



Universidad Juárez Autónoma De Tabasco
División Académica De Ciencias Económico Administrativo



Actividad 3:
Justificación, relevancia y viabilidad

Alumno:
Carlos Emilio Lozano García

Materia:
Seminario 1

Docente:
Minerva Camacho Javier

Licenciatura y semestre:
Administración 9no

Fecha:
13/09/2025

Avance en el protocolo de investigación

4. Justificación, relevancia y viabilidad

Justificación

La transformación digital se ha convertido en un punto clave para la competitividad y sustentabilidad de las pequeñas empresas. En México, el 94% de los emperadores consideran la digitalización como un elemento estratégico para su crecimiento, actualmente las empresas representan las bases fundamentales en la económica, ya que ellas generan la gran mayoría de empleos y contribuyen al producto interno bruto (INEGI 2023) particularmente en Tabasco el marketing digital ha emergido como una herramienta eficaz para que las empresas locales puedan mejorar su visibilidad, atraer a clientes y adaptarse a los cambios del entorno económico (Ramírez Martínez 2021)

En contexto, el marketing digital, se crea como una estrategia clave para tener presencia en el mercado, para mejorar la comunicación con los clientes o consumidores, y claro lo más importante hacer crecer las oportunidades (Kloter & Keller, 2021) en comparación con el marketing tradicional, las herramientas digitales, permiten a las empresas, tener una mayor eficiencia en el uso de los recursos limitados.

Relevancia

- **Económico:** Proporciona a los empresarios un marco de referencias para implementar estrategias digitales que mejoren la competitividad y el crecimiento económico.
- **Social:** Favorece la sostenibilidad y el crecimiento de las pequeñas empresas, que contribuyen a la competitividad y crecimiento económico, así como una fuente de empleos, beneficiando a las familias

Viabilidad

La viabilidad del proyecto se garantiza por:

- **Recursos humanos:** El equipo de investigación cuenta con conocimiento en el marketing digital
- **Recursos materiales:** Se dispone al acceso de bases de datos académicos, software para el análisis y herramientas digitales necesario para la investigación.

- **Acceso a la población de estudio:** Se cuenta con la posibilidad de contactar pequeñas empresas, a través de familiares y amigos y cámaras empresariales y asociadas como la (Canacintra, Esencia Tabasco)
- **Tiempo y financiamiento:** El cronograma prevé un periodo de 2 semanas con la posibilidad de gestionar apoyo institucional y recursos propios para el desarrollo de la investigación.

Referencias

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Dirección de marketing* (16a ed.). Pearson

Rebollo Meza, J. ., García Alvarez, A. D. ., & Altonar De La Cruz, B. S. . (2022). Las estrategias de marketing digital en las relaciones con los clientes (CRM) en las empresas pyme de Tabasco México. *Publicaciones E Investigación*, 16(2). <https://doi.org/10.22490/25394088.5798>

Vendrell, M. (2024). Desarrollo del pensamiento crítico en la universidad: Estrategias para superar desafíos y fomentar su crecimiento. *Revista de la Educación Superior*, 53(210), 1–20. <https://doi.org/10.36857/resu.v53i>