



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas**

**Tema: “El marketing digital y el desempeño académico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato”.**

**Autor: Sergio David Vargas Guevara**

**Tutor: Ing. Edwin Javier Santamaria Freire, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Febrero 2024**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor de trabajo de integración curricular “**El marketing digital y el desempeño académico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato**” presentado por el señor **Sergio David Vargas Guevara** para optar el título de Licenciado de Administración de Empresas **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revidado y considero que corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficiente para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que designe.

Ambato, 1 de febrero del 2024



**Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg.**

**C.I. 1802931426**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Sergio David Vargas Guevara**, declaro que el contenido y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas



**Sergio David Vargas Guevara**

**C.I. 1850953926**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



**Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.**

**C.I.1803538048**



**Ing. Héctor Enrique Hernández Altamirano, PhD.**


**C.I.1803448271**

Ambato, 1 de febrero del 2024

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



**Sergio David Vargas Guevara**

**C.I.1850953926**

## **DEDICATORIA**

A Dios, quien me ha bendecido en gran manera para la culminación de esta etapa de mi vida y sé que me guiará para llegar más lejos. El presente trabajo se lo dedico a mis padres que siempre me brindan su amor, confianza, enseñándome a superar cada reto de la vida. A mis hermanos, de quienes he recibido la fortaleza, los ánimos y mejores deseos de superación que han formado un pilar fundamental en mi vida

Sergio David Vargas Guevara

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Administrativas dentro de la carrera de Administración de Empresas por la formación brindada de forma profesional y humana durante todos estos años de estudio.

A mi tutor el Ingeniero Edwin Santamaría quien fue el apoyo y guía en este proceso de desarrollo del proyecto de investigación con la enseñanza necesaria y la disposición de su tiempo.

Agradezco al proyecto de la Facultad de Ciencias Administrativas Indicadores de la contaminación visual 2.0 y el desarrollo académico de los estudiantes de educación superior y a las personas que conforman el mismo por el apoyo e instrucción en el presente trabajo investigativo.

A todos los profesores que formaron parte de mi instrucción a lo largo de mi carrera profesional, a mis compañeros de clase por compartir con su apoyo hasta el final.

Sergio David Vargas Guevara

## ÍNDICE GENERAL

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
<b>1.- CAPÍTULO. - MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>1</b>
1.1. Antecedentes Investigativos .....	1
1.2. Objetivos .....	2
1.2.1. Objetivo General .....	2
1.2.2. Objetivos Específicos.....	2
1.3. Problema de Investigación .....	3
1.4. Justificación.....	4
1.5. Marco Teórico .....	5
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA</b> .....	<b>21</b>
2.1 Paradigma de la Investigación.....	21
2.2 Enfoque de la Investigación .....	21
2.3 Alcance o Tipo .....	23
2.4 Modalidades de Investigación .....	24
2.5 Población y Muestra .....	25
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>32</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>32</b>
3.1 Análisis y Discusión de los resultados .....	32
3.2 Verificación de Hipótesis .....	56
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>63</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>63</b>



<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>66</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>73</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Prueba de KMO y Bartlett .....	29
<b>Tabla 2</b> Estadísticas de Fiabilidad .....	30
<b>Tabla 3</b> Género .....	32
<b>Tabla 4</b> Registro de las redes sociales .....	35
<b>Tabla 5</b> Suficiente Información digital para la formación académica .....	37
<b>Tabla 6</b> El Internet es una de las Herramientas del Marketing Digital .....	38
<b>Tabla 7</b> Las redes sociales afectan el aprendizaje del estudiante .....	40
<b>Tabla 8</b> Las Tics como herramientas del marketing digital favorecen al aprendizaje académico.....	42
<b>Tabla 9</b> Las redes sociales son útiles para comunicarse.....	43
<b>Tabla 10</b> Cuando no asiste a clases consulta tareas expuestas por alguna red social. .....	45
<b>Tabla 11</b> Poseer medios tecnológicos para el aprendizaje. ....	46
<b>Tabla 12</b> Las calificaciones reflejan el esfuerzo de los estudios.....	48
<b>Tabla 13</b> El criterio de evaluación de la Facultad de Ciencias Administrativas es útil para el aprendizaje estudiantil. ....	50
<b>Tabla 14</b> El vínculo familiar influye en el aprendizaje de los estudiantes. ....	51
<b>Tabla 15</b> Es necesario capacitarse sobre las ultimas actualización de la tecnología para su desempeño académico. ....	53
<b>Tabla 16</b> Las instalaciones tecnológicas son las adecuadas para el desarrollo académico.....	54
<b>Tabla 17</b> Prueba de Normalidad.....	56
<b>Tabla 18</b> Correlación de Spearman .....	60
<b>Tabla 19</b> Escala de medición de Spearman.....	61

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Elementos de la Investigación Cuantitativa .....	22
<b>Gráfico 2</b> Género .....	33
<b>Gráfico 3</b> Edad .....	34
<b>Gráfico 4</b> Registro de las redes sociales.....	36
<b>Gráfico 5</b> Suficiente Información digital para la formación académica .....	37
<b>Gráfico 6</b> El internet es una de las Herramientas del Marketing Digital. ....	39
<b>Gráfico 7</b> Las redes sociales afectan al aprendizaje del estudiante.....	41
<b>Gráfico 8</b> Las Tics como herramientas del marketing digital favorecen al aprendizaje académico.....	42
<b>Gráfico 9</b> Las redes sociales son útiles para comunicarse. ....	44
<b>Gráfico 10</b> Cuando no asiste a clases consulta tareas expuestas por alguna red social. ....	45
<b>Gráfico 11</b> Poseer medios tecnológicos para el aprendizaje. ....	47
<b>Gráfico 12</b> Las calificaciones reflejan el esfuerzo de los estudios.....	49
<b>Gráfico 13</b> El criterio de evaluación de la Facultad de Ciencias Administrativas es útil para el aprendizaje estudiantil.....	50
<b>Gráfico 14</b> El vínculo familiar influye en el aprendizaje de los estudiantes.....	52
<b>Gráfico 15</b> Es necesario capacitarse sobre las ultimas actualización de la tecnología para su desempeño académico. ....	53
<b>Gráfico 16</b> Las instalaciones tecnológicas son las adecuadas para el desarrollo académico.....	55

## RESUMEN EJECUTIVO

El marketing digital se presenta como uno de los factores primordiales utilizados en las instituciones de educación superior. Ha influido significativamente en los jóvenes estudiantes, quienes han optado por herramientas tecnológicas para sus estudios. Sin embargo, este fenómeno ha provocado desinterés, enfermedades visuales, estrés y, específicamente, un bajo rendimiento académico.

El objetivo principal de esta investigación es identificar la incidencia del marketing digital en el desempeño académico en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato. Se empleó una metodología no experimental con un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y correlacional. La técnica utilizada fue la encuesta, y el instrumento para recopilar las respuestas se refleja en el cuestionario.

En base a la investigación realizada en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato sobre el tema de las redes sociales y su influencia en el desempeño académico, se identificaron diversas dimensiones que ayudaron a estructurar el cuestionario implementado en la Facultad de Ciencias Administrativas. De este modo, se logra identificar, a través del marketing digital, las diferentes herramientas digitales que componen dicho fenómeno. Estas herramientas ayudan al estudiante a obtener un rendimiento satisfactorio y efectivo.

Una vez revisados los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado y los cálculos respectivos a través del software SPSS, la prueba de hipótesis determinó que existe una fuerte correlación entre la variable independiente (Marketing Digital) y la variable dependiente (Desempeño Académico). Los resultados muestran que existe una correlación positiva moderada, donde se refleja puntuaciones altas en base a las dimensiones utilizadas para cada variable. En consecuencia, se concluye que el marketing digital influye en el desempeño académico.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, MARKETING DIGITAL, DESEMPEÑO ACADÉMICO, REDES SOCIALES.

## ABSTRACT

Digital marketing is one of the most crucial factors in higher education institutions, significantly influencing young students who opt for technological tools in their studies. However, this trend has led to disinterest, visual impairments, stress, and notably, poor academic performance.

The primary objective of this research project is to identify the impact of digital marketing on academic performance in the Faculty of Administrative Sciences at the “Universidad Técnica de Ambato”. A non-experimental methodology with a quantitative, descriptive, and correlational approach was employed by utilizing surveys as the main investigation technique, and the questionnaire as the instrument for collecting data.

Building on the research conducted in the Faculty of Jurisprudence and Social Sciences at the “Universidad Técnica de Ambato” the influence of social media on academic performance, various dimensions were identified to structure the questionnaire implemented in the Faculty of Administrative Sciences. Through digital marketing, different digital tools composing this phenomenon were identified, aiding students in achieving satisfactory and effective performance.

After reviewing the results gotten from the applied questionnaire and appropriate calculations using SPSS software, the hypothesis test determined a strong correlation between the independent variable (Digital Marketing) and the dependent variable (Academic Performance). The results show a moderately positive correlation, reflecting high scores based on the dimensions used for each variable. Consequently, it is concluded that digital marketing actually influences academic performance.

**KEY WORDS:** INVESTIGATION, DIGITAL MARKETING, ACADEMIC PERFORMANCE, SOCIAL NETWORK.

# 1.- CAPÍTULO. - MARCO TEÓRICO

## 1.1. Antecedentes Investigativos

El siguiente trabajo investigativo fue realizado en la Universidad Central de Finanzas y Economía (Centro de China para la Investigación de la Economía de Internet), con el tema el compromiso escolar como mediador en las relaciones sociales y el rendimiento académico de los estudiantes, este tema fue basado bajo el comportamiento del marketing digital de la encuesta en *CiteSpace*, a partir de los resultados de la red de la literatura citada, este estudio determina que el desempeño escolar o académico es un mediador importante entre las relaciones sociales y las personas.

Según Qiu y Sun (2021) exponen que los dirigentes académicos comienzan a realizar investigaciones empíricas micro, estas detallan el impacto de las redes sociales en el rendimiento académico. Por lo tanto ésta investigación aportó con conocimientos teóricos acerca del desempeño académico y el uso de las plataformas digitales en la actualidad.

Así mismo, los factores sociales y las redes de amigos pueden influir en el comportamiento de un adolescente. El objetivo es analizar la relación entre el rendimiento académico y las redes sociales de los adolescentes en la ciudad Caribeña de Colombia. Uno de los métodos utilizados para esta investigación fue hacer un estudio transversal con 806 jóvenes de 12 a 17 años de ambos sexos en forma porcentual, es decir que el 52,7% fueron niñas en base a un muestreo polietápico de las escuelas de la zona rural y urbana de la ciudad de Monería Colombia. Para conocer el desempeño académico de dichos estudiantes se mostraron los registros escolares de cada uno de ellos, guardados en la institución, así pues se mostró que el entorno en donde desarrollan sus actividades académicas influye en su desempeño estudiantil (López et al, 2023).

Como antecedentes Nacionales se presenta información realizada en la Universidad Técnica de Machala. Según Guamán et al (2018), mencionan que las redes sociales

cada día son muy importantes dentro de los procesos educativos, el marketing digital es una rama global que promociona diferentes entornos virtuales de aprendizaje que influyen en el desempeño académico. Además, esta investigación presenta un estudio descriptivo de revisión bibliográfica, en donde se expuso que las plataformas digitales por su interactividad y segmentación son valiosos recursos para el proceso de enseñanza. Sin embargo, el mal uso de estas plataformas ha provocado que los estudiantes sufran serios problemas de salud mental y visual.

A nivel local, destaca el trabajo investigativo desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato por la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales con el tema: Uso de las redes sociales y su impacto en el rendimiento académico de los estudiantes de la carrera de comunicación social. Según Miniguano (2017), al utilizar las redes sociales y las plataformas digitales han provocado diferentes distracciones estudiantiles y un bajo rendimiento académico. Adicionalmente, en esta investigación se analizó información real de los estudiantes de comunicación social matriculados en el período académico octubre 2016, marzo 2017. Este análisis impulsó el desarrollo de spots radiofónicos que motivan a los estudiantes con el objetivo de alcanzar una mayor concentración en sus estudios.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo General**

Estudiar la incidencia del marketing digital en el desempeño académico en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar el uso del marketing digital durante el proceso de medición del desempeño académico.
- Analizar el desempeño académico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

- Relacionar el marketing digital y el desempeño académico en Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

### **1.3. Problema de Investigación**

En la última década la tecnología se ha acercado tanto a la humanidad, de tal forma que la mayoría de los seres humanos poseen un dispositivo móvil o tecnológico para conectarse a las redes sociales o internet. No obstante, el marketing digital que aparece en estos entornos ha influenciado en el comportamiento de las personas, especialmente en los estudiantes a tal punto que el desempeño académico ha disminuido notablemente.

Según Armaza (2023), presenta un análisis del impacto de las redes sociales en los estudiantes, donde resalta la gravedad del mal uso de los dispositivos móviles como: computadores, celulares, y tablets. En este sentido, la mala utilización de estos dispositivos influye en la conducta de los estudiantes y en sus procesos cognitivos al enfrentarse a problemas académicos o personales.

Para Guamán (2018), el uso excesivo de la red social facebook, causa en los estudiantes desconcentración, desinterés por los estudios e inasistencias a clases. Asimismo, el rendimiento académico ha disminuido y por consecuencia ha provocado un deficiente nivel en sus calificaciones.

El marketing digital ha surgido como una poderosa herramienta para el desempeño académico en el mundo moderno. Una de sus características más importantes es el despliegue de estrategias y tácticas de aprendizaje virtual, donde los estudiantes pueden auto educarse de manera efectiva y eficiente. Es así, como los estudiantes pueden hacer uso de herramientas digitales que les permite elevar su nivel de conocimientos y alcanzar una visión más clara del aprendizaje.

El marketing digital ha influido mucho en los estudiantes de pregrado y postgrado ya que los maestros utilizan estrategias digitales por medio de sus plataformas o páginas web. Es así, donde se consolida un espacio para difundir sus recursos multimedia o



impartir sus clases en línea, por otra parte, también existe el riesgo del plagio de documentos o la utilización de inteligencia artificial para la resolución de tareas que suelen ser presentadas por los estudiantes.

Expertos en el área de pedagogía manifiestan que las redes sociales dentro del aula fomentan el diálogo y participación entre estudiantes, adicionalmente, estas redes figuran como un nuevo entorno de enseñanza-aprendizaje. Por otro lado, gran parte de las instituciones educativas no disponen de medios tecnológicos dentro de las aulas (Amaya y Forero, 2020).

Las redes sociales bien utilizadas son un aliado de los docentes para facilitar el proceso de enseñanza – aprendizaje, pero su mal empleo constituye uno de los problemas que actualmente se presenta con mayor énfasis entre adolescentes. Asimismo, se suma la inmadurez de esta población al tomar decisiones que atentan a su integridad moral y su salud física.

En la presente investigación se abordará la influencia del marketing digital en el desempeño académico, dónde se resalten las principales causas y consecuencias del déficit académico aplicado a un grupo de estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas.

#### **1.4. Justificación.**

En la actualidad, el marketing digital es una innovación que está afectando la conducta humana. Por ejemplo, el uso de recursos digitales como el internet influye directamente en las jornadas de clases, donde el nivel de concentración ha disminuido y el nivel de conocimientos no se ha impartido eficientemente.

Las distracciones y falta de atención son aspectos que provoca un bajo desempeño académico. Sin embargo, se espera que el marketing digital genere innovadoras estrategias para la captación de conocimientos y eleve el interés de aprendizaje de los estudiantes en entornos virtuales. De esta manera, se espera que la conectividad entre estudiantes y plataformas virtuales sea cada vez mayor gracias al uso del internet.

Una de las motivaciones para la realización de este trabajo ha sido la virtualidad, que a raíz de la problemática mundial de salud por Covid 19 ha crecido y muchos de los docentes y estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas optaron por este sistema. Es así que, el interés por investigar el marketing digital y el rendimiento académico ha crecido ya que los recursos digitales como el internet y plataformas virtuales han facilitado la formación y la impartición del conocimiento.

Asimismo, el tiempo de utilización de estos recursos y las técnicas de marketing digital consolidarán importantes soluciones para que los estudiantes mejoren su capacidad de concentración. De esta manera se busca optimizar los recursos y herramientas digitales para que el estudiante alcance un mejor desempeño académico.

La presente investigación dispone de los recursos humanos suficientes, donde una muestra de estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas será parte fundamental para recopilación de información y desarrollo de un análisis estadístico que determinará las relaciones entre el marketing digital y el desempeño académico.

## **1.5. Marco Teórico**

### **Marketing Digital**

Cuando hablamos de marketing digital se interpreta como un conjunto de estrategias y técnicas que se utilizan para promocionar productos, servicios o ideas a través de medios digitales, como pueden ser el internet y dispositivos móviles, es así como, en la actualidad, el marketing digital se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas, instituciones educativas, etc., teniendo un impacto significativo en los adolescentes para su vida diaria y estudiantil.

Según Cifuentes y Suárez (2019) el marketing digital engloba todas las herramientas y estrategias que utilizan las instituciones educativas para captar la atención de las personas a nivel mundial y así poder convertirles en clientes (alumnos), es así que esto ha permitido consolidar ideas, conocimientos y educación a nivel nacional e internacional.

Según López y Esteves (2022) expresan que el marketing digital o las herramientas digitales son plataformas fundamentales para demostrar a través de los mismos el liderazgo de una empresa u organización, se considera importante tener una viva interacción con los consumidores para conocer sus diversas necesidades.

Al implementar técnicas y estrategias del marketing digital efectivas, las instituciones de educación superior pueden mejorar la reputación de la educación y aprendizaje en los estudiantes, pueden utilizar las herramientas digitales que poseen a su alcance para tener un aprendizaje rápido y dinámico (Hernández , 2023).

Las instituciones de educación superior, hoy en día acogen diferentes estrategias para llamar la atención de sus ofertas académicas como estrategias de enseñanza – aprendizaje, planes de financiamiento, formación académica, modalidades de estudio, becas,etc. Es así que estas resaltan por medio de las herramientas digitales, plataformas virtuales, recursos tecnológicos, que hoy en día es utilizado por todo el mundo , por lo que los jóvenes estudiantes se ven atraídos por una educación de comodidad que el mundo ofrece, esto ha provocado una autoeducación virtual y por ende una distracción educativa, por consecuencia ha provocado un desempeño educativo bajo. Cabe recalcar que es muy importante tener un buen uso de estas plataformas virtuales para que existan un contacto docente – estudiante para su formación académica.

## **Internet**

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2023) actualmente, la cantidad de usuarios de internet en el mundo asciende a los 4,950 millones de personas, es decir, 62,5% de la población total o 7.910 millones de habitantes, de los cuales 3.196 millones emplean las redes sociales de manera regular en el ámbito mundial (Peña y Ávila, 2022).

En lo que se refiere al uso del internet en los estudiantes se puede utilizar el servicio en foros, blogs o plataformas digitales, con el fin de compartir conocimientos, se busca información muy específica de cierto tema que ayudan al estudiante conocer y aprender de una forma más abierta sobre un tema no claro. Su uso eficaz depende de

las habilidades que tiene el alumno y profesor para así llegar con el aprendizaje y enseñanza necesaria para los estudiantes (Saavedra y Miriam, 2019).

La mayor parte de la población en el mundo utiliza el internet para diferentes actividades de su vida diaria, es así, como las personas acceden a este tipo de red para satisfacer sus necesidades, por lo que en esta plataforma se encuentra lo que el ser humano requiere o necesita para su vida.

Una de las herramientas del internet para el aprendizaje del estudiante es el aula virtual que ayuda a tener un entorno de enseñanza – aprendizaje basado en un sistema de comunicación mediada por un ordenador. Se toma en cuenta que la conectividad es una factor importante para que la información sea impartida en el mundo (Aguirre et al 2020).

Es importante abordar desafíos con el uso del internet en la educación, como la necesidad de habilidades digitales, la gestión de la información y la seguridad en línea, es crucial garantizar un acceso equitativo a la tecnología para así evitar una brecha digital.

### **Redes Sociales**

Ecuador es uno de los países en vías de desarrollo donde el Internet y las redes sociales han crecido significativamente. El uso de las redes sociales se ha triplicado en los últimos años, y más de 10,17 millones de ecuatorianos las utilizan, corresponde a un 57,3% de usuarios o población con acceso al servicio. Mientras que la cantidad de usuarios de las redes sociales asciende al 72,7% de la población, referente a las personas que utilizan el internet y redes sociales como herramienta de aprendizaje académico tiene una tasa del 7,7% de la población en el Ecuador (INEC, 2023).

Las redes sociales son plataformas en línea diseñadas para facilitar la interacción, la comunicación y el intercambio de información entre usuarios. Estas plataformas permiten a las personas conectarse, compartir contenido, participar en conversaciones y construir comunidades en línea, algunas de las redes sociales más populares son:

Facebook, Instagram, Twitter, linkendin y tiktok. El impacto de las redes sociales en la sociedad, la cultura y la comunicación ha sido significativo en las últimas décadas (Matassi y Boczkowski, 2020).

Los educadores pueden utilizar las redes sociales para compartir recursos educativos, enlaces a artículos relevantes, videos y materiales de aprendizaje. Esto amplía el acceso a información más allá del entorno tradicional de clases (Piñero et al, 2021).

Estas plataformas forman una conectividad eficaz entre personas, empresas que buscan un solo fin, promocionar sus productos. Estas plataformas y herramientas ayudan a interactuar, buscar información para compartirlas entre personas en el mundo. Cada persona opta un perfil para poder identificarse con el mercado objetivo de la misma.

El marketing digital por medio de sus plataformas digitales ha transformado a la educación en un acceso libre a la información mundial de varios temas en sí, la disponibilidad de los recursos en línea, tutoriales, cursos en línea, redes sociales y plataformas de aprendizaje, ha expandido las oportunidades de aprendizaje para los estudiantes. Esto ha permitido un acceso más amplio a la información y ha creado un entorno educativo más interactivo y colaborativo.

El marketing digital engloba varias ramas de plataformas digitales que ayudan al estudiante o a la persona explorar información de una manera más abierta siendo uno de los mayores distractores para los adolescentes académicos, el mal uso de estas ha provocado que las personas especialmente los estudiantes tengan un bajo desempeño tanto académico como en su vida diaria. En el mundo existen varias estrategias de enseñanza, aprendizaje y comunicación que el estudiante puede adquirir para su autoeducación, esto puede ser el motor de varias instituciones educativas que ha facilitado tanto el trabajo del docente, ahorro e inversión de útiles escolares e incluso una manera más rápido de aprender.

## **Tics**

Las Tics permiten a los estudiantes y profesores acceder fácilmente a una gran cantidad de información en línea, esto amplía las fuentes de conocimiento y facilita la investigación. Las aplicaciones, simulaciones y plataformas interactivas en línea pueden hacer que el aprendizaje sea más participativo y atractivo. Los recursos de multimedia pueden ayudar a explicar conceptos de manera visual y dinámica (Granda et al, 2019).

Según Araiza et al (2023) las aplicaciones en los dispositivos móviles resultan ser herramientas de estudio que proveen diversas funcionalidades para las actividades de aprendizaje, la tecnología móvil se ha convertido en algo crucial para las instituciones de enseñanza de educación superior de todo el mundo. La tecnología móvil favorece a los estudiantes a aumentar su conciencia tecnológica, entablar conversaciones, unión en las redes sociales, encontrar respuestas a las preguntas despertadas en sus trabajos.

Las Tics ofrecen diversas herramientas para evaluar el desempeño de los estudiantes de manera eficiente, como cuestionarios en línea, evaluaciones interactivas y sistemas de retroalimentación automática (Zambrano y Quiroz, 2019).

Debido a que el marketing digital es un campo en constante evolución, los estudiantes que deseen sobresalir en este ámbito deben ser capaces de adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos y las tendencias del mercado.

Estas herramientas ayudan al joven estudiante a tener un acceso más rápido y fácil a la información mundial para complementar sus estudios, o contenidos educativos para una mejora en sus calificaciones y un interés por investigar, indagar sobre contenidos que despierten su interés, mediante las diferentes plataformas que ofrece el mundo.

### **Comunicación Digital**

Según Zuccherino (2021) la comunicación digital en la educación se refiere al uso de herramientas y tecnologías de comunicación en línea para facilitar la interacción y el intercambio de información entre estudiantes, profesores, padres y otras partes interesadas en el ámbito educativo.

Según Castillo (2020) se refiere la transferencia de información, mensajes o datos a través de medios electrónicos y digitales. Esta comunicación utiliza medios como el internet, correo electrónico, redes sociales, mensajes de texto, sitios web, etc. La comunicación digital ha transformado la forma en que las personas, las empresas y las organizaciones se conectan, colaboran y comparten información en la era moderna, es esencial comprender y adaptarse a las dinámicas de la comunicación digital para aprovechar sus beneficios tecnológicos.

Según Hernández et al (2019) la comunicación digital en la educación ha ganado importancia, especialmente en entornos de aprendizaje a distancia o híbridos. Sin embargo, es esencial gestionar adecuadamente estas herramientas, para gestionar una mayor privacidad y seguridad de los datos.

El auge de las tecnologías no solo ha impactado en la conducta humana, propiciando nuevos hábitos, estilos de vida y formas de comunicarse, es así como la digitalización ha permitido al sector superior obtener un mayor alcance y una mayor productividad, calidad, eficiencia de costo y accesibilidad a la información.

### **Marketing Educativo**

Según Gómez (2021) el marketing educativo se refiere a las estrategias y prácticas utilizadas por las instituciones para promover y atraer a los estudiantes, así como para fortalecer su imagen y reputación. El marketing educativo busca crear una conexión positiva y duradera entre las instituciones educativas y su audiencia, destacando los beneficios únicos que ofrecen y construyendo relaciones sólidas con la humanidad educativa.

Según Gordillo et al (2020) las instituciones de educación superior están inmersas a un cambio que pueda ser demasiado rápido para los tiempos de hoy en día en dichas instituciones. Sin embargo, es necesario que las personas a cargo asuman la real utilidad de nuevas herramientas como el marketing, ayudan a mejorar la gestión institucional para un cambio significativo en el proceso de enseñanza – educación.

Desde el punto de vista institucional se debe reconocer:

- El marketing educativo es complementario en una gestión administrativa eficiente.
- Existe limitaciones en el uso del marketing por parte de las instituciones educativas y su aplicación.

Hoy en día es necesario implementar una estrategia digital para tener la captación de los estudiantes dentro del proceso educativo y así poder generar estrategias cognitivas entre personas para futuros intercambios de información y comunicación.

Esto fomenta la mentalidad de aprendizaje continuo, que es esencial tanto en el mundo académico como en la carrera profesional, el uso excesivo de las redes sociales, plataformas virtuales ha creado una ventaja y desventaja para los estudiantes y jóvenes del mundo, actualmente la educación ha optado por manejarse más tecnológicamente que personal, por lo que la mayor parte de los estudiantes han demostrado un desinterés en su desempeño académico reflejado en sus actitudes y calificaciones, esto ha provocado diferentes enfermedades que han afectado al individuo como el estrés, salud mental, fatiga o ansiedad, es así como la presente investigación se evaluará la percepción de los estudiantes frente al uso excesivo de las redes y plataformas virtuales en sus tareas y deberes escolares.

### **Enfermedad Visual**

Según Cruz (2022) el uso excesivo de pantallas, ya sea el teléfono móvil, ordenadores, provoca que los parpadeos disminuyan por minuto, esto da lugar a la sequedad ocular, que conlleva ciertas lesiones, incluso en la glumoca, esto puede darse de forma muy prolongada. La recomendación es realizar pausas activas para relajar los ojos de la exhibición a estos elementos.

Es importante tomar medidas para reducir la fatiga visual y minimizar el impacto negativo del uso excesivo de tecnologías en la salud ocular. Esto puede incluir



descansos visuales regulares, ajustar la iluminación de las pantallas, parpadear conscientemente y seguir prácticas de higiene visual.

En el 2020 se encontró que el 30 % de los niños y adolescentes tuvieron miopía como consecuencia del uso excesivo de las nuevas tecnologías, lo cual recomiendan tener un descanso constante de trabajo de computadoras y utilizar smartphones como herramienta sustituible para los ojos (Jaimes et al, 2020).

Dentro del campo académico es fundamental adoptar estrategias efectivas de estudio, estas incluyen establecer metas claras, crear un ambiente propicio y el autoconocimiento por parte de los estudiantes, para la alcanzar el éxito académico es necesario contar con la motivación adecuada, habilidades de organización y el apoyo incondicional.

El marketing digital también se utiliza para el seguimiento y la evolución del desempeño académico. Los sistemas de gestión del aprendizaje y las herramientas analíticas permiten a las instituciones educativas recopilar datos sobre el progreso de los estudiantes y adaptar las estrategias de enseñanza para mejorar los resultados en sus calificaciones.

### **Desempeño Académico**

El desempeño académico compone una de las principales variables en educación y dada su importancia ha sido objeto de numerosas investigaciones desde diversos enfoques teóricos y metodológicos. Su concepto involucra tanto variables que se asocian al propio estudiante como a otras relacionadas con el entorno. Así, dentro de los factores causales se encuentran elementos que pueden ser atribuibles tanto a estudiantes como docentes, entre ellos inciden los de orden motivacional, los relacionados con el coeficiente intelectual y de los procesos cognitivos, así como los métodos y hábitos de estudio y las capacidades pedagógicas del profesor (Martínez et al, 2020).

Según Chávez (2019) el desempeño académico es un indicador del nivel de aprendizaje alcanzado por el mismo, por esto el sistema educativo brinda tanta importancia a dicho indicador. En tal sentido el rendimiento académico se convierte en una tabla imaginaria de medida para el aprendizaje logrado en el aula, esto constituye la meta central de la educación.

El desempeño académico esta constituido por los diferentes indicadores los cuales se destacan los siguientes: tasa de éxito, tasa de repotencia y tasa de deserción, los cuales estos indican la función que cumple la institución. Por tal razón el rendimiento escolar es el resultante del complejo mundo que nos envuelve, algunas cualidades de las cuales menciona son: aptitudes, personalidad, interés, su medio socio-familiar, realidad académica, relaciones con el profesor y compañeros, métodos docentes y por tanto el análisis de cada una de ellas.

Según Chávez (2019) la nueva pedagogía propone la aplicación de estrategias metodológicas para utilizarlas como los recursos y medios utilizados por el docente para cumplir con el objetivo propuesto al momento de impartir el contenido de su clase y por ende se puede decir que esto influye directamente en el rendimiento académico en los estudiantes, ésta estrategia consiste en la habilidad de dirigir, conducir un asunto, y en este caso conducir el aprendizaje.

### **Tipos de rendimiento académico**

- Rendimiento Efectivo

Según Suárez et al (2020) se refieren a la capacidad de lograr resultados o ejecutar tareas de manera eficaz y eficiente. Un rendimiento efectivo implica alcanzar objetivos establecidos de manera exitosa. Esto puede aplicarse a nivel individual, organizacional o en cualquier contexto específico.

La educación de calidad fomenta la creatividad y el conocimiento, es así que apropicia el desarrollo de competencias y habilidades para que el estudiante pueda tomar decisiones adecuadas para su vida personal (Esparza et al, 2020).

Se interpreta como el resultado que el estudiante obtiene durante el periodo académico donde se ve reflejado en las calificaciones parciales en cada ciclo escolar, se puede identificar el grado de estudio que posee el estudiante.

- Rendimiento Satisfactorio

Según Corredor y Moreno (2020) manifiestan que es un nivel de desempeño que cumple o supera las expectativas o estándares establecidos para una tarea, función o actividad en particular. Es un término que se utiliza comúnmente en diversos contextos, como la educación, el trabajo y otros ámbitos donde se evalúa el desempeño de los individuos.

Según Vargas (2020) los hábitos de estudio son parte de la realidad de la educación superior, donde se adquieren y refuerzan, y si son inadecuados, se deben implementar políticas de acciones correctivas apropiadas para ayudar a los estudiantes a lograr un dominio general de las técnicas. según la naturaleza de sus potencialidades y lograr la optimización de sus actividades educativas y de aprendizaje. Uno de los objetivos de la educación peruana es desarrollar el buen carácter en los estudiantes mediante el desarrollo de correctos hábitos físicos, mentales y morales, es por ello que los docentes deben priorizar estos hábitos familiares.

En si, se trata de un logro que ha obtenido el alumno en función de sus habilidades, capacidades, inteligencia, esfuerzo para cumplir un objetivo. Esto viene dado por cumplir con actitudes buenas que demuestren el interés por seguir logrando con los objetivos.

### **Dimensiones que inciden en el rendimiento académico**

#### **Nivel socio económico y cultural**

Las familias con un nivel socioeconómico más alto a menudo tienen acceso a más recursos educativos, como libros, tecnología y materiales de estudio. Este acceso

puede influir en la preparación y el rendimiento académico de los estudiantes (Ramírez et al, 2022).

Es importante señalar que, aunque este nivel puede influir de una manera significativamente grande al estudiante, cada individuo o joven es único y su potencial no está determinado únicamente por su entorno socioeconómico y cultural. Los educadores y las instituciones educativas desempeñan un papel fundamental en ofrecer oportunidades y apoyo para mitigar posibles abusos o diferencias entre los alumnos (Murillo y Graña, 2020).

Este nivel tiene efectos positivos sobre el rendimiento académico del mismo. Los cuales subraya la importancia de la responsabilidad compartida entre la familia, la comunicación y la institución de educación superior en el proceso educativo.

Desde la psicología el internet y las redes sociales se volvieron parte fundamental en la vida de las personas, el uso constante fue haciendo que las personas en especial los estudiantes dependan de el internet para todo. La vida estudiantil se ha vuelto una total distracción a estas redes sociales que hoy en día no presten atención o no se comprometan a sus estudios, es así como se ven reflejado en sus calificaciones, en las diferentes asignaturas que lo reciben por lo que ha causado varios problemas personales e incluso enfermedades o contaminación visual en si.

## **Evaluación**

Según Cárdenas et al (2020) es el proceso del desarrollo académico y formativo del estudiante. Es así que esta directamente esta relacionado con las variables que afectan directamente a la obtención del resultado del proceso, es así como se evidencian cuantitativamente las calificaciones.

La evaluación en el ámbito educativo se refiere al proceso sistemático de recopilación y análisis de información sobre el rendimiento y los logros de los estudiantes. Esta información se utiliza para comprender el progreso de los estudiantes, identificar áreas

de mejora, tomar decisiones informadas y mejorar la calidad del proceso de enseñanza – aprendizaje (Rubilar et al, 2022).

Se puede interpretar que esta dimension se centra en todos los aspectos relacionados con la enseñanza, el aprendizaje y la investigación en un entorno educativo.

### **Familiar**

Según Medina et al (2020) la motivación familiar es el grado en que los alumnos se esfuerzan para conseguir metas académicas que se perciben como importantes para ellos, uno de los factores para que el ser humano pueda seguir adelante es la automotivación para poder cumplir las metas y objetivos planteados.

Los estudiantes que desarrollan un clima familiar favorable tienden a lograr fácilmente éxito escolar, ya que tiene ventajas que les ayuda a la realización de tareas escolares, se fijan en el comportamineto de los mismos y tienden a una corrección que les ayuda a superarse día a dia (Martínez et al, 2020).

El entorno familiar se entiende como el desarrollo y el crecimiento del individuo, es asi como se pueden medir sus actitudes al desempeñar su trabajo en clase, dentro del núcleo familiar se puede describir que la atención de los padres hacia el hijo, esto influye mucho en su desenvolvimiento diario no solamente educativo. A lo largo de la historia el ser humano ha adaptado una serie de habilidades que ayudan a que el mismo se pueda adaptar a lo que tenga en si, pueden ser casos familiares o de transtornos.

### **Personal**

Según Borbar y López (2020) las actividades personales en el ámbito educativo son acciones que los individuos emprenden para mejorar su aprendizaje, desarrollo personal y diferentes habilidades. Estas actividades pueden llevarse a cabo dentro o fuera del entorno escolar y están destinadas a enriquecer la experiencia educativa.

El aprendizaje dado y compartido con las diferentes personas en el mundo es único, esta dimensión es importante ya que el estudiante deberá autoeducarse por sí mismo para tener un mayor conocimiento y experiencias únicas del individuo.

Es importante rescatar que despierta el interés por indagar, investigar por sí mismo despertando curiosidad en el mundo mediante medios tecnológicos.

### **Institucional**

Una institución educativa es una organización o entidad dedicada a la impartición de conocimientos, habilidades y valores a individuos con el propósito de facilitar su desarrollo académico, personal y social. Estas instituciones desempeñan un papel fundamental en la transmisión de la educación formal y suelen abarcar diversos niveles, desde la educación preescolar hasta la educación superior. Contar con una buena planta tecnológica dentro de las instituciones educativas es de gran ayuda para que el profesor y alumnado puedan desarrollar habilidades y oportunidades de investigación para sus conocimientos y aptitudes (Sánchez y Delgado, 2020).

En la Facultad de Ciencias Administrativas los docentes utilizan tres formas de evaluar el desempeño académico en los estudiantes las cuales son: Formativo, Diagnóstico, Sumativo.

### **Evaluación Diagnóstica**

Según Valdés et al (2022) ésta evaluación está diseñada para obtener información sobre el nivel de conocimientos, habilidades y competencias de un estudiante al inicio de un proceso o período educativo. Su objetivo principal es identificar las fortalezas y debilidades de los estudiantes, así como comprender sus necesidades individuales para adaptar la instrucción necesaria de manera efectiva.

Se puede interpretar como una prueba donde se miden las aptitudes y conocimientos que el estudiante posee o lleva en sí, para así tomar una decisión en la metodología de trabajo para el profesor.

## **Evaluación Formativa**

Es un enfoque continuo y sistemático diseñado para proporcionar retroalimentación constante y orientación durante el proceso de aprendizaje. A diferencia de la evaluación sumativa, que se realiza al final de un período de estudio para asignar calificaciones y certificar el rendimiento del estudiante, la evaluación formativa tiene como objetivo principal mejorar el aprendizaje en tiempo real (Cruzado, 2022).

Es esencial para generar un entorno de aprendizaje efectivo, que permite a los estudiantes y docentes colaborar para la mejora del proceso de enseñanza y aprendizaje. Al proporcionar información oportuna y significativa, la evaluación formativa contribuye al crecimiento y el desarrollo de los estudiantes y de la enseñanza.

## **Evaluación Sumativa**

Esta evaluación es aquella que se realiza al término de un proceso de instrucción o ciclo académico, el objetivo de este es conocer y verificar el grado que las intenciones educativas han sido alcanzadas, es así que los docentes conocen si los aprendizajes dados o expuestas hacia los estudiantes los resultados de la mejor manera y óptima en el período académico. Los estudiantes demostrarán lo aprendido durante el período académico sus conocimientos recibidos en la institución en particular (Rodríguez, 2022).

Es importante resaltar que tanto la evaluación formativa como la sumativa tienen un lugar en la educación y estas desempeñan roles distintos. La evaluación formativa se enfoca en los resultados finales y las decisiones de calificación. Ambos enfoques son valiosos para evaluar y apoyar el aprendizaje de los estudiantes.

La presencia ineludible de las redes sociales ha facilitado que las personas se informen, modelen sus expectativas, se entreguen e interactúen en programas públicos o se contacten en ambientes virtuales con familiares y amigos. El uso excesivo de las

conexiones e intercambios humanos bajo el soporte digital también ha sido útil para la enseñanza y el aprendizaje a todos los niveles, así como espacio virtual para las actividades profesionales y científicas, es así que cada día más se crea algo nuevo que facilitará al estudiante autoeducarse.

Según Marín y Cabero (2019) las redes sociales han influido significativamente en el ámbito educativo, ofreciendo tanto oportunidades como desafíos. A continuación se destacan algunos aspectos clave de cómo las redes sociales ha impactado en la educación:

- **Facilitación de la comunicación:** Una de las redes sociales que proporciona una comunicación rápida y eficiente es el internet, dicha red ha facilitado la colaboración, el intercambio de ideas y la comunicación instantánea.
- **Aprendizaje Colaborativo:** Mediante las plataformas digitales como Google, plataformas educativas, Facebook, los estudiantes comparten recursos, discuten temas de proyectos o tareas lo cual ha permitido una colaboración y apoyo en línea, sin importar su ubicación geográfica.
- **Desarrollo de habilidades digitales:** el uso de las redes sociales en entornos educativos puede ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades digitales esenciales, como la alfabetización mediática y la competencia digital, que son cada vez más importantes en la sociedad actual.
- **Acceso a recursos educativos:** las plataformas virtuales tales como: sitios web, Daedv, zooms, a menudo sirven como canales para compartir recursos educativos, como artículos, videos, presentaciones u otros materiales. Esto amplía el acceso a la información y enriquece el aprendizaje tanto del docente como el estudiante.

En la Facultad Ciencias Administrativas existe una gran variedad de estrategias para el aprendizaje de los estudiantes mediante plataformas o sitios web que permitirán al estudiante autoevaluarse y educarse. Es recomendable aplicar y realizar las actividades



académicas, teniendo en cuenta la probabilidad del 50- 50 para tener un desempeño estudiantil dinámico e interesado por los estudiantes.

Para el presente trabajo de investigación se implementará un instrumento que nos permitirá recabar información acerca de las dos variables a estudiar el marketing digital y el desempeño académico para posteriormente analizar si estas dos variables se relacionan en sí.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA**

### **2.1 Paradigma de la Investigación**

El paradigma de la investigación se refiere al conjunto de creencias, principios, supuestos y prácticas que guían la manera en que se aborda y se realiza la investigación en una disciplina específica. Es una perspectiva o marco conceptual que influye en la elección de métodos, enfoques y procesos utilizados en la investigación (Loza et al, 2020).

Para el siguiente trabajo investigativo el paradigma de investigación se utiliza el positivismo. Según Miranda (2020) este modelo sugiere que es un tema estático que pueden estudiar los investigadores que quieran comprender las causas de los fenómenos ambientales. Los positivistas intentan ser objetivos en la búsqueda de conocimiento, y para ello utilizan métodos empíricos y pedagógicos que pueden poner a prueba las suposiciones del investigador sobre la naturaleza y las relaciones existentes del fenómeno que se estudia. Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Es importante conocer que el siguiente trabajo investigativo recopila información de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas donde se conoce las percepciones personales del uso del marketing Digital influye en su desempeño académico, la misma que se comprueba mediante herramientas o leyes instituidas para establecer los diferentes factores que competen estas dos variables de estudio.

### **2.2 Enfoque de la Investigación**

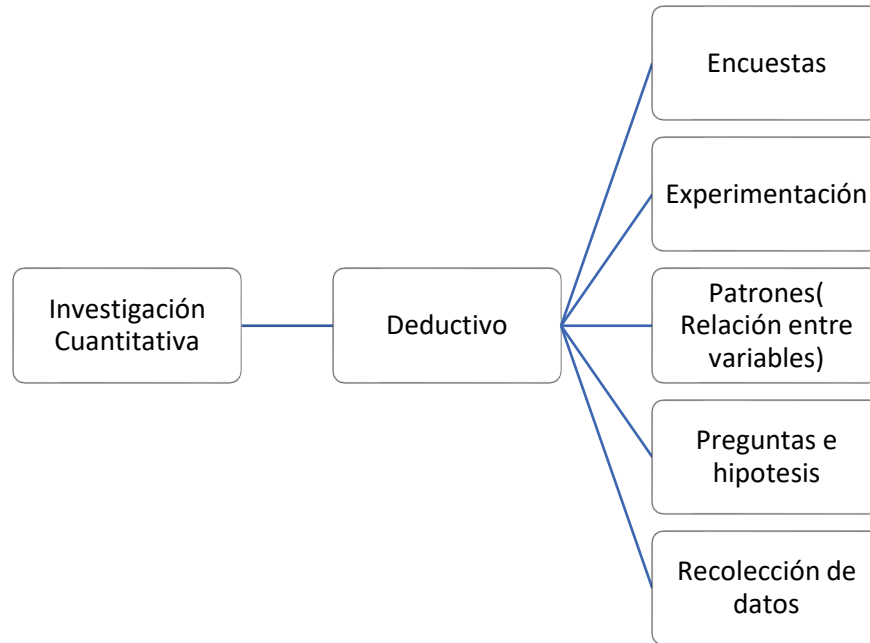
#### **Enfoque Cuantitativo**

El enfoque cuantitativo es un paradigma de investigación que se caracteriza por la recopilación y el análisis de datos numéricos y estadísticos para describir, explicar o predecir fenómenos. Este enfoque se basa en la idea de que los fenómenos observables

pueden medirse objetivamente y que se pueden establecer relaciones casuales entre variables (Muñoz y Solís, 2021).

### Gráfico 1

*Elementos de la Investigación Cuantitativa*



Nota: En el siguiente gráfico describe los factores que componen la investigación cuantitativa hacia un enfoque deductivo y sus elementos. Fuente: Investigación.

Se interpreta que el enfoque cuantitativo es aquella que utiliza predominantemente información de tipo cuantitativo directo. Dentro de la investigación cuantitativa se utiliza un diseño no experimental, a través de la encuesta y análisis con datos secundarios que abordan análisis con utilización de datos reunidos por otros investigadores.

### Método Deductivo

Para Amaiguema et al (2019) este método es un enfoque lógico de razonamiento que parte de lo general a lo particular. Se basa en la idea de que si se conocen ciertas premisas generales o principios, se pueden derivar conclusiones específicas.

El método deductivo se utiliza comúnmente en la investigación científica, las matemáticas y la filosofía. Es un enfoque que busca validar teorías o afirmaciones a través de un proceso lógico y razonado (Palmero, 2021).

Este tipo de método ayuda a que desde un razonamiento general basado en leyes y principios llegue a un hecho concreto, es decir que sirve para extraer las conclusiones específicas a partir de una serie de conceptos o principios, y así da a conocer de una forma más concreta lo que se quiere estudiar.

### **2.3 Alcance o Tipo**

#### **Investigación Exploratoria**

La investigación exploratoria es un tipo de investigación que se lleva a cabo cuando el objetivo principal es obtener información y comprensión preliminar sobre un tema o problema específico. Este tipo de investigación se utiliza comúnmente en las etapas iniciales de un proyecto de investigación y se caracteriza por su enfoque flexible y no estructurado (Cáceres y Sánchez, 2020).

Se concluye que la investigación exploratoria es un proceso fundamental en la investigación ya que ayuda a que los investigadores comprendan y definan mejor el problema o tema de estudio antes de emprender investigaciones más puntuales.

#### **Tipo de Investigación**

##### **Investigación Descriptiva**

Según Guevara et al (2020) es un enfoque de investigación que se centra en la recopilación, análisis e interpretación de datos para describir y caracterizar un fenómeno o situación sin manipulación experimental. El objetivo principal de este tipo de investigación es proporcionar una descripción precisa de las características de un grupo, evento, proceso o fenómeno en particular.

Se concluye que ésta investigación permite comprender y detectar los conocimientos, actitudes y percepciones de los estudiantes frente al uso excesivo de marketing digital y de protección en el uso de internet con relacion al fenómeno de estudio.

### **Investigación transversal**

Este tipo de investigación se centra en indagar, recabar y analizar datos del estado de una o más variables dentro de un sólo período de tiempo determinado, es decir en este tipo de investigación se recolectan los datos por una única vez y a partir de allí se obtienen resultados susceptibles a interpretación (Vega et al, 2021).

Según Coll y López (2020) es una investigación observacional centrado en analizar datos de diferentes variables sobre una población de una muestra específica, recopiladas en un periodo de tiempo.

Este tipo de investigación permite recabar datos generales en la Facultad de Ciencias Administrativas sobre las variables de estudio en un único periodo de tiempo, cuya información es importante para posteriores cálculos estadísticos.

## **2.4 Modalidades de Investigación**

Para el presente trabajo investigativo se utiliza las siguientes modalidades de investigación las cuales son:

### **Investigación Bibliográfica**

Según Arteaga (2020) se puede definir como cualquier investigación que requiera la recopilación de información a partir de materiales publicados. Estos materiales pueden incluir recursos mas tradicionales como libros, revistas, periodicos, e informes, para tener una amplia gama de información se puede investigar o apoyar en medios electrónicos y recursos en linea.

Hoy en día la comodidad de las fuentes de investigación es una ventaja ya que la mayor parte de la población tiene acceso a internet donde existe un prototipo de información que satisface las inquietudes y necesidades de las personas.

### **Investigación de campo**

Según Arias (2020) se define como la recopilación de los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a un problema, es así como esta tiene relación con otras investigaciones como la exploratoria y la correlacional, donde se puede utilizar varios métodos para la recolección de información para el trabajo investigativo.

Este tipo de investigación implica la recopilación de datos directamente en un lugar donde ocurren los eventos o fenómenos que se están estudiando, este enfoque de investigación implica la observación directa, la interacción con sujetos de estudio y la recopilación de datos en entornos del mundo.

## **2.5 Población y Muestra**

### **Población**

Es el grupo de personas o cosas sobre las que desea aprender en su investigación. Pueden ser un universo o población puede estar formado por personas, animales, registros médicos, nacimientos, pruebas de laboratorio, accidentes de tránsito, etc. (López, 2022).

En estadística, una población se refiere al conjunto completo de elementos o individuos que comparten una característica común y son objeto de estudio. Esta característica común puede ser cualquier atributo, cualidad o variable de interés que el investigador desea analizar (Mucha et al, 2021).

Dentro de este trabajo investigativo se considera el cálculo respectivo con las herramientas expuestas en el anterior enunciado. La población de estudio son los

estudiantes matriculados en la Facultad de Ciencias Administrativas en el periodo septiembre 2023 – febrero 2024, que de acuerdo con los registros estadísticos son 962 estudiantes legalmente matriculados.

## **Muestra**

En estadística, una muestra es un subconjunto representativo de una población más grande. La muestra se selecciona para realizar observaciones y análisis con el propósito de hacer inferencias sobre la población completa (López, 2022).

Según Ramírez y Polack (2020) una muestra estadística es esencial en la investigación para hacer inferencias sobre poblaciones mas grandes sin tener que estudiar cada elemento individualmente. La forma en que se selecciona y representa la muestra es importante para la validéz de los resultados obtenidos.

Para el presente trabajo investigativo, el cálculo respectivo de la muestra da a conocer a cuantas personas está destinado el cuestionario es así como se presenta la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Muestra

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

N = Tamaño de la población

e = Precisión (error máximo admisible en termino de error)

Z (95%) = 1.96

p (50%) = 0.5

q (50%) = 0.5

N = 962

$e (5\%) = 0.05$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 962}{(0.05)^2 * (962 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$n = 274$

El cuestionario es aplicable para 274 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, es importante conocer que el muestreo tiene un nivel de confiabilidad del 95% y un margen de error del 5 %.

## **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

### **Técnica**

#### **Encuesta**

Según Salas (2020) es la técnica mas empleada en las investigaciones realizadas en las ciencias sociales, es utilizada para la recolección de información de personas respecto a características u opiniones de las mismas, es utilizada para el enfoque cuantitativo o mixto. Es así como esta herramienta se aplicó en este estudio con el objetivo de interrogar a los estudiantes legalmente matriculados de la Facultad de Ciencias Administrativas para comprobar las hipótesis establecidas.

#### **Instrumento**

##### **Cuestionario**

Según Salas (2020) el investigador debe diseñar un instrumento para medir las variables conceptualizadas al plantear el problema de investigación, una de las herramientas que nos ayuda a la elaboración del cuestionario es la categorización de variables es así que de una forma fácil y sencilla se puede identificar estas preguntas para su respectiva aplicación donde sea el mercado objetivo.

Con respecto al instrumento que se utilizó para medir a las variables se consideró el cuestionario del uso de las redes sociales propuesto por los autores Martínez Carlos y



Miniguano Danny en su trabajo de titulación con el tema el uso de las redes sociales y el impacto en el rendimiento académico de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, como también de trabajos y artículos publicados en revistas como *Scopus* y *Scielo*. Así también se utilizó para estructurar de la variable dependiente, teniendo en cuenta que se desarrollo en base a una operacionalización de la varibale mediante dimensiones que ayudaron a estrucurar el mismo adaptados conforme a la realidad de los estudiantes dentro de dicha Facultad.

El cuestionario estructurado contiene un total de 12 preguntas las cuales: 5 de la variable independiente (Marketing Digital) y 7 de la variable dependiente (Rendimiento Académico), para las opciones de respuestas se consideró la escala de Likert de totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo, y totalmente de acuerdo; donde el mínimo valor es 1 y el máximo valor es 5. Para la recopilación de datos de funete primaria se ejecutó mediante un formulario de Google Forms, donde se muestra el tema de investigación, los objetivos y diferentes instrucciones para que los estudiantes de dicha Facultad puedan completar de la forma fácil y sencilla.

Estas herramientas son muy importantes debido a que el trabajo investigativo está enfocado en un cálculo estadístico para segmentar el mercado objetivo, estas facilitan la comparación de respuestas entre diferentes participantes y la identificación de patrones y tendencias para así recopilar mayor acercamiento hacia los estudiantes y su perspectiva sobre el uso de las herramientas digitales.

### **Validez y Confiabilidad**

Para verificar la validez y la confiabilidad del instrumento aplicado a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, se ha considerado los siguientes métodos:

#### **Validez de Constructo**

#### **Prueba Piloto**

Según Díaz (2020) un estudio piloto es un estudio pequeño de factibilidad o viabilidad conducido para probar aspectos metodológicos de un estudio de mayor escala, es decir que varía conforme las necesidades de cada campo de investigación y del diseño de estudio.

Según Mayorga et al (2020) la prueba piloto sirve para realizar aproximaciones reales de los proyectos de investigación antes de establecer la prueba final, es así que es muy importante ya que hace que el trabajo formalice la recolección de datos, así contribuye a mejorar la validez y confiabilidad de los procedimientos y así disminuir los posibles sesgos y errores en la obtención de los datos que pueden orientar a mejorar la metodología previamente planteada.

Para el presente trabajo investigativo se realizó una prueba piloto del cuestionario a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas para la validación respectiva, tomando en cuenta el 10% de la muestra que fue de 27 estudiantes es así donde los diferentes resultados arrojados por el cuestionario de Google Forms fueron ingresados al software SPSS donde se observó que estadísticamente es aceptable para la aplicación del cuestionario a toda la muestra en total.

### **Prueba de KMO y Barlett**

Según Sánchez et al (2021) esta prueba se utiliza para evaluar la hipótesis de que las varianzas de varias muestras son iguales, particularmente útil en el análisis de varianza, donde busca determinar si hay diferencias significativas entre los grupos. La prueba de Bartlett compara las varianzas dentro de cada grupo y evalúa si estas diferencias son estadísticamente iguales.

### **Tabla 1**

*Prueba de KMO y Bartlett*

<b>Prueba de KMO y Bartlett</b>	
<b>Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo</b>	<b>,778</b>

<b>Prueba de esfericidad de Bartlett</b>	Aprox. Chi-cuadrado	250,95
		3
	Gl	66
	Sig.	,000

Nota: La siguiente tabla detalla los resultados de KMO de adecuación de muestreo y la prueba de esfericidad de Barlett. Elaboración propia.

Se interpreta que el test de KMO arrojó un resultado de 0.778 lo que significa que es oportuno aplicar el cuestionario, la prueba de esfericidad de Bartlett contrasta la hipótesis de que la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, lo que indica que las variables no están relacionadas. Los valores pequeños menores que 0,05 del nivel de significación indican que un análisis factorial puede ser útil con los respectivos datos (Cólás y Hernández, 2021).

### **Fiabilidad de la consistencia interna**

#### **Alfa de Cronbach**

Para Rodríguez y Álvarez (2020) el coeficiente alfa de cronbach es una medida valiosa para evaluar la consistencia interna de un conjunto de ítems en una escala o cuestionario, que proporciona información sobre la fiabilidad de la medida.

#### **Tabla 2**

##### *Estadísticas de Fiabilidad*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>			
<b>Alfa</b>	<b>de</b>	<b>N</b>	<b>de</b>
<b>Cronbach</b>		<b>elementos</b>	
<b>,931</b>		<b>12</b>	

Nota. La siguiente tabla puntualiza el resultado del análisis de Cronbach y el número de elementos analizados. Elaboración propia.

El valor del alfa de Cronbach que se encuentra dentro del rango 0,70 y 1 muestra un buen equilibrio interno para las escalas ordinales, los elementos en estudio se obtienen del valor 0,931 que válida para la aplicación del instrumento de investigación, es decir las preguntas miden la variable de estudio.

### **Planteamiento de la Hipótesis**

$H_1$  = El Marketing Digital incide en el rendimiento académico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

$H_0$  = El Marketing Digital NO incide en el rendimiento académico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

## CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Análisis y Discusión de los resultados

En el siguiente CAPÍTULO se detalla los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes legalmente matriculados de la Facultad de Ciencias Administrativas motivo de estudio, a continuación, se presenta las tablas de frecuencia y gráficos de barras para su comprensión:

#### 3.1.2 Preguntas de Información General

Género del estudiante

**Tabla 3**

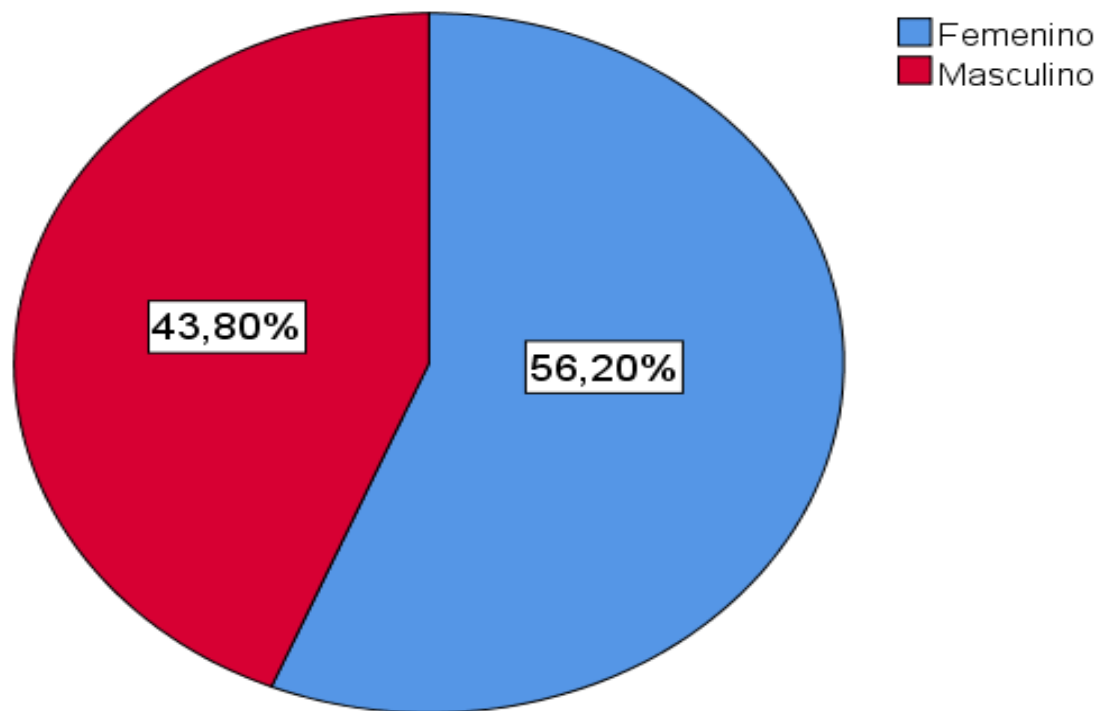
*Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	154	56,2	56,2	56,2
	Masculino	120	43,8	43,8	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta de información general para conocer el género de los estudiantes encuestados. Elaboración propia.

## Gráfico 2

### Género



Nota: En el siguiente gráfico circular se visualiza los porcentajes de respuestas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, tanto masculino y femenino. Elaboración propia.

### Análisis e Interpretación

Como se visualiza en mayor porcentaje se encuentra el género femenino dando un valor de 154 mujeres que representa 56,2%, seguido y en menor porcentaje al género masculino dando un valor de 120 hombres que representan el 43,8%, dando como resultado las 274 personas encuestadas respecto a nuestra muestra.

Conforme a los resultados la gráfica muestra que existe una gran cantidad de mujeres en cada curso de las dos diferentes carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas, no se trata de una diferencia considerable en cuanto al número de personas encuestadas.

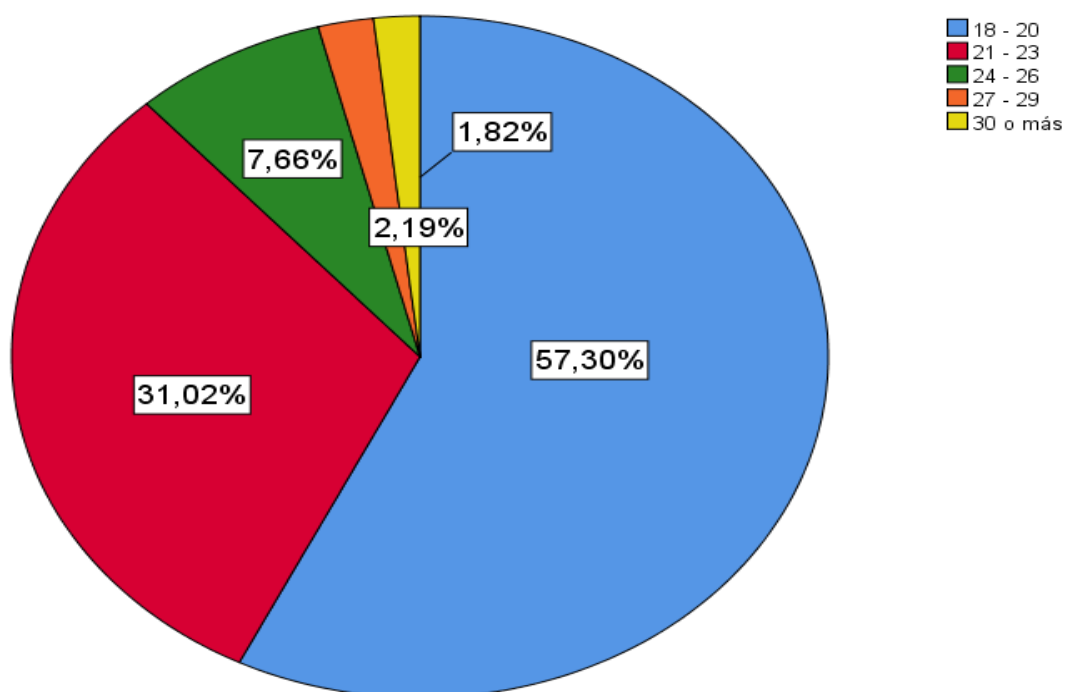
### Edad del estudiante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	18 - 20	157	57,3	57,3	57,3
	21 - 23	85	31,0	31,0	88,3
	24 - 26	21	7,7	7,7	96,0
	27 - 29	6	2,2	2,2	98,2
	30 o más	5	1,8	1,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>274</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta de información general para conocer la edad de los estudiantes encuestados. Elaboración propia.

### Gráfico 3

#### Edad



Nota: En el siguiente gráfico circular se visualiza las edades en porcentajes de respuestas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas. Elaboración propia.

## Análisis e Interpretación

Con respecto a las edades de los estudiantes encuestados, se observa que existe una predominancia en el rango de 18-20 años que dan un valor de 157 estudiantes que representa el 57,30 %, seguido de 21-23 años que dan un valor de 85 estudiantes que representa el 31,02%, seguido de 24-26 años que dan un valor de 21 estudiantes que representa el 7,66%, también se encuentra la edad de 27 a 29 años que dan un valor de 6 estudiantes encuestados que representa el 2,19% de la muestra y por último se encuentra la edad de 30 o más que dan un valor de 5 estudiantes lo cual representa el 1,82% de la muestra en total.

Es así como, de todos los estudiantes encuestados de la Facultad de Ciencias Administrativas de los niveles de primero hasta octavos semestres, refleja que la obtención de las respuestas estuvo enfocada en los jóvenes estudiantes de los niveles inferiores de primero hasta cuarto semestre de las dos carreras, donde refleja el mayor porcentaje de la edad de 18 a 20 años con el 57,30% de la muestra en total.

### Registrado en alguna red social

**Tabla 4**

*Registro de las redes sociales*

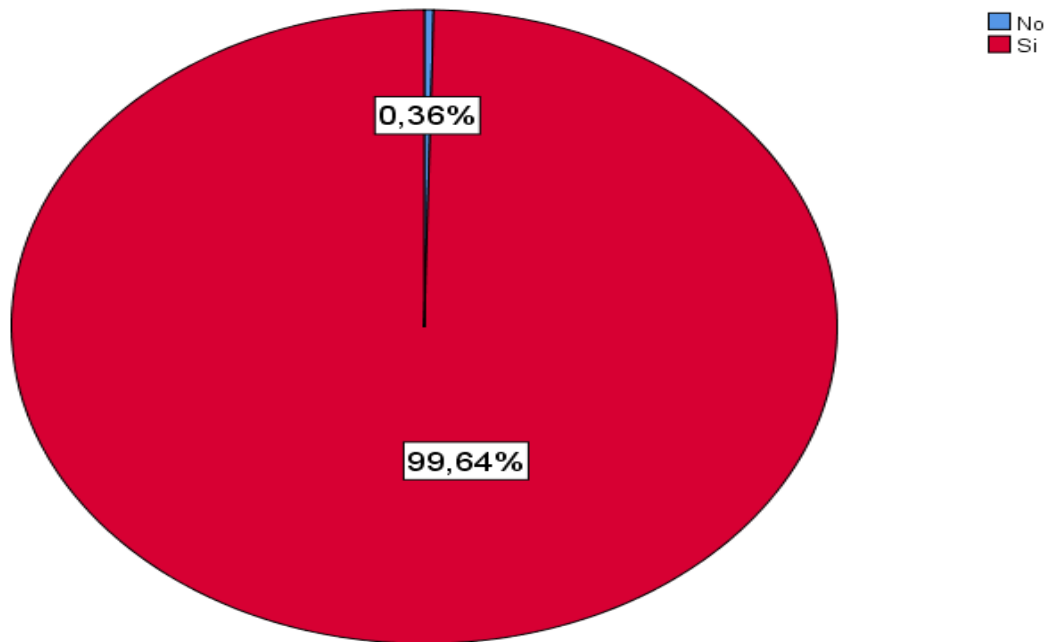
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	,4	,4	,4
	Si	273	99,6	99,6	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta de información general para conocer si está registrado en alguna red social a los estudiantes. Elaboración propia.



#### Gráfico 4

##### *Registro de las redes sociales*



Nota: En el siguiente gráfico circular se visualiza las respuestas en porcentajes de que si se encuentran registrado en alguna red social. Elaboración propia.

#### **Análisis e interpretación**

El resultado obtenido de esta pregunta de información general sobre si están registrados en alguna red social en la encuesta aplicada a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, muestra que 273 estudiantes están registrados en alguna red social que representa el 99,64 % de la muestra, mientras que existe 1 estudiante que ha respondido que no se encuentra registrado en ninguna red social lo que representa el 0,36% de la muestra total.

Como resultado se obtiene que la mayor parte de los jóvenes universitarios forman parte de estas plataformas virtuales con el 99,64 % que es el mayor porcentaje dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas, una realidad presente en los estudiantes debido a la globalización y a la aparición de modelos atractivos a los mismos.

## 2. Variable Independiente: Marketing Digital

Pregunta # 1

**Tabla 5**

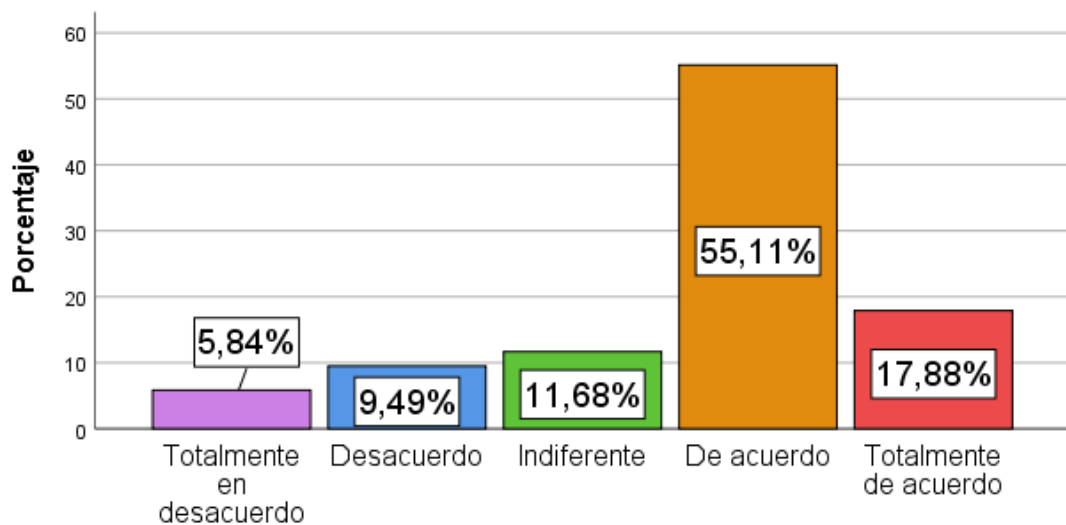
*Suficiente Información digital para la formación académica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	5,8	5,8	5,8
	Desacuerdo	26	9,5	9,5	15,3
	Indiferente	32	11,7	11,7	27,0
	De acuerdo	151	55,1	55,1	82,1
	Totalmente de acuerdo	49	17,9	17,9	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 1. Elaboración propia.

**Gráfico 5**

*Suficiente Información digital para la formación académica*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 1. Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

De los 274 estudiantes encuestados dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas el 55,11% está de acuerdo y el 17,88% está totalmente de acuerdo para aquellos estudiantes es importante tener una suficiente información digital para su formación académica, mientras que el 11,68% piensan que es indiferente, también se considera que el 9,49% están en desacuerdo y el 5,84% de la muestra están en totalmente en desacuerdo.

Conforme a los resultados obtenidos se interpreta que la mayor parte de los estudiantes consideran que la facultad de Ciencias Administrativas tiene suficiente información digital que ayuda a la formación académica, aunque existe las percepciones de varios estudiantes que piensan que esto no influye en su desempeño académico, mientras que muy pocos estudiantes consideran que no tienen suficiente información digital para apoyarse para su formación académica.

Pregunta #2

**Tabla 6**

*El Internet es una de las Herramientas del Marketing Digital*

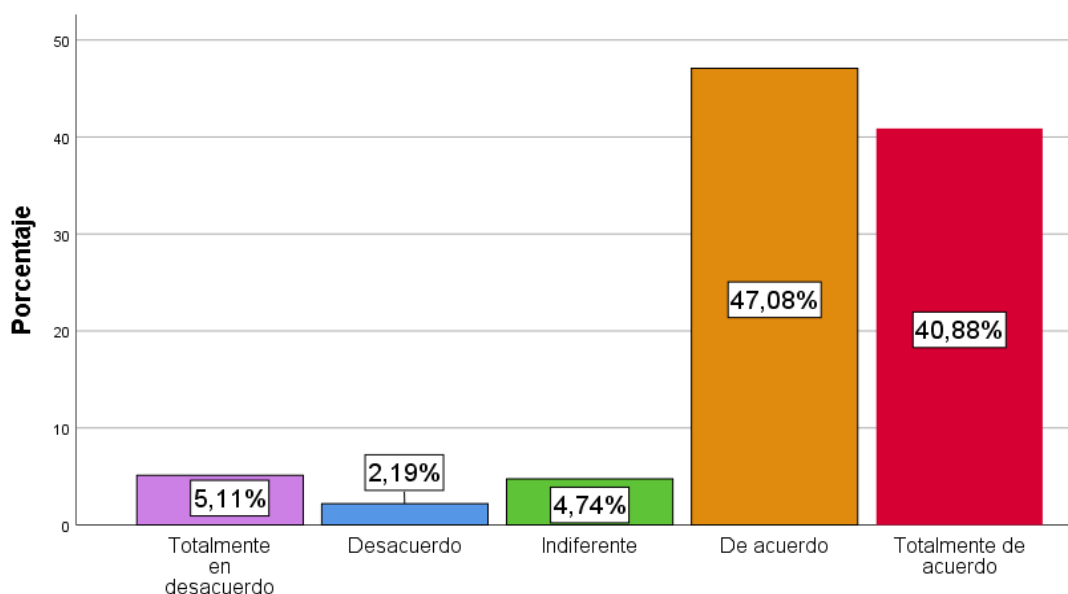
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	5,1	5,1	5,1
	Desacuerdo	6	2,2	2,2	7,3
	Indiferente	13	4,7	4,7	12,0
	De acuerdo	129	47,1	47,1	59,1

Totalmente de acuerdo	112	40,9	40,9	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 2. Elaboración propia.

### Gráfico 6

*El internet es una de las Herramientas del Marketing Digital.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 2. Elaboración propia.

### Análisis e Interpretación

Los siguientes resultados arrojan que el 47,08% está de acuerdo, el 40,88% totalmente de acuerdo, mientras que el 4,74% le es indiferente y así el 2,19% están en desacuerdo y por último el 5,11% están totalmente en desacuerdo.

Se observa que los estudiantes están de acuerdo que el internet es parte fundamental para su desempeño académico ya que es una de las fuentes más visitadas por todas las personas con el fin de satisfacer sus inquietudes o necesidades, mientras tanto que algunos estudiantes consideran que el internet no es una de las herramientas

fundamentales del marketing digital para su desenvolvimiento académico ya que pueden apoyarse en otras herramientas que les ayudan a mejorar su desempeño académico como tal.

Pregunta #3

**Tabla 7**

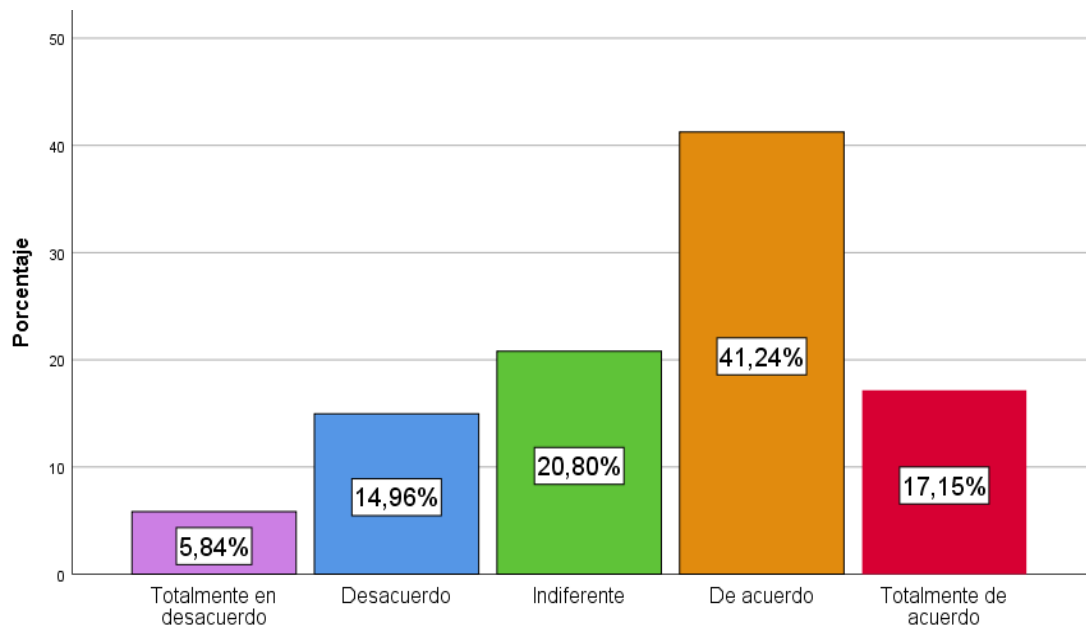
*Las redes sociales afectan el aprendizaje del estudiante*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	5,8	5,8	5,8
	Desacuerdo	41	15,0	15,0	20,8
	Indiferente	57	20,8	20,8	41,6
	De acuerdo	113	41,2	41,2	82,8
	Totalmente de acuerdo	47	17,2	17,2	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 3. Elaboración propia.

### Gráfico 7

*Las redes sociales afectan al aprendizaje del estudiante.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 3. Elaboración propia.

### Análisis e Interpretación

Del total de estudiantes encuestados el 41,24 % está de acuerdo, seguido del 20,80% que se piensa indiferente, mientras que refleja el 17,15% que está totalmente de acuerdo, el 14,96% está en desacuerdo, y por último se observa que el 5,84% está totalmente en desacuerdo.

Los 113 estudiantes que representa el mayor porcentaje esta de acuerdo en que las redes sociales pueden afectar al aprendizaje del estudiante considerando que el uso excesivo puede generar una distracción para los mismos, es así que representa un bajo desempeño académico dentro del salón de clases.

Pregunta #4

**Tabla 8**

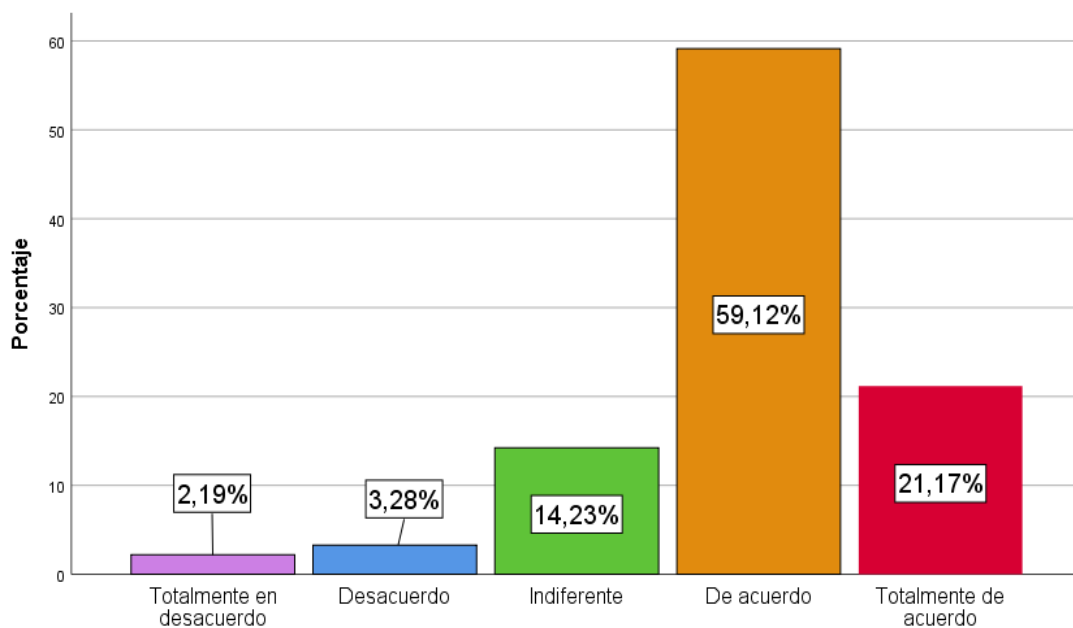
*Las Tics como herramientas del marketing digital favorecen al aprendizaje académico.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	2,2	2,2	2,2
	Desacuerdo	9	3,3	3,3	5,5
	Indiferente	39	14,2	14,2	19,7
	De acuerdo	162	59,1	59,1	78,8
	Totalmente de acuerdo	58	21,2	21,2	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 4. Elaboración propia.

**Gráfico 8**

*Las Tics como herramientas del marketing digital favorecen al aprendizaje académico.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 4. Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

Del total de los encuestados el 59,12% están de acuerdo, el 21,17% totalmente de acuerdo, seguido del 14,23% que piensan que es indiferente, el 3,28% están en desacuerdo, y mientras que el 2,19% están totalmente en desacuerdo.

Como se observa las respuestas muestran que 162 estudiantes están de acuerdo de que las tecnologías de información y de comunicaciones como una de las herramientas del marketing digital favorecen a la adquisición de conocimientos y teorías que ayudan a mejorar el aprendizaje de los estudiantes.

Pregunta #5

**Tabla 9**

*Las redes sociales son útiles para comunicarse.*

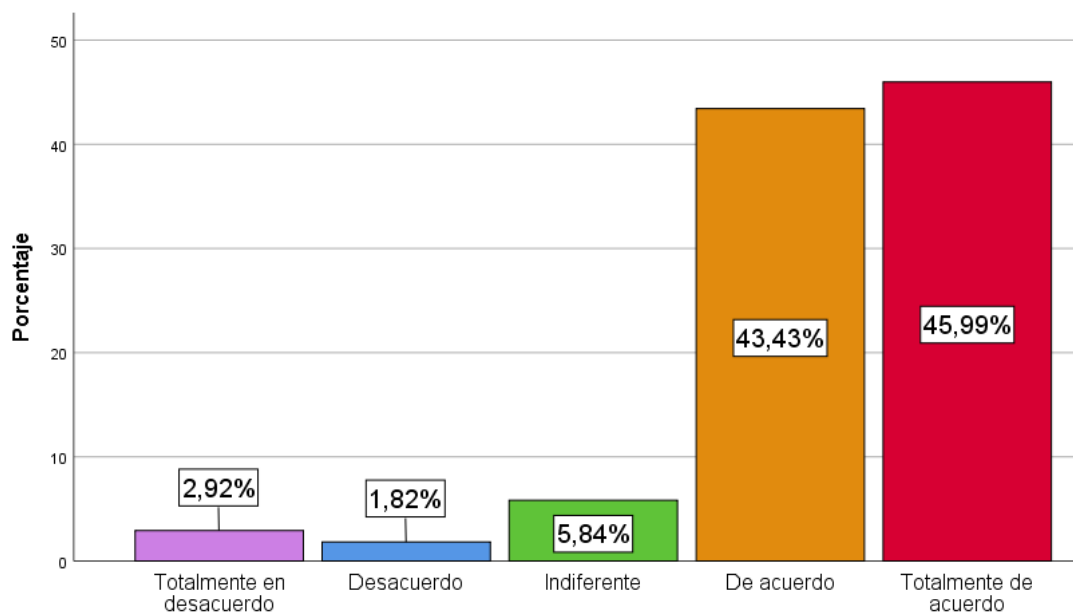
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2,9	2,9	2,9
	Desacuerdo	5	1,8	1,8	4,7
	Indiferente	16	5,8	5,8	10,6
	De acuerdo	119	43,4	43,4	54,0
	Totalmente de acuerdo	126	46,0	46,0	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 5. Elaboración propia.



### Gráfico 9

*Las redes sociales son útiles para comunicarse.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 5. Elaboración propia.

### Análisis e Interpretación

De los 274 estudiantes encuestados el 45,99% están totalmente de acuerdo, seguido del 43,43% está de acuerdo, mientras que el 5,84% piensan indiferente, el 1,82% está en desacuerdo, y por último el 2,92% está totalmente en desacuerdo.

Los resultados reflejan que 126 estudiantes consideran importante que las redes sociales son útiles para comunicarse para resolver cualquier tipo de necesidad, sin embargo, refleja que 5 estudiantes están en desacuerdo por lo que consideran que no necesariamente las redes sociales pueden entrelazar comunicación o información sino también otros medios de comunicación.

### 4. Variable dependiente: Desempeño Académico

Pregunta # 6

**Tabla 10**

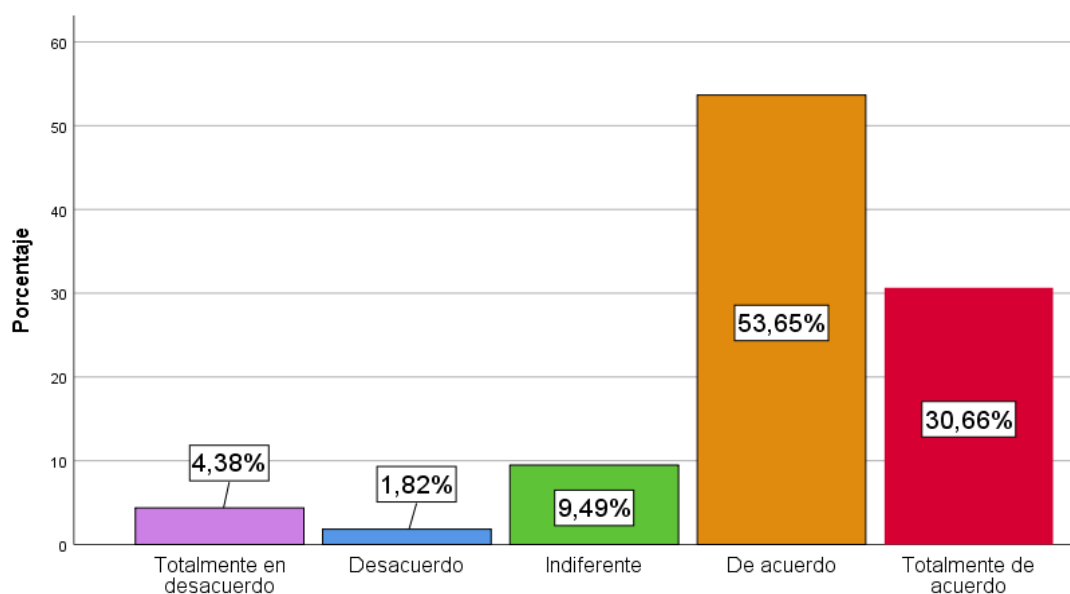
*Cuando no asiste a clases consulta tareas expuestas por alguna red social.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	4,4	4,4	4,4
	Desacuerdo	5	1,8	1,8	6,2
	Indiferente	26	9,5	9,5	15,7
	De acuerdo	147	53,6	53,6	69,3
	Totalmente de acuerdo	84	30,7	30,7	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 6. Elaboración propia.

**Gráfico 10**

*Cuando no asiste a clases consulta tareas expuestas por alguna red social.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 6. Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

Del total de los encuestados el 53,65 % está de acuerdo, seguido del 30,66% esta totalmente de acuerdo, sin embargo, el 9,49% considera indiferente, seguido que el 4,38% está totalmente en desacuerdo y el 1,82% de la muestra total está en desacuerdo. Se considera que 147 estudiantes están de acuerdo cuando por alguna razón no asisten a clases y está en su responsabilidad consultar las tareas mediante alguna red social para cumplir con sus obligaciones estudiantiles, mientras que 5 estudiantes están en desacuerdo optar por esta actividad sino consideran que pueden acceder por otros medios para igualarse tareas o actividades académicas cuando no asisten a clases.

Pregunta # 7

**Tabla 11**

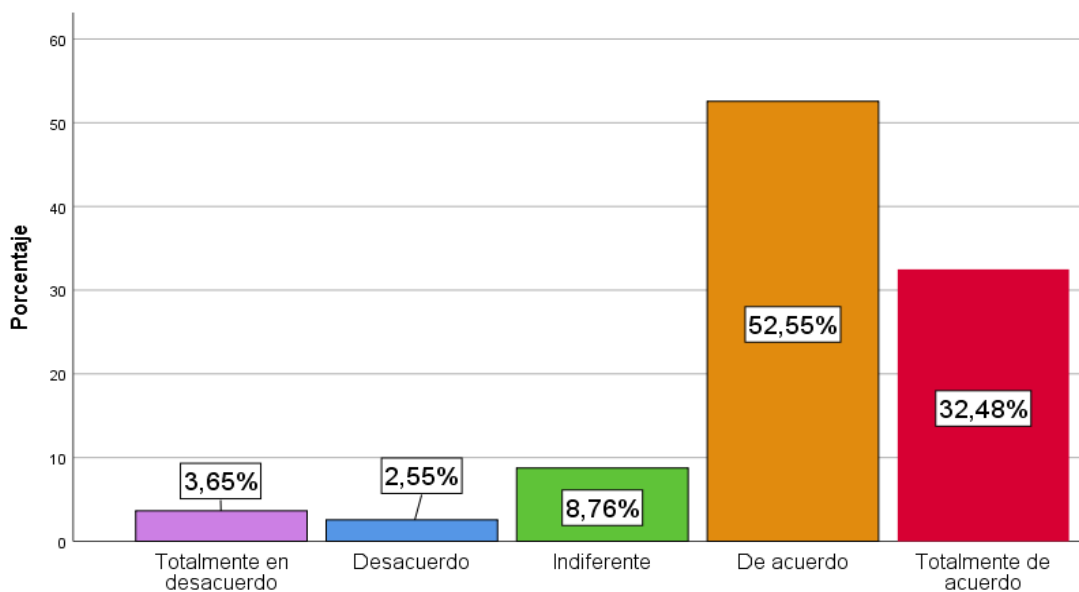
*Poseer medios tecnológicos para el aprendizaje.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	3,6	3,6	3,6
	Desacuerdo	7	2,6	2,6	6,2
	Indiferente	24	8,8	8,8	15,0
	De acuerdo	144	52,6	52,6	67,5
	Totalmente de acuerdo	89	32,5	32,5	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 7. Elaboración propia.

## Gráfico 11

*Poseer medios tecnológicos para el aprendizaje.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 7. Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

De los estudiantes encuestados se observa que el 52,55 % están de acuerdo, el 32,48% están totalmente de acuerdo, sin embargo, el 8,76% responden indiferente, seguidos del 3,65% que están totalmente en desacuerdo y por último refleja que el 2,55% están en desacuerdo.

Se observa que el mayor porcentaje de respuestas se ve reflejado que 144 estudiantes están de acuerdo que para tener un buen desempeño académico es necesario poseer medios tecnológicos, considerando que hoy en día en todo el mundo se utiliza estos medios para consultar y elaborar tareas estudiantiles, mientras que algunos estudiantes piensan indiferente y el menor porcentaje refleja que 7 estudiantes están en desacuerdo que no es necesario poseer tecnologías para tener un desenvolvimiento académico bueno y sobresaliente dentro de sus responsabilidades estudiantiles.

Pregunta #8

**Tabla 12**

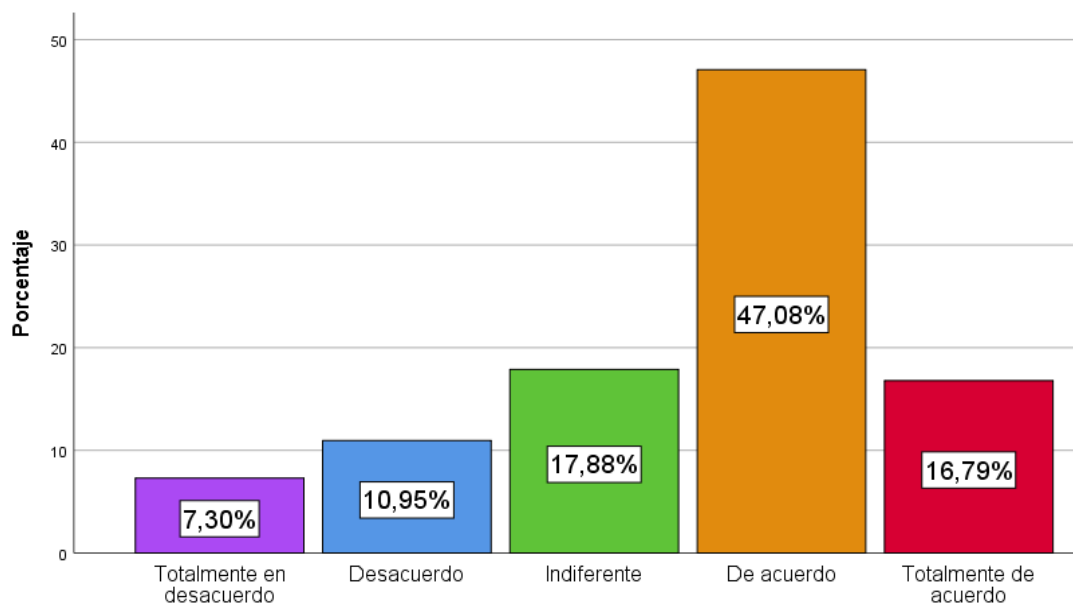
*Las calificaciones reflejan el esfuerzo de los estudios.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	7,3	7,3	7,3
	Desacuerdo	30	10,9	10,9	18,2
	Indiferente	49	17,9	17,9	36,1
	De acuerdo	129	47,1	47,1	83,2
	Totalmente de acuerdo	46	16,8	16,8	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 8. Elaboración propia.

### Gráfico 12

Las calificaciones reflejan el esfuerzo de los estudios.



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 8. Elaboración propia.

### Análisis e Interpretación

De los estudiantes encuestados se visualiza que el 47,08% están de acuerdo, seguido que algunos estudiantes con el 17,88% piensan indiferente, seguido del 16,79% que están totalmente de acuerdo, mientras que el 10,95% en desacuerdo y por último con el 7,30% están totalmente en desacuerdo.

Los resultados arrojan que 129 estudiantes están de acuerdo que las calificaciones reflejan el esfuerzo de sus estudios, mientras que 49 estudiantes piensan indiferente ya que consideran que los esfuerzos académicos que realizan en clase no significan buenas calificaciones, sin embargo, hay estudiantes que están en desacuerdo por lo que se concluye que el esfuerzo académico es individual habrá alumnos que tengan buenas presentaciones para sus calificaciones y otros no.

Pregunta #9

**Tabla 13**

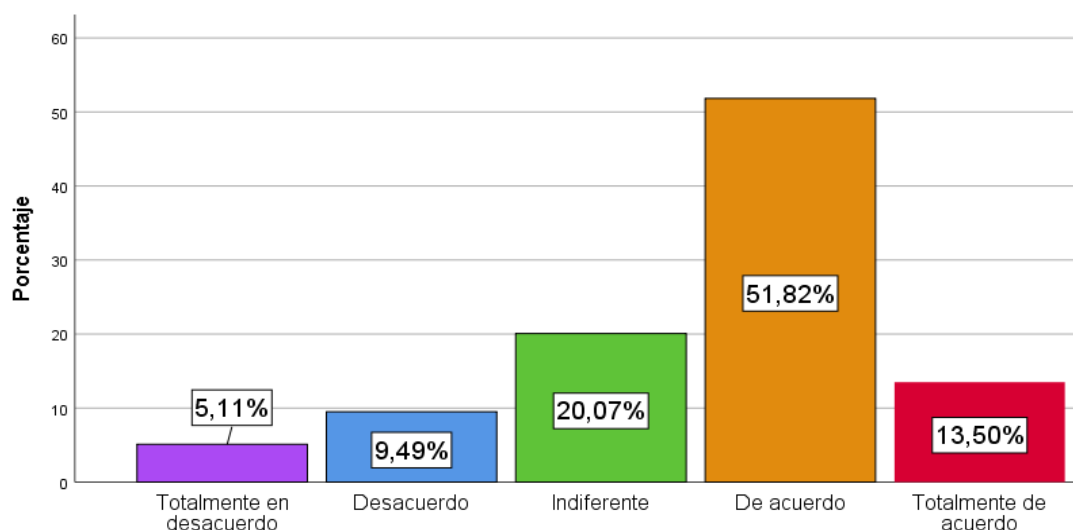
*El criterio de evaluación de la Facultad de Ciencias Administrativas es útil para el aprendizaje estudiantil.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaj e válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	5,1	5,1	5,1
	Desacuerdo	26	9,5	9,5	14,6
	Indiferente	55	20,1	20,1	34,7
	De acuerdo	142	51,8	51,8	86,5
	Totalmente de acuerdo	37	13,5	13,5	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 9. Elaboración propia.

**Gráfico 13**

*El criterio de evaluación de la Facultad de Ciencias Administrativas es útil para el aprendizaje estudiantil.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 9. Elaboración propia.

## Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados el 51,82% están de acuerdo, seguido del 20,07% que piensan indiferente, mientras que el 13,50% está totalmente de acuerdo, el 9,49% está en desacuerdo y por ultimo el 5,11% esta totalmente en desacuerdo de la muestra total. Conforme a los resultados de los estudiantes se observa que el de mayor porcentaje es que 142 estudiantes están de acuerdo en que el criterio utilizado en la Facultad de Ciencias Administrativas es el adecuado para su aprendizaje académico, este criterio de evaluación es utilizado por los profesores de dicha facultad, sin embargo se observa que 55 estudiantes piensan indiferente es decir que talvez no conocen el mismo o el criterio de evaluación no es el apropiado para el resultado de sus aprendizajes, mientras que los demás notablemente en baja proporción no están de acuerdo con estos criterios de evaluación.

Pregunta #10

**Tabla 14**

*El vínculo familiar influye en el aprendizaje de los estudiantes.*

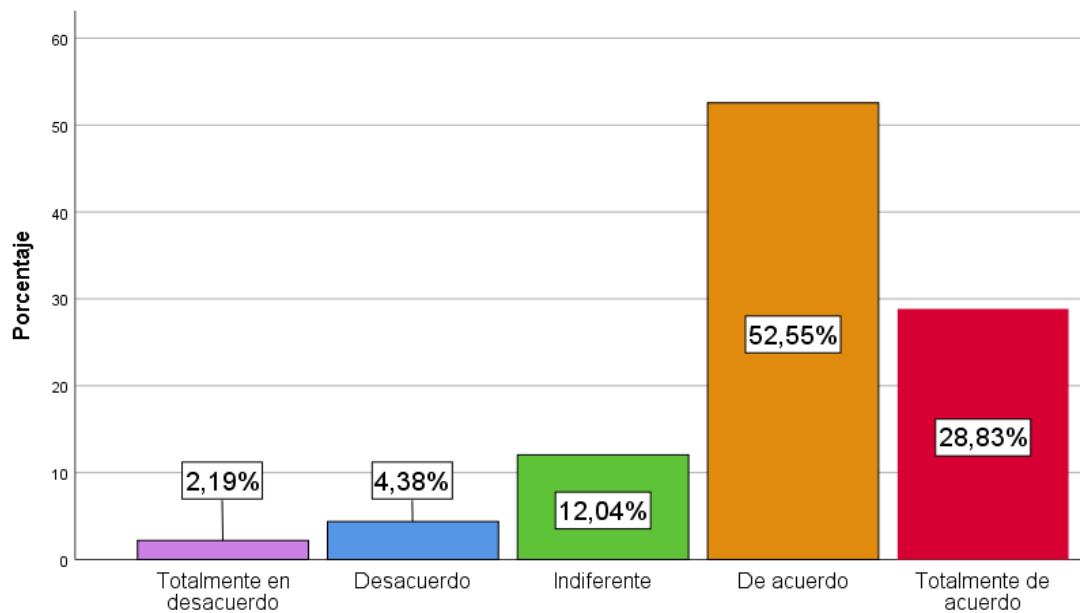
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	2,2	2,2	2,2
	Desacuerdo	12	4,4	4,4	6,6
	Indiferente	33	12,0	12,0	18,6
	De acuerdo	144	52,6	52,6	71,2
	Totalmente de acuerdo	79	28,8	28,8	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 10. Elaboración propia.



## Gráfico 14

*El vínculo familiar influye en el aprendizaje de los estudiantes.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 10. Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

Del total de los encuestados el 52,55% están de acuerdo, seguidos del 28,83% que están totalmente de acuerdo, mientras que se observa que el 12,04% piensan indiferente, el 4,38% están en desacuerdo, el 2,19% están totalmente en desacuerdo.

Los valores arrojados demuestran que 144 estudiantes consideran que el vínculo, entorno familiar es muy importante por el ámbito de motivación para que el estudiante pueda tener un buen desempeño académico dentro del salón de clases, sin embargo, existe que 6 estudiante están totalmente en desacuerdo ya que piensan que el estudiante puede sobresalir específicamente sin una motivación familiar ya que cada estudiante tiene un criterio propio para seguir adelante.

Pregunta #11

**Tabla 15**

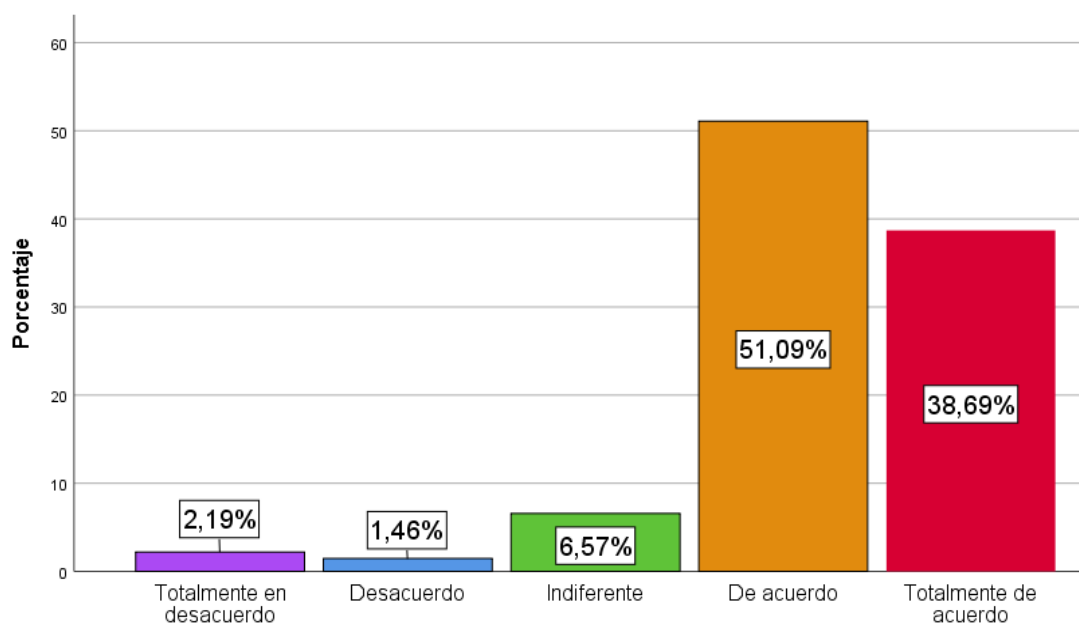
*Es necesario capacitarse sobre las ultimas actualización de la tecnología para su desempeño académico.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	2,2	2,2	2,2
	Desacuerdo	4	1,5	1,5	3,6
	Indiferente	18	6,6	6,6	10,2
	De acuerdo	140	51,1	51,1	61,3
	Totalmente de acuerdo	106	38,7	38,7	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 11. Elaboración propia.

**Gráfico 15**

*Es necesario capacitarse sobre las ultimas actualización de la tecnología para su desempeño académico.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 11. Elaboración propia.

### **Análisis e Interpretación**

De los 274 estudiantes encuestados el 51,09% están de acuerdo, el 38,68% están totalmente en acuerdo, mientras que el 6,57% piensan indiferente, seguido del 2,19% que están totalmente en desacuerdo, por último el 1,465 están en desacuerdo.

Los resultados arrojados de la muestra total 140 estudiantes están de acuerdo en que estar con los conocimientos, noticias actualizadas sobre los medios tecnológicos, redes sociales es importante para el desarrollo académico de los mismos ya que son plataformas que les ayuda a aprender y estudiar, sin embargo existe un bajo porcentaje que representa que 4 estudiante estan en desacuerdo ya que consideran que no solo los medios tecnológicos ayuda a que puedan desarrollar un buen desempeño académico.

Pregunta #12

**Tabla 16**

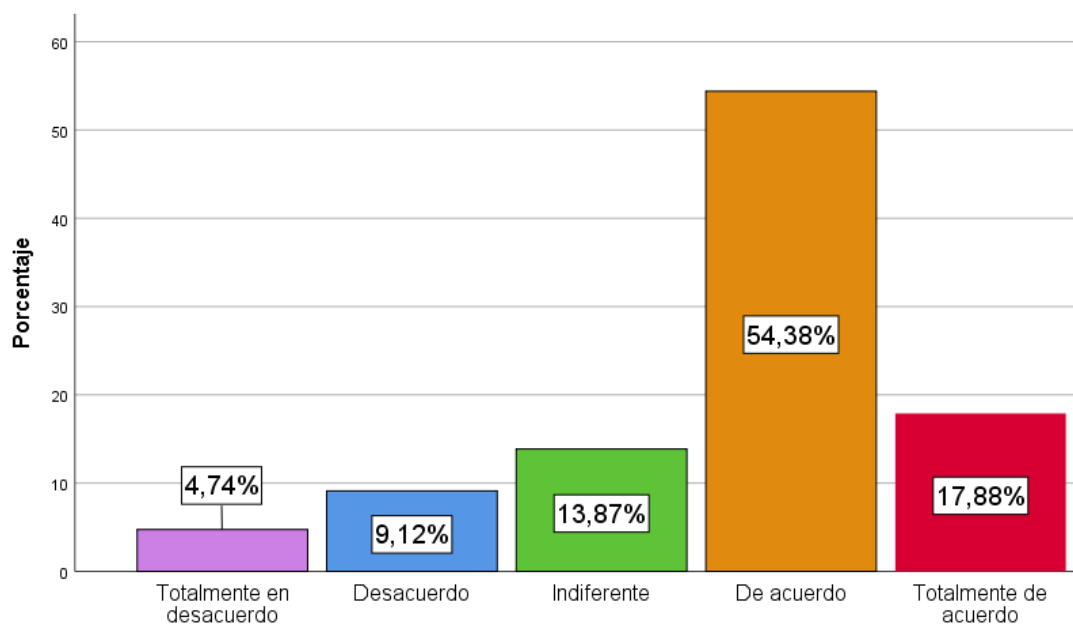
*Las instalaciones tecnológicas son las adecuadas para el desarrollo académico.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	4,7	4,7	4,7
	Desacuerdo	25	9,1	9,1	13,9
	Indiferente	38	13,9	13,9	27,7
	De acuerdo	149	54,4	54,4	82,1
	Totalmente de acuerdo	49	17,9	17,9	100,0
	Total	274	100,0	100,0	

Nota: En la siguiente tabla se muestra la frecuencia, porcentaje, porcentaje válido, porcentaje acumulado y el total de las respuestas de la pregunta 12. Elaboración propia.

## Gráfico 16

*Las instalaciones tecnológicas son las adecuadas para el desarrollo académico.*



Nota: En el siguiente gráfico se visualiza un diagrama de barras, donde refleja los porcentajes de respuestas de la pregunta 12. Elaboración propia.

### Análisis e Interpretación

Del total de estudiantes encuestados el 54,38% están de acuerdo, seguido del 17,88% que están totalmente de acuerdo, mientras que el 13,87% piensan indiferente, seguido del 9,12% que están en desacuerdo y el 4,74% que están totalmente en desacuerdo.

Según los datos presentados 149 estudiantes están de acuerdo en que las instalaciones de tecnología utilizadas y existentes dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas es de suma importancia ya que para ellos ayuda a su desarrollo académico dentro del salón de clases, mientras que 13 estudiantes están totalmente en desacuerdo en que las instalaciones existentes de la facultad de Ciencias Administrativas no ayudan a mejorar el desarrollo académico, ya sea por diferentes factores como la velocidad del internet, adecuación tecnológica dentro del salón de clases.

## 3.2 Verificación de Hipótesis

### Prueba de Normalidad

Para Videla et al (2023) la prueba de normalidad es una evaluación estadística utilizada para determinar si un conjunto de datos sigue una distribución normal, también conocida como distribución gaussiana. La distribución normal es una distribución simétrica en forma de campana y es fundamental en muchos métodos estadísticos paramétricos.

Según Sánchez (2023) las pruebas se utilizan para determinar si una distribución de datos sigue una distribución normal o no. Es importante ya que muchos procedimientos estadísticos asumen que los datos siguen una distribución normal, y utilizar estos procedimientos con datos que no siguen una distribución normal, puede llevar a los resultados sesgados o poco precisos, es decir estos resultados de esta prueba indican si se debe rechazar o no se rechaza la hipótesis nula, ya que los datos provienen de una población distribuida normalmente.

Es importante señalar que estas pruebas tienen limitaciones y que los resultados pueden depender del tamaño de la muestra, en algunos casos aunque los datos no sigan estrictamente una distribución normal, los métodos estadísticos pueden seguir siendo válidos debido a la complejidad o los resultados de ciertas pruebas.

Dentro de esta investigación se utilizó la plataforma SPSS para calcular la normalidad de las preguntas utilizadas en el cuestionario de este trabajo investigativo es así como se presenta a continuación:

**Tabla 17**

*Prueba de Normalidad*

Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.

1. ¿Considera usted que la Facultad de Ciencias Administrativas utiliza suficiente información digital para su formación académica?	,343	274	,000	,805	274	,000
2. ¿Considera usted que el internet es una de las herramientas del marketing digital para su desenvolvimiento académico?	,314	274	,000	,710	274	,000
3. ¿Cree usted que usar las redes sociales en clases puede afectar el aprendizaje del estudiante?	,260	274	,000	,883	274	,000
4. ¿Cree usted que las tics como herramientas del marketing digital favorecen la adquisición de aprendizajes, gracias a los ambientes de las diversas plataformas virtuales?	,333	274	,000	,786	274	,000
5. ¿Considera que las redes sociales son útiles para comunicarse	,271	274	,000	,715	274	,000
6. ¿Cuándo no asiste a clases, usted estará dispuesto a consultar lo	,324	274	,000	,750	274	,000

que realizaron mediante una red social?						
7. ¿Considera usted que es necesario poseer medios electrónicos para su aprendizaje?	,317	274	,000	,754	274	,000
8. ¿Considera que sus calificaciones reflejan el esfuerzo de sus estudios	,295	274	,000	,853	274	,000
9. ¿Considera usted que el criterio de evaluación utilizado en la Facultad de Ciencias Administrativas es el adecuado para su aprendizaje?	,311	274	,000	,840	274	,000
10. ¿Considera usted que el vínculo familiar influye en el aprendizaje del estudiante?	,307	274	,000	,798	274	,000
11. ¿Considera usted necesario capacitarse sobre las últimas actualizaciones de tecnología para su desarrollo académico?	,288	274	,000	,732	274	,000
12. ¿Considera usted que las instalaciones tecnológicas de la Facultad de Ciencias Administrativas son las adecuadas para su desarrollo académico?	,333	274	,000	,816	274	,000

Nota: En la siguiente tabla se muestra los resultados de la prueba de normalidad de las preguntas utilizadas en el cuestionario de la investigación. Elaboración propia.

Se observa que el resultado de la prueba de normalidad aplicada en este trabajo investigativo, el resultado obtenido son menores a 0,05 por lo que se concluye que la investigación presenta una distribución no paramétrica, por lo cual se toma en cuenta el resultado de la prueba de normalidad de Kolmogorov ya que aplica a una muestra mas de 50 elementos.

### **Correlación de Spearman**

Para Zuñiga et al (2022) la correlación de Spearman es una medida no paramétrica de la fuerza y dirección de una relación monótonica de dos variables. A diferencia de la correlación de Pearson, la correlación de Spearman no asume una relación lineal y es adecuada para evaluar asociaciones no lineales. Esta medida se basa en los rangos de las observaciones en lugar de en los valores brutos.

Según Mendivelso (2021) la correlación de Spearman es útil cuando los datos no cumplen con los supuestos de normalidad o cuando se trabaja con variables ordinales. Esta medida es robusta y menos sensible a valores atípicos en comparación con la correlación de Pearson. Se utiliza comúnmente en estadísticas no paramétricas y en situaciones donde la relación entre variables pueda ser no lineal.

Para la verificación de hipótesis de la presente investigación se realizó a través del software estadístico SPSS, lo cual se realizó un resumen de las preguntas de cada variable donde refleja las correlaciones bivariadas con el coeficiente de Spearman, a continuación se presenta la siguiente tabla de correlación con los diferentes resultados:



**Tabla 18***Correlación de Spearman*

	Internet	Internet	Redes Sociales	Tics	Comunicación Digital
Personal	,289**	,346**	0,094	,421**	,425**
Socio Económico y Cultural	,198**	,525**	0,098	,467**	,542**
Evaluación	,400**	,258**	,157**	,271**	,195**
Evaluación	,487**	,289**	,218**	,318**	,237**
Familiar	,260**	,333**	,302**	,341**	,333**
Personal	,290**	,529**	,236**	,486**	,434**
Institución	,575**	,256**	,213**	,294**	,261**

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: En la tabla se observa los resultados del análisis del coeficiente de correlación por Rho de Spearman.

Para la interpretación respectiva de la presente tabla se ha considerado los valores más altos arrojados del cálculo de correlación de las variables mediante el software SPSS, lo cual se presenta los valores más relevantes de las dimensiones utilizadas en el cuestionario aplicado.

Se considera la siguiente escala para su correspondiente interpretación:

**Tabla 19**

*Escala de medición de Spearman.*

<b>Valor de Rho</b>	<b>Significado</b>
<b>-1</b>	Correlación negativa grande y perfecta
<b>-0,9 a - 0,99</b>	Correlación negativa muy alta
<b>-0,7 a - 0,89</b>	Correlación negativa alta
<b>-0,4 a -0,69</b>	Correlación negativa moderada
<b>-0,2 a - 0,39</b>	Correlación negativa baja
<b>-0,01 a - 0,19</b>	Correlación negativa muy baja
<b>0</b>	Correlación nula
<b>0,01 a 0,19</b>	Correlación positiva muy baja
<b>0,2 a 0,39</b>	Correlación positiva baja
<b>0,4 a 0,69</b>	Correlación positiva moderada
<b>0,7 a 0,89</b>	Correlación positiva alta
<b>0,9 a 0,99</b>	Correlación positiva muy alta
<b>1</b>	Correlación positiva grande y perfecta.

Nota: En la presente tabla se muestra la escala del coeficiente de Rho de Spearman para comprobación de hipótesis.

Se observa que existen correlaciones entre las dimensiones de las dos variables de estudio ( marketing digital y el desempeño académico), con un valor de 0,575 lo cual refleja una correlación positiva moderada, en base a las dimensiones que representan a cada una de las variables investigadas siendo estas el internet y la institución, seguida del 0,542 que refleja a las dimensiones que representan a la comunicación digital y el nivel socio económico y cultural donde se visualiza que están correlacionadas estas dimensiones, así también como un resultado del 0,529 que refleja una correlación entre las dimensiones de las dos variables objeto de estudio las cuales son internet como lo

personal, por último refleja con un 0,525 la correlación de las dimensiones de internet que representa el marketing digital con la dimension socio economico y cultural que represnta el desemepño academico.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

- Actualmente, el desarrollo de las TIC's ha influido en el comportamiento del ser humano. En muchos casos ha revolucionado los tradicionales procesos, mientras que en otros casos ha causado distracción y desinterés. En este sentido, las técnicas de marketing digital han promocionado diversos entornos como la educación virtual, sin embargo, el uso de recursos tecnológicos ha propiciado una fácil y rápida distracción por parte de los estudiantes quienes han disminuido su desempeño académico.
- El diagnóstico del marketing digital ha permitido comprender como las estrategias digitales impactan en la medición y mejora del rendimiento académico. De esta manera, se identificaron oportunidades que optimizan la integración del marketing digital en el entorno educativo enfocado en las necesidades y expectativas de los estudiantes en la actualidad.
- Varios logros y desafíos académicos fueron identificados gracias al análisis del desempeño estudiantil realizado en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato. Consolidando así, información valiosa para el desarrollo de estrategias y medidas destinadas a mejorar la calidad educativa que impulsen el desempeño estudiantil.
- El empleo de estrategias de marketing digital ha demostrado ser un factor influyente en el rendimiento académico de los estudiantes. Además, el análisis estadístico realizado evidencia una correlación positiva moderada con un resultado del 0.575 resaltando así que el internet influye en el desempeño académico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, por

lo cual se concluye que se acepta la h1 es decir que el marketing digital si incide en el desempeño académico.

## **Recomendaciones**

- Se sugiere aprovechar al máximo las plataformas virtuales que posee la Universidad Técnica de Ambato para adquirir información que ayudará a solventar los estudios respectivos.
- Se recomienda tener un control moderado sobre las diferentes herramientas del marketing digital dentro del salón de clases ya que la mayor parte de los estudiantes utiliza las diferentes redes sociales para realizar sus tareas e investigaciones.
- Se sugiere emplear unas clases dinámicas donde no sea primordial utilizar medios electrónicos como los celulares, laptops etc para no generar una distracción total de los estudiantes en las clases que imparte el profesor.
- Se recomienda investigar las variables propuestas en este estudio en las diferentes instituciones de Educación Superior ya que hoy en día existe un alto nivel de inclinación hacia las redes sociales y el uso excesivo de las mismas para desarrollar diferentes tareas e investigaciones para el estudio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Aguirre, D., Zhindon, L., y Pomaquero, J. (2020). COVID-19 y la Educación Virtual Ecuatoriana. *IAC*, 1(2), 53-63.  
<https://doi.org/http://investigacionacademica.com/index.php/revista/article/view/24>
- Amaiquema, F., Vera, J., y Zumba, I. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Scielo*, 15(70).
- Arias, E. (2020). *Investigación de Campo*.  
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Armaza, J. (2023). El riesgo del uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de latinoamérica. *Scielo* 2.5, 15.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5241>
- Arteaga, G. (2020). *Investigación Bibliográfica*.  
<https://www.testsiteforme.com/investigacion-bibliografica/>
- Borbar, V., y López, A. (2020). Lo personal en lo educativo. *Revista Interuniversitaria de Formación de Profesorado*, 34(1), 227-242.  
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/274/27467982014/html/>
- Cáceres, J., y Sánchez, M. (2020). Cierre de Escuelas y Desigualdad Socioeducativa en tiempos del Covid-19. Una Investigación Exploratoria. *Riejs*, 9(3), 199 - 221. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.15366/riejs2020.9.3.011>
- Cárdenas, I., Vasquez, S., Verde, E., y Colque, E. (2020). Rendimiento académico: universo muy complejo para el quehacer pedagógico. (2), 13.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.17162/rmi.v5i2.1325>
- Castillo, B. (2020). Comunicación digital: La transformación de la realidad y la conciencia. *Comunicación*(42), 109-112.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.18566/comunica.n42.a09>
- Chávez, A. (2019). *Las redes sociales y su influencia en el desempeño académico*.  
Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47758/1/BFILO-PD-INF10-19-002.pdf>
- Cifuentes, E., y Suárez, J. (2019). *Marketing digital en la convivencia escolar*.  
Universidad de Guayaquil.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/41134/1/BFILO-PMP-19P90.pdf>

- Cólas, P., y Hernández, M. (2021). Las competencias investigadoras en la formación universitaria. *Scielo*, 13(1).  
[https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000100017&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000100017&script=sci_arttext&tlng=en)
- Coll, F., y López, J. (2020). *Estudio Transversal*.  
[https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html#google\\_vignette](https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html#google_vignette)
- Corredor, M., y Moreno, J. (2020). Motivación y concepciones que alumnos de educación básica atribuyen a su rendimiento académico en matemáticas. *Revista Fuentes*, 22(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2020.v22.i1.10>
- Cruz, E. (2022). Efectos sobre la salud por el uso abusivo de la tecnología. *Revista Ocronos*, 5(4), 61. <https://doi.org/https://revistamedica.com/efectos-salud-uso-abusivo-tecnologia/>
- Cruzado, J. (2022). La evaluación formativa en la educación. *Scielo*, 13(2).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.13.2.672>
- Díaz, G. (2020). Metodología del estudio piloto. *Scielo*, 26(3).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0717-93082020000300100>
- Esparza, F., Sanchez , R., Esparza, S., Esparza , E., y Villacres, A. (2020). Factores de rendimiento académico en estudiantes universitarios, componentes de calidad de la educación superior. Estudio de caso Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. *Scielo*, 22(33).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22458/ie.v22i33.2893>
- Gómez, E. (2021). La gestión de la convivencia escolar en la educación básica en México: desde la perspectiva del marketing educativo. *Apuntes Universitarios.*, 11(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.17162/au.v11i2.630>
- Gordillo, L. (2020). El marketing educativo como estrategia para la satisfacción de alumnos universitarios. *Scielo*, 8.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8nspe1.499>.
- Gordillo, L., Dominguez, B., Vega, C., De la Cruz, A., y Ángeles, M. (2020). El Marketing educativo como estrategia para la satisfacción de alumnos universitarios. *Scielo*, 8.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8nspe1.499>



- Granda, L., Espinoza, E., y Mayon, S. (2019). Las Tics como herramientas didácticas del proceso de enseñanza-aprendizaje. *Scielo*, 15(66). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000100104&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000100104&script=sci_arttext&tlng=en)
- Guamán, E. (2018). Redes sociales y el desempeño académico. *Remca*, 1(2), 7. <https://doi.org/http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/50/156>
- Guevara, G., Verdesoto, A., y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *recimundo*, 4(3). [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández, A., Carro, E., y Martínez, I. (2019). Plataformas digitales en la educación a distancia en México, una alternativa de estudio en comunicación. *Revista Red*, 19(60). <https://doi.org/https://doi.org/10.6018/red/60/07>
- Hernández, N. (2023). *Marketing digital para instituciones educativas: cómo destacar en esta nueva era y atraer estudiantes*. <https://scalalearning.com/marketing-digital-instituciones-educativas/>
- INEC. (2023). *Tecnologías de la Información y Comunicación - TIC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Jaimés, I., Álvarez, C., y Jaramillo, C. (2020). Determinantes sociales de la salud y la enfermedad visual en caficultores de Caldas, Colombia. *Scielo*, 46(1). Obtenido de <https://www.scielosp.org/article/rcsp/2020.v46n1/e1387/>
- López, A., y Esteves, Z. (2022). El marketing digital educativo. Un aporte innovador para gestión educativa. [https://doi.org/DOI 10.35381/cm.v8i1.630](https://doi.org/DOI%2010.35381/cm.v8i1.630)
- López, L. (2022). Población, Muestra y Muestreo. *Scielo*, 09(08), 204. [https://doi.org/http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S02762004000100012#:~:text=Es%20el%20conjunto%20de%20personas,los%20accidentes%20viales%20entre%20otros%22.](https://doi.org/http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S02762004000100012#:~:text=Es%20el%20conjunto%20de%20personas,los%20accidentes%20viales%20entre%20otros%22.)
- Lopez, M. (2023). Rendimiento académico y redes sociales de adolescentes de una ciudad caribeña de Colombia. *Psicología BMC*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40359-023-01299-9>

- Loza, R., Mamani, J., Mariaca, J., y Yanqui, F. (2020). Paradigma sociocrítico en investigación. *Psiquemag*, 9(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.18050/psiquemag.v9i2.2656>
- Marín, V., y Cabero, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. *Idus*, 22(2), 25-33.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.5944/ried.22.2.24248>
- Martínez, I., Torres, M., y Rios, V. (2020). El contexto familiar y su vinculación con el rendimiento académico. *Rediech*, 11, 17.  
[https://doi.org/https://doi.org/10.33010/ie\\_rie\\_rediech.v11i0.657](https://doi.org/https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v11i0.657)
- Matassi, M., y Boczkowski, P. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. *E-lis*, 29(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>
- Mayorga, R., Virgen, A., Martínez, A., y Salazar, D. (2020). Prueba Piloto. *Salud y Educación*, 9(17), 69-70.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.29057/icsa.v9i17.6547>
- Medina, M., Mera, C., Montoya, A., Ruiz, G., y Zambrano, V. (2020). Motivación académica y procrastinación académica en estudiantes de una universidad pública de Guayaquil. *Ciencia Latina*, 7(1), 24. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i1.5068](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5068)
- Mendivelso, F. (2021). Prueba no paramétrica de correlación de Spearman. *Médica Sanitas*, 14(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26852/01234250.578>
- Miniguano, D. (2017). “Uso de las redes sociales y su impacto en el rendimiento académico de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social.”  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25343/1/FJCS-CS-452.pdf>
- Miranda, S. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Ride*, 11(21), 113. <https://doi.org/https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Mucha, L., Chamorro, R., Oseda, M., y Alania, R. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Desafíos*, 12(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Muñoz, E., y Solís, B. (2021). Enfoque Cualitativo y Cuantitativo de la Evaluación Formativa. *Scielo*, 6(3).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.5512591>

- Murillo, J., & Graña, R. (2020). Una panorámica de la segregación escolar por nivel socioeconómico en Uruguay. *Scielo*, 11(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.18861/cied.2020.11.1.2941>
- Palmero, S. (2021). *La enseñanza del componente gramatical: el método deductivo e inductivo*. Facultad de Educación, Universidad de la Laguna.  
<https://doi.org/http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/23240>
- Pérez, A. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. . *Icono 14*, 18(2). <https://doi.org/ri14.v18i2.1580>
- Piñero, M., Vidal, M., López, I., y López, M. (2021). *Marketing en redes sociales*. Madrid: Alpha Editorial S.A.  
[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=vtavEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=redes+sociales&ots=Dfe3yDaoy&sig=ARcspnXJrtl6gW9UdeDaYI5O6BQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=redes%20sociales&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=vtavEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=redes+sociales&ots=Dfe3yDaoy&sig=ARcspnXJrtl6gW9UdeDaYI5O6BQ&redir_esc=y#v=onepage&q=redes%20sociales&f=false)
- Qiu, L., y Sun, B. (2021). El compromiso escolar como mediador en las relaciones sociales u el rendimiento académico de los estudiantes. *Revista Internacional de la Ciencia Colectiva*, 5(1), 17-30. <https://doi.org/10.1108/IJCS-02-2020-000>
- Ramírez, A., y Polack, A. (2020). Estadística inferencial. Elección de una prueba estadística no paramétrica en investigación científica. *Horizonte de la Ciencia*, 10(19). <https://doi.org/https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.19.597>
- Ramírez, E., Casassas, M., y Soto de la Cruz, P. (2022). ¿El nivel socioeconómico de los padres determina su disposición a participar en la educación de sus hijos?: Un análisis de estudiantes que cursan enseñanza básica en Chile. *Scielo*, 6(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.32719/26312816.2022.6.1.3>
- Rodríguez, J., y Álvarez, M. (2020). Alfa de Cronbach. *Reire*, 13(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rodríguez, Y. (2022). Instrumentos y tipos de evaluación. *Con-Ciencia Serrana*, 4(7), 37-39.  
<https://doi.org/https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ixtlahuaco/issue/archive>
- Rubilar, P., Maldonado, A., y Tapia, M. (2022). Evaluación educativa de los aprendizajes: Conceptualizaciones básicas de un lenguaje profesional para su

- comprensión. *Scielo*, 15(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22235/pe.v15i1.2638>
- Saavedra, N., y Miriam, B. (2019). *Relación entre el uso del internet como recurso educativo y el rendimiento académico de los alumnos del I ciclo de la escuela de Industrias Alimentarias de la UNASAM-2016*. Universidad San Pedro. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/337598943.pdf>
- Salas, D. (2020). *La encuesta y el cuestionario*.  
<https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Sánchez, M., y Delgado, J. (2020). Gestión Educativa en el desarrollo del aprendizaje en las Instituciones Educativas. *Ciencia Latina*, 4(2).  
[https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v4i2.196](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.196)
- Sánchez, P., Arenas, E., y Escobar, J. (2021). Metodología de evaluación de competencias digitales en estudiantes de maestría con modalidad virtual. *Scielo*, 14(4). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000400071>
- Suárez, R., Suárez, J., y Valiente, C. (2020). Implicación estudiantil y parental en los deberes escolares : diferencias según el curso, género y rendimiento académico. *Redined*, 15(2), 151 - 165.  
<https://doi.org/https://hdl.handle.net/11162/219565>
- Valdes, G., Molina, M., y Gonzáles, J. (2022). Competencia comunicativa en educación superior: hacia una evaluación diagnóstica integral. *Scielo*, 32(1), 106 - 119. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15443/rl3207>.
- Vargas, J. (2020). Hábitos de estudio y su relación con el rendimiento académico de los estudiantes del segundo año de la Escuela Profesional de Medicina de la Universidad Nacional de San Marcos, Perú. *Scielo*, 16(77). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442020000600354](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000600354)
- Vega, C., Maguiña, J., Soto, A., Lama, J., y Correa, L. (2021). Estudios Transversales. *Scielo*, 21(1).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>
- Videla, Á., Ayala, R., Carsalade, N., y Barraza, M. (2023). ¿Cómo determinar efectivamente si una serie de datos sigue una distribución normal cuando el

- tamaño muestral es pequeño? *Scielo*, 40(1).  
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.20960/nh.04519>
- Zaldivar, M., y Pérez, A. (22 de Febrero de 2019). *La fluidez del pensamiento desde la enseñanza de las ciencias*. Obtenido de  
<https://rieoei.org/historico/deloslectores/968Zaldivar.pdf>
- Zambrano, D., y Quiroz, M. (2019). Las tecnologías de la información y la comunicación en la educación superior. *Refcale*, 7(1). Obtenido de  
<https://refcale.ulead.edu.ec/index.php/refcale/article/view/2750>
- Zuccherino, S. (2021). *Social media marketing: la revolución de los negocios y la comunicación digital*. Temas Grupo Editorial. Obtenido de  
[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=gFpEEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=comunicacion+digital&ots=D245aXDncy&sig=PIIdXP1A5\\_p8i3p9b3Pmbtm4qeOc&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=gFpEEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=comunicacion+digital&ots=D245aXDncy&sig=PIIdXP1A5_p8i3p9b3Pmbtm4qeOc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Zuñiga, E., Chambi, S., Carbajal, C., Meléndez, F., Figueroa, I., Viveros, W., y Coaquira, J. (2022). La Correlación de Pearson o de Spearman en caracteres físicos y textiles de la fibra de alpacas. *Scielo*, 33(3).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15381/rivep.v33i3.22908>

## ANEXOS



### EL MARKETING DIGITAL Y EL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.



#### Encuesta dirigida a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas.

- **Objetivo:**

Conocer las diferentes percepciones del marketing digital en el desempeño académico en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

**Instrucciones:** Conteste a las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible, marcando la opción que más encaje con su criterio u opinión en cada una de las preguntas presentadas. Le agradecemos por aportar con su criterio a nuestra recolección de datos.

#### 1.- Preguntas de Información General

##### 1.1.- ¿Cuál es su género?

- Masculino
- Femenino

##### 1.2.- ¿Cuántos años tiene usted?

- 18 - 20
- 21- 23
- 24- 25
- 26 - 28
- 29 o mas

##### 1.3.- ¿Se encuentra registrado en alguna red social?

- Si
- No

#### CUESTIONARIO

1.- ¿Considera usted que la Facultad de Ciencias Administrativas utiliza suficiente marketing digital para su formación académica?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**2.- ¿Considera usted que el internet es una de las herramientas del marketing digital para su desenvolvimiento académico?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**3.- ¿Cree usted que usar las redes sociales en clases puede afectar el aprendizaje del estudiante?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**4.- ¿Cree usted que las tics como herramientas del marketing digital favorecen la adquisición de aprendizajes, gracias a los ambientes de las diversas plataformas virtuales?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**5.- ¿Considera que las redes sociales son útiles para comunicarse?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**6. ¿Cuándo no asiste a clases, usted estará dispuesto a consultar lo que realizaron mediante una red social?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**7.- ¿Considera usted que es necesario poseer medios electrónicos para su aprendizaje?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**8.- ¿Considera que sus calificaciones reflejan el esfuerzo de sus estudios?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**9.- ¿Considera usted que el criterio de evaluación utilizado en la Facultad de ciencias Administrativas es el adecuado para su aprendizaje?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**10.- ¿Considera usted que el vínculo familiar influye en el aprendizaje del estudiante?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo



- Totalmente de acuerdo.

**11.- ¿Considera usted necesario capacitarse sobre las últimas actualizaciones de tecnología para su desarrollo académico?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**12.- ¿Considera usted que las instalaciones tecnológicas de la Facultad de Ciencias Administrativas son las adecuadas para su desarrollo académico?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo.

**! GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN ;**