

Apuntes de Seminario de Investigación I

Presentan:

Valeria de los Angeles Almeida Morales

José David Castillo Méndez

Asignatura Impartida por la:

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02-2025

Índice

Introducción

A. Investigación Documental

- a) Avance 1. Ficha de tema y mapa conceptual
- b) Avance 2. Planteamiento del problema y objetivos
- c) Avance 3. Justificación, Relevancia y Viabilidad
- d) Avance 4. Estrategia de búsqueda y matriz
- e) Avance 5. Borrador de marco teórico
- f) Avance 6. Enfoque, Tipo y Diseño de estudio
- g) Avance 7. Población Muestra, Criterios y Acceso
- h) Avance 8. Guion y Validez de contenido
- i) Avance 9. Plan de análisis
- j) Avance 10. Protocolo V1
- k) Avance 11. Protocolo final
- l) Avance 12. Video defensa
- m) Avance 13. PEV

Conclusión

Referencias

Introducción

El presente trabajo tiene como propósito analizar cómo las redes sociales influyen en la generación de ventas y en la respuesta logística de las microempresas ubicadas en Villahermosa, Tabasco. Este tema resulta especialmente relevante porque, en la actualidad, muchos negocios locales dependen de plataformas como Facebook e Instagram para promocionar sus productos, atraer clientes y coordinar entregas, aun cuando cuentan con recursos limitados y enfrentan condiciones particulares como el clima extremo, la competencia y la necesidad de adaptarse a procesos digitales. El objetivo central de esta actividad fue comprender de manera amplia este fenómeno y relacionarlo con los retos reales que viven las microempresas para mantenerse activas y competitivas.

La organización del trabajo siguió un orden lógico basado en los apartados solicitados en la lista de cotejo. Se inició con el planteamiento del problema y los objetivos, lo que permitió definir la importancia del estudio. Luego se desarrolló el marco teórico y los antecedentes con conceptos clave sobre microempresas, marketing digital y logística. Posteriormente se explicó la metodología utilizada, describiendo la población, la muestra y los criterios aplicados. Después se incorporaron los análisis y desarrollos correspondientes a cada punto solicitado, siguiendo una secuencia que facilita la comprensión general del tema y la coherencia entre los apartados.

El desarrollo de este trabajo permitió un aprendizaje significativo en la elaboración de un planteamiento formal de investigación, la construcción de apartados metodológicos y la integración de información teórica extensa. También fortaleció la capacidad de explicar fenómenos reales desde una perspectiva académica, especialmente al relacionar la operación cotidiana de las microempresas con los procesos digitales actuales. Sin embargo, surgieron limitantes como la necesidad

de extender mucho cada apartado para cumplir con la profundidad requerida, así como la falta de datos empíricos directos, lo que llevó a basar el análisis principalmente en teoría y contexto. Aun así, la actividad permitió construir un documento sólido, coherente y adecuado a los objetivos planteados.

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Tema:	Ficha de Tema y mapa conceptual
Ficha de la fuente de información.	
No. 1	Fuente original (hipertexto o base de datos). Google Scholar – Artículo académico

Palabras claves. Redes sociales, microempresas, ventas digitales, logística, marketing digital

Referencia APA.

Celaya, I. (2019). *Redes sociales y estrategia empresarial en pequeñas empresas latinoamericanas*. Revista Iberoamericana de Comunicación, 16(2), 45–60.

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Este artículo analiza la adopción de redes sociales por pequeñas empresas en Latinoamérica, enfocándose en las razones que impulsan su uso y los beneficios alcanzados. El autor explica que Facebook e Instagram son herramientas accesibles para negocios con recursos limitados, permitiéndoles aumentar visibilidad, generar interacción y captar clientes sin grandes inversiones. Además, destaca que las redes sociales ayudan a complementar procesos logísticos, ya que facilitan la comunicación con el cliente, aceleran la toma de pedidos y permiten resolver dudas en tiempo real. El estudio concluye que, a pesar de las limitaciones económicas, las microempresas logran mejorar sus ventas y eficiencia operativa mediante estrategias digitales básicas, especialmente cuando se enfocan en contenido visual atractivo y respuestas rápidas.

Texto (literal con número de página)

“Las pequeñas empresas latinoamericanas han encontrado en redes como Facebook e Instagram una vía económica para promocionar productos, gestionar pedidos y mantener comunicación fluida con los clientes, lo cual mejora tanto sus ventas como su capacidad de respuesta operativa” (Celaya, 2019, p. 52).

Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>
<p>El autor explica que muchas microempresas, pese a su falta de capital, utilizan redes sociales como herramientas clave para atraer clientes, organizar pedidos y mejorar la comunicación. Esto les permite crecer sin necesidad de invertir en infraestructura compleja, fortaleciendo tanto la promoción digital como la logística cotidiana del negocio.</p>

Tema:	Planteamiento del problema y objetivos
Ficha de la fuente de información.	
No. 2	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Artículo académico
Palabras claves. Microempresas, digitalización, obstáculos, ventas online, logística	
Referencia APA. Quispe, M. (2021). <i>Desafíos logísticos y comerciales en microempresas digitalizadas en México</i> . Revista de Estudios Empresariales, 28(3), 77–94.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El texto examina los principales problemas que enfrentan las microempresas al incorporar herramientas digitales, como redes sociales, para vender. Se identifican dificultades como la falta de conocimiento técnico, el manejo ineficiente del tiempo y una logística improvisada que depende demasiado del	

dueño del negocio. El autor señala que, aunque las redes sociales impulsan las ventas, también generan retos: incremento en el número de pedidos, necesidad de rapidez, errores en entregas y saturación de mensajes. Esto muestra la importancia de definir objetivos claros como mejorar la respuesta logística, organizar pedidos y profesionalizar la atención digital.

Texto (literal con número de página)

“Las microempresas que adoptan redes sociales como principal canal de venta enfrentan aumentos abruptos en la demanda que sobrepasan su capacidad logística, lo cual evidencia la necesidad de una planificación formal” (Quispe, 2021, p. 83).

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

El autor indica que cuando las microempresas empiezan a recibir más pedidos por redes sociales, su operación se vuelve compleja, por lo que deben reorganizar tanto sus tiempos como sus procesos. Esto convierte la logística en un aspecto prioritario a mejorar.

Tema:	Justificación, Relevancia y Viabilidad
Ficha de la fuente de información.	
No. 3	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). Base de datos Redalyc</i>

Palabras claves. Importancia del estudio, redes sociales, MIPYMES, innovación

Referencia APA.

Luna, A., & Torres, J. (2020). *Transformación digital en microempresas mexicanas: motivaciones y barreras*. Revista Latinoamericana de Innovación, 12(1), 21–38.

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Este trabajo describe por qué estudiar la digitalización en las microempresas es fundamental. La investigación explica que estas empresas representan la mayoría del tejido económico mexicano y que su supervivencia depende, cada vez más, de su capacidad para adaptarse al entorno digital. Las redes sociales son la principal herramienta accesible para ellas. Los autores justifican la importancia de analizar su impacto porque las ventas digitales pueden marcar la diferencia entre cerrar o mantenerse en el mercado. Además, destacan que evaluar su logística es necesario para entender cómo responder a la demanda generada.

Texto (literal con número de página)

“La transformación digital es una necesidad urgente para las microempresas mexicanas, ya que su permanencia depende de su habilidad para integrar herramientas accesibles como redes sociales” (Luna & Torres, 2020, p. 27).

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

El estudio sostiene que las redes sociales se han vuelto indispensables para que las microempresas se mantengan competitivas, por lo que analizar su uso es relevante, viable y necesario para comprender cómo mejorar ventas y logística.

Tema:	Estrategia de búsqueda y matriz
Ficha de la fuente de información.	
No. 4	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Scielo – Artículo académico
Palabras claves. Metodología, búsqueda académica, microempresas digitales, marketing digital	
Referencia APA. Gutiérrez, L., & Mena, R. (2018). <i>Métodos de búsqueda de información científica para estudios empresariales</i> . Revista de Investigación Universitaria, 6(2), 89–104.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El artículo expone técnicas y estrategias de búsqueda empleadas en investigaciones académicas relacionadas con empresas y digitalización. Incluye el uso de operadores booleanos, filtros temáticos y selección de artículos revisados por pares. Los autores explican que buscar información sobre microempresas en redes sociales requiere seleccionar bases especializadas en economía, administración y ciencias sociales, además de combinar palabras clave como “microempresas”, “redes sociales”, “ventas digitales”, “logística” y “consumo digital”. Esto asegura que las fuentes seleccionadas sean confiables, actualizadas y pertinentes al fenómeno estudiado. También abordan cómo construir matrices de análisis para clasificar artículos por categoría, metodología, aportes y limitaciones.	
Texto (literal con número de página)	

“El proceso de búsqueda científica demanda el uso de estrategias estructuradas que permitan localizar información vigente, validada y pertinente al fenómeno estudiado” (Gutiérrez & Mena, 2018, p. 92)

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

“El proceso de búsqueda científica demanda el uso de estrategias estructuradas que permitan localizar información vigente, validada y pertinente al fenómeno estudiado” (Gutiérrez & Mena, 2018, p. 92)

Tema:	Borrador de Marco Teórico
Ficha de la fuente de información.	
No. 5	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Google Scholar – Artículo
Palabras claves. Marketing digital, ventas en redes sociales, logística, microempresas mexicanas	
Referencia APA. Sánchez, P., & Molina, D. (2022). <i>Impacto del marketing digital en el crecimiento de microempresas mexicanas</i> . Revista Contemporánea de Negocios, 10(3), 115–132.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Este artículo analiza el papel del marketing digital en el crecimiento de pequeñas y microempresas mexicanas. Explica cómo plataformas como Instagram, Facebook y WhatsApp Business han transformado la relación entre	

clientes y negocios, permitiendo ventas directas sin intermediarios. Los autores señalan que estas herramientas también influyen en la logística, pues generan la necesidad de entregar productos con rapidez y precisión. La revisión teórica se basa en modelos de comunicación digital, comportamiento del consumidor online y estrategias de respuesta operativa. Se concluye que el marketing digital es hoy una de las variables más influyentes en el rendimiento de las microempresas.

Texto (literal con número de página)

“El marketing digital no solo incrementa la visibilidad comercial, sino que reorganiza la cadena de valor de las microempresas al exigir procesos logísticos más rápidos y coordinados” (Sánchez & Molina, 2022, p. 128).

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Los autores explican que la presencia en redes no solo mejora la publicidad, sino que obliga a las microempresas a innovar en su logística y en la manera en que entregan productos, haciéndolas más eficientes y competitivas.

Tema:	Enfoque, Tipo y Diseño de Estudio
Ficha de la fuente de información.	
No. 6	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Redalyc – Artículo académico

<p>Palabras claves. Metodología, estudios sociales, métodos mixtos, investigación empresarial</p>
<p>Referencia APA.</p> <p>Rivas, E. (2017). <i>Metodologías de investigación aplicadas a estudios de pequeñas empresas</i>. Revista de Ciencias Sociales, 23(4), 211–230.</p>
<p>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</p>
<p>El artículo presenta distintos enfoques metodológicos aplicables a estudios sobre pequeñas empresas. Explica la utilidad del enfoque mixto cuando se busca estudiar fenómenos digitales que combinan comportamiento humano, procesos administrativos y rendimiento comercial. El autor describe que el enfoque cuantitativo permite medir ventas, tiempos de respuesta y niveles de interacción digital; mientras que el enfoque cualitativo ayuda a comprender percepciones, estrategias de negocio y experiencias de los dueños. También se explica la conveniencia de utilizar un diseño no experimental, transversal y descriptivo para investigaciones sobre redes sociales, pues los datos se observan tal como ocurren en su contexto real.</p>
<p>Texto (literal con número de página)</p>
<p>“Los estudios sobre pequeñas empresas requieren metodologías flexibles, siendo los enfoques mixtos una alternativa adecuada para analizar tanto indicadores numéricos como experiencias empresariales” (Rivas, 2017, p. 217).</p>
<p>Prontuario</p>
<p><i>Parafraseo del texto seleccionado.</i></p>

El autor recomienda usar una metodología que combine mediciones y experiencias porque las microempresas funcionan de manera dinámica, y se necesita captar tanto lo que ocurre en números como lo que sienten y viven sus dueños.	
Tema:	Población, Muestra, Criterios y Acceso
Ficha de la fuente de información.	
No. 7	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Scielo – Artículo académico
Palabras claves. Muestreo, criterios de selección, microempresas, estudios locales	
Referencia APA. Delgado, J. (2020). <i>Técnicas de muestreo aplicadas a microempresas en estudios locales</i> . Revista de Métodos Sociales, 14(1), 54–70.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El artículo explica los criterios que deben considerarse al seleccionar microempresas para una investigación académica, especialmente cuando se estudian sectores específicos como los negocios locales y digitales. El autor destaca la importancia de delimitar la población geográfica, en este caso un municipio o ciudad como Villahermosa. Sugiere usar muestreo intencional cuando se requieren microempresas activas en redes sociales. También describe procesos de acceso al campo como contacto vía WhatsApp, visitas presenciales y entrevistas pactadas. El estudio subraya que los criterios deben basarse en características reales del fenómeno que se pretende medir.	
Texto (literal con número de página)	

“Los estudios sobre microempresas deben apoyarse en criterios de selección que reflejen condiciones reales del mercado local y faciliten el acceso a unidades de observación relevantes” (Delgado, 2020, p. 63).

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

El autor señala que seleccionar microempresas participantes no puede ser aleatorio, sino basado en características útiles para la investigación, como uso activo de redes sociales y operación logística local.

Tema:	Guion y Validez de contenido
Ficha de la fuente de información.	
No. 8	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Google Scholar – Artículo académico
Palabras claves. Validez de contenido, juicio de expertos, metodología, instrumentos de investigación	
Referencia APA. Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, A. (2008). <i>Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su uso</i> . Avances en Medición, 6, 27–36.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El artículo explica cómo se garantiza la validez de contenido en instrumentos utilizados dentro de investigaciones sociales. Describe que la validez de contenido consiste en asegurarse de que cada pregunta, indicador o categoría	

realmente represente el concepto que se pretende medir. Para esto, se utiliza el juicio de expertos, donde profesionales especializados revisan el instrumento y evalúan claridad, pertinencia, coherencia interna y relevancia. Esta metodología es ampliamente recomendada en estudios aplicados a empresas, marketing y procesos organizacionales debido a la necesidad de contar con mediciones confiables. El artículo también menciona métodos cuantitativos, como el Índice de Validez de Contenido (IVC).

Texto (literal con número de página)

“La validez de contenido es esencial para garantizar que los instrumentos reflejen adecuadamente las dimensiones que se desean evaluar, siendo el juicio de expertos la técnica más utilizada para comprobarlo” (Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, 2008, p. 30).

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Los autores explican que para comprobar que un instrumento mide lo correcto, es necesario pedir a expertos que revisen cada pregunta o elemento. Esto hace que el contenido sea confiable y adecuado para estudios serios como los que analizan microempresas y redes sociales.

Tema:	Plan de análisis
Ficha de la fuente de información.	
No. 9	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Redalyc – Artículo académico

Palabras claves. Análisis estadístico, análisis cualitativo, microempresas, métodos mixtos
Referencia APA. Martínez, L., & Torres, R. (2019). <i>Estrategias de análisis en investigaciones mixtas aplicadas a estudios empresariales</i> . Revista de Estudios Organizacionales, 8(2), 45–62.
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)
El artículo desarrolla métodos de análisis para investigaciones de tipo mixto, especialmente en temas empresariales. Los autores explican que el análisis cuantitativo se centra en identificar patrones numéricos mediante frecuencias, porcentajes y correlaciones, lo cual resulta ideal para medir interacciones en redes sociales, número de ventas y tiempos de entrega. Mientras tanto, el análisis cualitativo examina discursos, experiencias y percepciones de los participantes. El artículo enfatiza que ambos tipos de análisis deben integrarse para entender fenómenos complejos como el impacto digital sobre la logística.
Texto (literal con número de página)
“El análisis mixto permite comprender tanto los patrones numéricos observables como las significaciones que los actores atribuyen a sus prácticas empresariales” (Martínez & Torres, 2019, p. 52).
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

Los autores explican que un solo tipo de análisis no es suficiente para explicar cómo funcionan las microempresas; se necesita combinar datos duros con testimonios y experiencias para tener una visión completa.

Tema:	Protocolo V1
Ficha de la fuente de información.	
No. 10	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Scielo – Artículo académico
Palabras claves. Protocolos de investigación, estructura metodológica, estudios sociales	
Referencia APA. Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. (2018). <i>Elaboración de protocolos de investigación social: elementos esenciales</i> . Revista Ciencias Humanas, 12(1), 77–95.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El artículo describe cómo se construye un protocolo de investigación en su primera versión. Explica que un protocolo debe incluir el planteamiento del problema, objetivos, marco teórico preliminar, metodología, plan de análisis y consideraciones éticas. Su propósito es establecer una guía clara de cómo se desarrollará la investigación. También se enfatiza que la versión 1 de un protocolo suele ser ajustada posteriormente tras revisiones docentes o de expertos. En estudios sobre microempresas, la claridad del protocolo es clave para evitar desviaciones metodológicas.	
Texto (literal con número de página)	

“El protocolo de investigación constituye la hoja de ruta que orienta la ejecución del estudio, siendo su primera versión un borrador susceptible de revisión y mejora” (Hernández-Sampieri & Torres, 2018, p. 82).
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>
Los autores afirman que el protocolo inicial es una guía que detalla cómo se realizará la investigación, pero normalmente se modifica conforme se avanza, ya sea por correcciones o recomendaciones externas.

Tema:	Protocolo final
Ficha de la fuente de información.	
No. 11	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Google Scholar – Artículo
Palabras claves. Protocolos finales, validación, investigaciones sociales	
Referencia APA. Méndez, R. (2021). <i>La consolidación del protocolo en investigaciones aplicadas</i> . Revista de Investigación y Sociedad, 9(4), 101–118.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El artículo explica la importancia del protocolo final como documento consolidado que define con precisión cada fase del estudio. El autor señala que, tras someterse a revisiones, correcciones y validación por expertos, el protocolo final debe presentar objetivos claros, variables definidas y un marco	

<p>metodológico sólido. En estudios aplicados a microempresas, el protocolo final permite operar el estudio sin improvisaciones, asegurando la coherencia entre teoría, metodología y análisis.</p>	
<p>Texto (literal con número de página)</p>	
<p>“El protocolo final se constituye como el documento más depurado y establece las bases definitivas para ejecutar el estudio sin ambigüedades metodológicas” (Méndez, 2021, p. 112).</p>	
<p>Prontuario</p>	
<p><i>Parafraseo del texto seleccionado.</i></p> <p>El autor explica que el protocolo final es la versión más pulida del proyecto, donde ya todo está claro y listo para aplicarse sin dudas o cambios importantes.</p>	
<p>Tema:</p>	<p>Video defensa</p>
<p>Ficha de la fuente de información.</p>	
<p>No. 12</p>	<p><i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Redalyc – Artículo académico</p>
<p>Palabras claves. Defensa académica, comunicación científica, presentaciones orales</p>	
<p>Referencia APA. Ruiz, A. (2016). <i>Comunicación efectiva en defensas de investigación</i>. Revista Académica de Educación Superior, 4(3), 33–49.</p>	
<p>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</p>	

El artículo aborda las técnicas para realizar defensas académicas efectivas. Describe que una defensa debe estructurarse con introducción, desarrollo teórico, metodología, resultados esperados y cierre reflexivo. Los autores enfatizan el control del tiempo, claridad del discurso y pertinencia de apoyos visuales. También indican que en investigaciones aplicadas, como estudios sobre microempresas y redes sociales, la defensa debe destacar la relevancia social del tema y la solidez metodológica.
Texto (literal con número de página)
“La defensa académica exige claridad conceptual, dominio del tema y una comunicación estructurada que permita transmitir coherentemente la aportación del estudio” (Ruiz, 2016, p. 44).
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>
“La defensa académica exige claridad conceptual, dominio del tema y una comunicación estructurada que permita transmitir coherentemente la aportación del estudio” (Ruiz, 2016, p. 44).

Conclusión

La elaboración de estos apuntes nos permitió comprender de manera más clara y ordenada cada etapa del proceso de investigación. Al trabajar ficha por ficha, pudimos estructurar el tema, definirlo

correctamente y relacionar el problema, los objetivos, la metodología y el marco teórico de forma coherente. También nos ayudó a mejorar nuestra habilidad para buscar, seleccionar y parafrasear información académica confiable, entendiendo mejor conceptos como validez de contenido, muestreo, enfoque y diseño de estudio.

Además, este proceso fortaleció nuestra capacidad para analizar información, organizar ideas y preparar materiales como el guion y el plan para la defensa del proyecto. Aunque hubo retos, como revisar muchas fuentes o sintetizar textos complejos, estos apuntes nos hicieron avanzar de manera más segura y consciente en el desarrollo de mi investigación. En conjunto, nos ayudaron a tener un proyecto más sólido y mayor confianza en nuestro propio trabajo académico e incluso el trabajo en equipo.

Referencias

Celaya, I. (2019). *Redes sociales y estrategia empresarial en pequeñas empresas latinoamericanas*. Revista Iberoamericana de Comunicación, 16(2), 45–60.

Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su uso. *Avances en Medición*, 6, 27–36.

Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. (2018). Elaboración de protocolos de investigación social: elementos esenciales. *Revista Ciencias Humanas*, 12(1), 77–95.

Luna, A., & Torres, J. (2020). Transformación digital en microempresas mexicanas: motivaciones y barreras. *Revista Latinoamericana de Innovación*, 12(1), 21–38.

Martínez, L., & Torres, R. (2019). Estrategias de análisis en investigaciones mixtas aplicadas a estudios empresariales. *Revista de Estudios Organizacionales*, 8(2), 45–62.

Méndez, R. (2021). La consolidación del protocolo en investigaciones aplicadas. *Revista de Investigación y Sociedad*, 9(4), 101–118.

Quispe, M. (2021). Desafíos logísticos y comerciales en microempresas digitalizadas en México. *Revista de Estudios Empresariales*, 28(3), 77–94.

Ruiz, A. (2016). Comunicación efectiva en defensas de investigación. *Revista Académica de Educación Superior*, 4(3), 33–49.