de primer ciclo y 23 de tercero, en edades entre 18 a 25 años del período académico noviembre 2022 – marzo 2023.

Tabla 1: Población de estudio

CARRERA MERCADOTECNIA	ESTUDIANTES	%
PRIMER CICLO	17	42%
TERCER CICLO	23	58%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuestas periodo noviembre2022 -marzo2023.

Realizado por: Investigadores

Resultados

En los períodos académicos ordinarios 2021-2022; 2022-2022; 2022-2023 se realizó un diagnóstico para identificar las asignaturas con mayor índice de repitencia identificándose a Matemática Financiera y Estadística entre otras, producto de este análisis la carrera de Mercadotecnia de manera inmediata ha venido aplicando en cada periodo académico un programa de tutorías académicas en las asignaturas antes indicadas.

La efectividad de las tutorías académicas en la asignatura de Matemática Financiera en el periodo noviembre 2021- marzo 2022 fue del 95%, en el PAO mayo - septiembre 2022 fue del 91% y finalmente para el PAO noviembre 2022 – marzo 2023 la efectividad alcanzó el 79%. La disminución de la efectividad entre estos tres períodos se debe al incremento del porcentaje de deserción en cada uno de los períodos, deserción causada principalmente por los escasos recursos económicos de algunos estudiantes que vienen de otras provincias.

En cuanto a la asignatura de Estadística las tutorías académicas se implementan a partir del período académico noviembre 2022 – marzo del 2023, con una efectividad del 97%

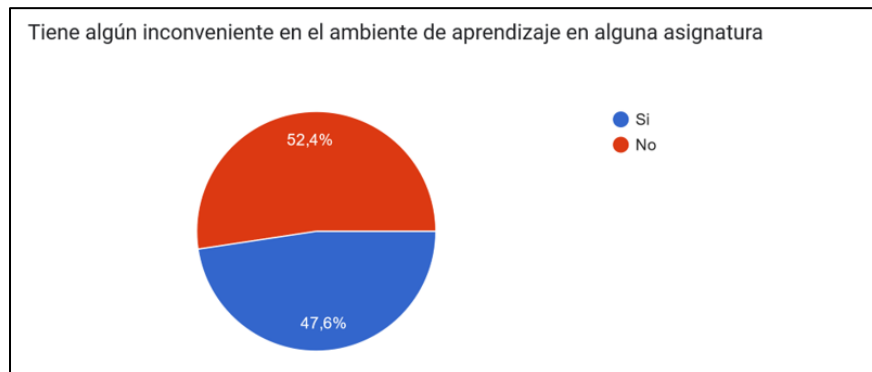
Un instrumento de investigación aplicada fue una encuesta con 6 preguntas a 40 estudiantes que recibieron tutorías académicas en las asignaturas de Matemática financiera y Estadística de primero y tercer ciclo, con el fin de conocer cuáles son los problemas internos y externos que afectan a los estudiantes en su proceso de aprendizaje, tomándose en cuenta las preguntas de mayor relevancia en función del objetivo de esta investigación.

En base a lo descrito anteriormente, se pudo identificar que actualmente del total de encuestados existe un (95.2%) que no cuenta con ninguna discapacidad y tan solo el 4,8% cuenta discapacidad visual dificultándole al alumno el poder visualizar a la pizarra adecuadamente, los estudiantes de primero y tercer ciclo de la carrera de mercadotecnia manifiestan que si cuentan con inconvenientes

en el ambiente de aprendizaje en las siguientes asignaturas Derecho Mercantil, Fundamentos de administración, Lenguajes y comunicación, Macroeconomía, Realidad y diversidad Cultural Nacional. Esto evidencia la efectividad de las tutorías puesto que como se puede observar que ya no constan como materias con alto índice repitencia Matemática Financiera y Estadística.

Los estudiantes de primero y tercer ciclo de la carrera de Mercadotecnia identifican al ambiente de aprendizaje (52,4%) como una de las principales causas que ocasionan un bajo rendimiento académico que incrementa el índice de repitencia.

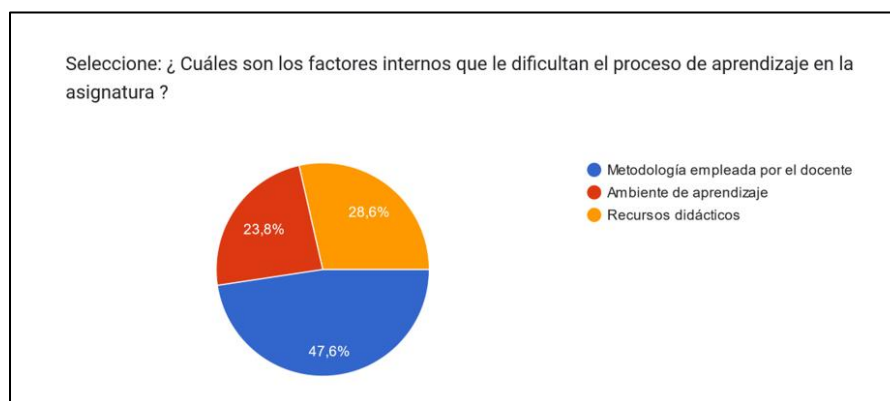
Ilustrador # 1: Ambiente de aprendizaje



Fuente: Encuesta estudiantes de primero y tercer ciclo de la carrera de Mercadotecnia, período noviembre 2022-marzo 2023

Los factores internos que le dificultan a los estudiantes en el proceso de aprendizaje es en la metodología empleada por el docente con el (47,6%), mientras que con el (28,6%) consideran que los docentes no utilizan recursos didácticos para su explicación de clases y el (23, 8%) en el ambiente de aprendizaje.

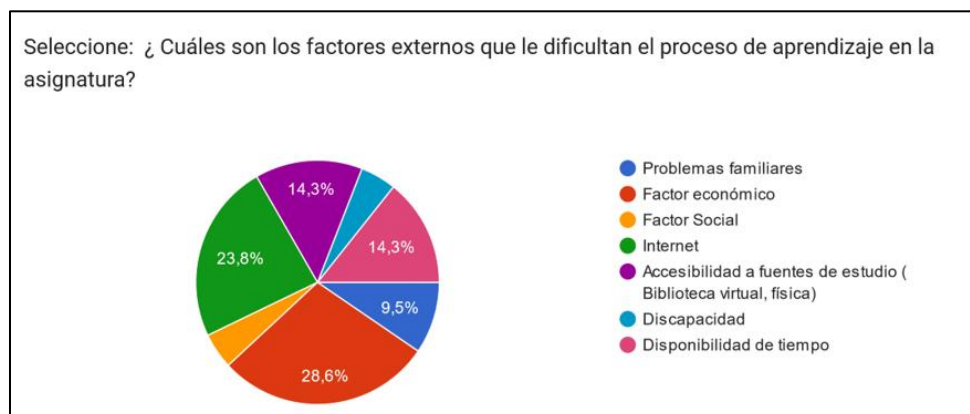
Ilustrador # 2: Factores internos



Fuente: Encuesta estudiantes de primero y tercer ciclo de la carrera de Mercadotecnia, período noviembre 2022-marzo 2023

Entre los factores externos que inciden negativamente en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de primero y tercer ciclo es el factor económico con el (28,6%), que no cuentan con internet fijo el (23,8%) y dificultad de acceso a fuentes de estudio y bibliotecas virtuales el (14,3%) y la disponibilidad de tiempo el (14,3%).

Ilustrador # 3: Factores externos



Fuente: Encuesta estudiantes de primero y tercer ciclo de la carrera de Mercadotecnia, período noviembre 2022-marzo 2023

Discusión

Los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia se encuentran consientes que para que los resultados de aprendizaje en su formación profesional sean efectivos es necesario que el ambiente en el que se desarrolla este proceso de enseñanza y aprendizaje cumplan con estándares de calidad: ambiente que responde a factores internos y externos el proceso académico.

El cumplimiento de los resultados de aprendizaje establecidos en la carrera depende principalmente de factores internos como la metodología de enseñanza empleada por los profesores (47,6%), los recursos didácticos con un (28,6%) y recursos físicos y tecnológicos en un (23,8%).

Se ha determinado que entre los factores externos que afectan negativamente al proceso de aprendizaje se encuentran: el nivel de ingresos económicos de los estudiantes (28,6%), disponibilidad y acceso a internet (23,8%) y la accesibilidad a bibliotecas virtuales (14,3%).

De todos los factores internos y externos, la metodología de enseñanza utilizada por los profesores es el factor que más incide en el aprendizaje y rendimiento de los estudiantes, lo que valida la aplicación de tutorías académicas como estrategia de mejoramiento de la calidad y disminución de índices de tasa de repitencia estudiantil.

La estrategia de mejoramiento de calidad “Tutorías académicas” aplicada a los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia asido efectiva, arrojando como resultado la disminución de la tasa de repitencia estudiantil conforme los datos obtenidos en los periodos académicos ordinarios 2021-2022; 2022-2022; 2022-2023.

Conclusiones

La efectividad de la metodología enseñanza aplicada por los profesores incide directamente en el rendimiento académico y aprobación de créditos de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia. El rendimiento académico de un estudiante universitario es consecuencia no solo de factores internos de la carrera como currículo, metodología de enseñanza, recursos físicos sino también de factores externos como recursos económicos del estudiante accesibilidad a tecnologías de información y comunicación.

Las tutorías académicas siempre serán si no la mejor una de las mejores estrategias que garanticen un excelente rendimiento académico de un estudiante universitario

Referencias

1. Cruz Flores, G., Edith , C., & Luis Felipe , A. (2011). Tutoría en educación superior: una revisión analítica de la literatura. Revista de la educación superior.
2. Ministerio de Industrias y Productividad, MIPRO. (24 de junio de 2014). Estatuto de la Asociacion de producción, industrialización y Comercialización de Productos Agropecuarios Nuevos Horizontes. Guayaquil.
3. Ballesteros r & carrion s. (s.f.). Turismo comunitario en ecuador desarrollo y sostenibilidad social. Quito - ecuador: 1.
4. Constitucion de la republica del ecuador. (13 de julio de 2008). Obtenido de constitucion de la republica del ecuador: http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.PDF
5. García uceda, m. (2011). Las claves de la publicidad. España: 7.
6. García uceda, mariola. (2011). Las claves de la publicdad. Madrid: 7ªedición.
7. Gomez, i. (enero de 2014). Gadsalinas. Obtenido de gadsalinas: <http://gadsalinas.gob.ec/web/index.php/la-parroquia/historia>
8. Goyes Jorge, N. R. (2014). Estudio pertinencia social y factibilidad de carreras. Guaranda.
9. Gurria di- bella, m. (2011). Introduccion al turismo. Mexico.

10. Gurria, j. (2011). Introduccion al turismo.
11. Kagan, s. (1985). Coperative learning. San clemente (ca):. 15 a edición:1999.
Www.kaganonline.co.
12. Kotler, p., & armstrong, g. (2012). Marketing. Mexico: 14.
13. Lara santamaría, m. (diciembre de 2014). Modelo de marketing estratégico enfocado en fortalecer el posicionamiento de la marca el salinerito en el distrito metropolitano de quito. Quito.
14. Lara villanueva, r. (2005). El aprendizaje cooperativo: un modelo de intervención para los programas de tutoría escolar en el nivel superior. Revista de la educación superior, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60411915008>.
15. Ley de turismo del ecuador. (29 de diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/ley-de-turismo-2014.pdf>
16. Malagón plata , l. (2003). La pertienencia en la eduación superior. Elemntos para su compresión. Revista de la eduación superior, 122-127.
17. Manuel , j. M. (2007). Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para ecuador “plandetur 2020. Quito.
18. Martínez, á. (2013). Desarrollo y definicion de un modelo de gestion. Innovación, 42.
19. Muñiz, l. (2013). Cómo implantar y evaluar un sistema de control de gestión. Profit.
20. Pérez cusó, j., & martínez juáre, m. (2015). Tutoria universitaria y servicios de orientacion: dos realidades en un mismo contexto. Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado, 18() 177-193. . Red de revistas científicas de acceso abierto diamante, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=217036214013>.
21. Plan de desarrollo provincial. (2012). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia bolívar. Guaranda.
22. Salinas, a. D. (mayo de 2015). Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia rural salinas. Bolívar, ecuador.
23. Wilcox, d. L., cameron, g. T., & xifra, j. (2012). Relaciones públicas. Madrid: 10.

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

[\(https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).