



Universidad Juárez Autónoma De Tabasco  
División Académica De Ciencias Económico Administrativo



Actividad 6:  
Enfoque, tipo y diseño

Alumno:  
Carlos Emilio Lozano García

Materia:  
Seminario 1

Docente:  
Minerva Camacho Javier

Licenciatura y semestre:  
Administración 9no

Fecha:  
04/10/2025

## **Ejemplo de Avance: Enfoque, tipo y diseño del estudio**

### **Enfoque de la investigación**

El presente estudio adopta un enfoque mixto, ya que está integrado por el análisis cualitativo y cuantitativo, en la parte cuantitativa nos permitirá medir la relación entre la implementación de nuevas estrategias de marketing digital, como el uso de las redes sociales, ventas digitales, publicidad digital, y la parte de los indicadores de competitividad de las pymes, como capacitación de clientes y presencia en el mercado, ahora si bien en la parte cualitativa podemos buscar las percepción, experiencia de los empresas respecto al marketing digital, haciendo que se tenga una visión más profunda sobre la práctica y su barrera

### **Tipo de investigación**

El estudio se clasifica como investigación descriptiva correlacional.

- Descriptiva: ya que busca detallar las principales estrategias del marketing digital, empleadas por las pymes, para así poder incrementar su competitividad
- Correlacional: porque pretende analizar la relación existente entre la aplicación de estrategia y el nivel de competitividad en el mercado

### **Diseño del estudio**

El diseño es no experimental y transversal correlacional.

- Transversal: ya que la recolección de datos se realizará en un solo momento, lo cual no permite que podamos identificar la relación entre el marketing digital y competitividad

### **Muestra/Sujetos de investigación**

El método utilizado para la selección de los sujetos de estudio fue el de conveniencia (Sampieri et al., 2023).

Cualitativo: se hace una entrevista a las empresas y directivos de las pymes que forman parte del sector comercial, con el fin de conoce sus experiencias sobre el marketing digital

**Tabla 1**

Elemento	Descripción	Técnica de investigación	Instrumentos
Enfoque	Combinación de ambos métodos cualitativos y cuantitativos	Cualitativo: encuesta	Guía de entrevista y cuestionario, ambos relacionadas en una sola
Tipo	Ánálisis descriptivo	Entrevista y encuesta	Guion de preguntas
Diseño	Correlacional	Ánálisis estadístico	Software estadístico el excell

## **Procedimiento**

La investigación de lleva acabo de la siguiente fase

Como primer punto tenemos la aplicación de encuestas en donde recopilaremos información sobre el porcentaje de las empresas que aplican la estrategia de marketing digital

Como segundo punto haremos entrevistas, de cuáles son las barreras que tienen o el por qué tienen esa barrera para poder aplicar el marketing digital

Como tercer punto tenemos el análisis de datos que será la información cuantitativa, con el objetivo de recaudar la información, la relación que tienen y analizarla de manera estadística