

IMPORTANCIA DE LOS MÉTODOS DE AVANZADA PARA LA INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL

Díaz Mari Luz; Díaz Annelin

Resumen

El mundo empresarial en la actualidad, se ha vuelto cada vez más complejo en todas sus dimensiones. Esta realidad ha hecho más difícil los procesos metodológicos para conocerla en profundidad, conocimiento requerido para lograr el progreso de la sociedad. De aquí, ha ido naciendo, en los últimos 30 años, una gran diversidad de métodos, estrategias, procedimientos, técnicas e instrumentos, principalmente en las ciencias humanas, para abordar y enfrentar esta compleja realidad. Estos procesos metodológicos se conocen hoy como Metodologías Cualitativas. El propósito del presente ensayo es analizar la importancia de los métodos de avanzada para la investigación empresarial. La metodología corresponde a una investigación documental, con un arqueo heurístico de fuentes bibliográficas. La indagación reveló que la investigación cualitativa pueda ser tan válida como la cuantitativa. La investigación cualitativa emerge para afrontar situaciones problemáticas que no se pueden comprender desde el enfoque cuantitativo. La investigación empresarial requiere de los paradigmas naturalistas, interpretativos o fenomenológicos para analizar sucesos, significados e interacciones que se originan en las relaciones empresariales, comportamientos de los humanos en las empresas u organizaciones, las decisiones tomadas en determinadas circunstancias, los contextos económicos de los negocios que afectan las decisiones; en estos casos es indispensable utilizar metodologías cualitativas que permitan analizar dichas particularidades. **Palabras clave:** metodologías cualitativas, investigación empresarial, importancia de los métodos cualitativo.

Abstract

Nowadays, the business world has become increasingly complex in all its dimensions. This reality has made the methodological processes more difficult to understand it in depth, knowledge required to achieve the progress of society. From here, in the last 30 years, a great diversity of methods, strategies, procedures, techniques and instruments have been born, mainly in the human sciences, to address and confront this complex reality. These methodological processes are known today as Qualitative Methodologies. The purpose of this essay is to analyze the importance of advanced methods for business research. The methodology corresponds to a documentary investigation, with a heuristic analysis of bibliographic sources. The investigation revealed that qualitative research can be as valid as quantitative research. Qualitative research emerges to address problematic situations that cannot be understood from the quantitative approach. Business research requires naturalistic, interpretive or phenomenological paradigms to analyze events, meanings and interactions that originate in business relationships, human behaviors in companies or organizations, decisions made in certain circumstances, the economic contexts of business that affect decisions. In these cases, it is essential to use qualitative methodologies that allow these particularities to be analyzed. **Keywords:** qualitative methodologies, business research, importance of qualitative methods.

Línea de Investigación Institucional Producción y Gestión de la Existencia Material

Introducción

La investigación cualitativa nace como opción para afrontar situaciones problemáticas que no se pueden comprender desde el enfoque cuantitativo. De acuerdo con Valles (1999), citado por Rodríguez (2011), la investigación cualitativa surgió como alternativa para abordar problemas, realidades, hechos y fenómenos que no se pueden explicar, resolver y comprender en toda su existencia y totalidad desde la perspectiva cuantitativa.

También para, Martínez (2006), Ballén, Pulido y Zúñiga (2002), citados por Rodríguez (2011), explican que la investigación cualitativa pretende identificar la naturaleza profunda y estructura dinámica de las experiencias, actividades, interacciones, percepciones, eventos, interpretaciones, creencias, pensamientos, actitudes, comportamientos y manifestaciones expresadas por los actores directamente involucrados en las realidades presentes en una situación específica para luego describirlas, explorarlas,

interpretarlas y comprenderlas de manera inductiva, holística, interactiva, reflexiva, subjetiva, abierta y rigurosa descubriendo las raíces del problema desde adentro, desde la realidad vivida de los sujetos e interacción del investigador.

Desde que emergieron los métodos cualitativos. Se carece de una definición exacta. De acuerdo con Valles (1997), existe una discusión permanente de los métodos cualitativos desde su plural nacimiento, no hay una definición única de ellos. Sus enfoques y objetivos son variados entre sí, así como los de la antropología, la sociología, la ciencia política, la administración, las comunicaciones y la educación.

En este orden de ideas, Valles (1997); Denzin y Lincoln, (1994), señalan que los orígenes de los métodos cualitativos son diversos, variados, heterogéneos, desde puntos de vista histórico, social y conceptual. Para Rusque (1999), los métodos cualitativos se puedan agrupar en diferentes culturas científicas que como tal

comparten ciertos principios, enfoques teóricos y valores comunes: fenomenología, hermenéutica, etnografía e investigación acción.

En este sentido, las variadas orientaciones teóricas han traído una gran variedad de perspectivas teórico metodológicas. Para, Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez, (1999), no existe una única manera de investigación cualitativa, sino múltiples enfoques cuyas diferencias fundamentales vienen marcadas por las opciones que se tomen en cada uno de los niveles: ontológico, epistemológico, metodológico y técnico.

Ahora bien, es preciso destacar que los múltiples enfoques de investigación cualitativa son vitales para la investigación empresarial. Esta investigación, es imprescindible para ayudar y contribuir a las empresas a que sus productos o servicios se adecuen a la demanda, y a su vez consigan una rentabilidad cubriendo las necesidades sociales. Las motivaciones y

sentimientos de los humanos que son partes de las organizaciones es un tema de interés de investigación, porque de ellos depende en gran medida el desempeño de la empresa u organización. Lo anterior amplía el espectro de la importancia de analizar e investigar desde una visión interpretativa el comportamiento humano en las empresas.

En este orden de las ideas, la metodología cualitativa en sus diferentes enfoques es importante para la investigación en las organizaciones y empresas porque permiten analizar particularidades subjetivas. Para Yin, (2009), citado por Guzmán y Alejo (2017), al ser indispensable analizar aspectos de corte cualitativo como los comportamientos de las personas en las empresas, las decisiones tomadas en determinadas situaciones, los contextos macro y microeconómicos de los negocios que afectan las decisiones, es indispensable utilizar metodologías cualitativas que permitan analizar cada particularidad.

Siendo oportuno acotar que, la metodología cualitativa dispone de una serie de métodos, cada uno de los cuales son más sensible y adecuado que otro para la investigación de una determinada realidad organizacional. Siguiendo la idea anterior, el método hermenéutico, fenomenológico, etnográfico e investigación acción como enfoques cualitativos permiten interpretar situaciones en las organizaciones.

El propósito del presente ensayo es analizar la importancia de los métodos de avanzada para la investigación empresarial. En este sentido la investigación se estructuro en dos partes: Métodos de investigación Cualitativos, e importancia de los métodos cualitativos en la investigación empresarial.

Métodos de Investigación Cualitativa

La metodología son los pasos a seguir en una investigación científica. Para Martínez (2006), es el camino a seguir para lograr conocimientos seguros y confiables.

En el caso de que éstos sean demostrables, también ciencia, la elección de una determinada metodología implica la aceptación de un concepto de conocimiento y de ciencia, es decir, una opción epistemológica (teoría del conocimiento) previa; pero esta opción va acompañada, a su vez, por otra opción, la opción ontológica (teoría sobre la naturaleza de la realidad). El mismo autor indica que el método cualitativo específico que se vaya a usar dependerá del estudio a realizar. De acuerdo a Martínez (2004), existen distintos métodos, dentro de los que se pueden destacar los siguientes:

Los métodos hermenéuticos son aquellos que usan de forma consciente o inconscientemente los investigadores en todo momento, ya que la mente humana es, por su propia naturaleza, interpretativa, es decir, hermenéutica: trata de observar algo y buscarle significado. Por lo tanto, es imprescindible utilizar reglas y procedimientos de estos métodos cuando la

información recogida requiera una continúa hermenéutica.

Ejemplo de ello una investigación sobre el crimen organizado, la dinámica del narcotráfico, los sujetos paranoicos, entre otros, donde la información que ofrece puede tratar expresamente de desorientar o engañar. Sin embargo, estos métodos tienen un área de aplicación mucho más amplia: son adecuados y aconsejables, siempre que la información o las partes de un todo se presten a variadas interpretaciones.

En cuanto a los métodos fenomenológicos, de acuerdo con Maslow, (1970), son los más indicados cuando no hay razones para dudar de la bondad y veracidad de la información y el investigador no ha vivido ni le es nada fácil formarse ideas y conceptos adecuados sobre el fenómeno que estudia por estar muy alejado de su propia vida . Ejemplo de ello, el mundo axiológico de las personas que consumen drogas, o el mundo de los

homosexuales, las vivencias de las personas en situaciones de vida extremas, la ruptura de una relación amorosa cuando no se ha vivido.

Respecto a los métodos etnográficos, Martínez (2004), señala que son los de mayor preferencia para entrar a conocer un grupo étnico, racial, o institucional (tribu, raza, nación, región, cárcel, hospital, empresa, escuela, y hasta un aula escolar, entre otros ambientes) que forman un todo y donde los conceptos de las realidades que se estudian adquieren significados especiales, normas, modos de vida y sanciones son muy propias del grupo como tal.

Por esto, esos grupos piden ser vistos y estudiados de manera global, ya que cada cosa se relaciona con todas las demás y adquiere su significado por esa relación. De ahí que la explicación exige también esa visualización general.

Referente al método de investigación-acción, Martínez (2004), explica que es el

único indicado cuando el investigador no sólo quiere conocer una determinada realidad o un problema específico de un grupo, sino que desea también resolverlo.

En este caso, los sujetos investigados participan como coinvestigadores en todas las fases del proceso: planteamiento del problema, recolección de la información, interpretación de la misma, planeación y ejecución de la acción concreta para la solución del problema, evaluación posterior sobre lo realizado. El propósito principal de estas investigaciones no es algo exógeno a las mismas, sino que está orientado hacia la concientización, desarrollo y emancipación de los grupos estudiados y hacia la solución de sus problemas.

Importancia de los métodos cualitativos en la investigación empresarial

La situación mundial se encuentra actualmente en una época histórica, nueva y sin precedentes, en la que un conjunto de características, que se producen con gran frecuencia, influyen en el éxito o fracaso de

las empresas. En este sentido, la pluralidad de formas de vida coexistiendo conjuntamente, las formas de comunicación, acceso a la información, la tecnología, la pandemia, migraciones, los cambios culturales o la diversidad de interpretaciones de hechos sociales similares deben ser considerados para las decisiones empresariales y organizacionales.

La investigación cualitativa aplicada a las organizaciones y por supuesto a las empresas, de acuerdo con Bryman, (1995; 2000) citado por Fassio (2018), se caracteriza por: Tomar el punto de vista de aquellos que están dentro de la organización, haciendo especial énfasis en la interpretación de los directivos sobre la naturaleza de la organización. Mostrar un fuerte sentido del contexto, a través de la descripción de la organización y de lo que aparenta ser, enfatizando la interpretación de los aspectos principales y delineando el contexto. La centralidad de los procesos. Emplear tres técnicas principales de

recolección de información: la entrevista, la conversación y los documentos. Sostener que no es fácil observar la cultura, aunque es algo construido y mantenido por los miembros de la organización y obtener información a partir de la cercana proximidad con el fenómeno observado y por el cual el investigador se interesa, es decir, observar el flujo de interacción de primera mano a fin de reconocer qué es importante para los actores.

La investigación empresarial es fundamental para ayudar a las empresas a que sus productos o servicios que prestan se adapten a la demanda, y obtengan una rentabilidad cubriendo necesidades sociales. De acuerdo con Meneses (2019), a continuación se considera un conjunto de razones que demuestran la importancia por las cuales la investigación cualitativa debe ser usada en la investigación empresarial:

Primeramente, las metodologías deductivas tradicionales, que surgen a partir de los grandes marcos teóricos explicativos

de la empresa son insuficientes cuando en la vida social se producen cambios constantes que repercute en el desarrollo de nuevos productos y servicios. Por lo tanto, la perspectiva inductiva es necesaria para explorar y explicar nuevas situaciones sociales, y por tanto nuevos marcos teóricos explicativos empresariales.

A su vez, también la investigación empresarial requiere de los paradigmas naturalistas, interpretativos o fenomenológicos para analizar sucesos, significados e interacciones que se originan en las relaciones empresariales, tanto dentro como fuera de las mismas. Las empresas se construyen en interacción con los consumidores, con otras empresas con las que genera competencia y en un contexto sociocultural favorable o perjudicial, que se necesita indagar en cómo y por qué se producen.

Igualmente, en el estudio de la demanda, de clientes o consumidores, se requiere articular la perspectiva de los usuarios con

la perspectiva del investigador, porque de esta manera se podrá articular las creencias, valores, significados que los sujetos otorgan a los productos y servicios. El significado social y cultural debe ser analizado para la creación e innovación de productos. Objetivos como entender mejor a los clientes, cómo utilizan los servicios y productos, especialmente cómo utilizan el internet, o cuál es su percepción diferencial de la oferta son imprescindibles para la empresa y requieren un enfoque cualitativo que le permita orientar mejor sus acciones.

También, una razón para usar la investigación cualitativa en la investigación empresarial, es la comprensión de las interacciones laborales en el mundo empresarial, que muchas veces influye en el adecuado funcionamiento de la empresa, solo es posible estudiarlo desde técnicas y análisis cualitativos. Hace tiempo la antropología puso de manifiesto la divergencia entre lo que las personas dicen y lo que las personas hacen y cómo las claves de las contradicciones que se

encuentran están relacionadas con valores, creencias y significados culturales que no son captados por métodos cuantitativos.

Otra razón importante, es que la gestión, ya sea de los recursos humanos, sociales o económicos de las empresas, debe adaptarse a la productividad, con consecuencias positivas y negativas para las mismas. Los aspectos claves de la conducta humana en muchas ocasiones se encuentran ocultos o latentes, el desentrañarlo y hacerlo emergente solo es posible con un enfoque cualitativo.

De igual forma, otro objeto de estudio que necesita una mirada cualitativa es las consecuencias que el cambio tecnológico está ocasionando en la empresa, cómo repercute en su competitividad o por qué y cómo los inversores deciden sus propuestas y acciones.

De acuerdo a lo mencionado en los párrafos anteriores, los métodos cualitativos son un recurso de enorme importancia en la investigación empresarial.

Implican la obtención de información a través de medios de comunicación conversacionales abiertos. Permiten al investigador comprender las motivaciones de la audiencia y recopilar información detallada de los sujetos en función de sus respuestas.

Para López y Salas, (2009), citado por Guzmán y Alejo (2017), los modelos de negocio y el desempeño de las empresas representan aspectos importantes en la investigación empresarial, pero, es muy complejo su estudio desde una perspectiva positivista, debido a que el desarrollo de cada empresa presenta una gran cantidad de particularidades propias que difícilmente pueden ser abordadas desde una óptica estadística y de generalización. Las ciencias administrativas, económicas, están sumergidas en el campo social, y desde esta percepción, es comprensible el uso de metodologías y métodos cualitativos para su investigación.

Por otra parte, existen algunos detractores sobre el empleo de metodologías cualitativas, para la investigación en el mundo empresarial, pues suponen que sus resultados no generan ningún aporte por tratarse de realidades sin selección probabilística de muestra, o por la inclinación con el que el investigador pueda abordar el estudio.

Sin embargo es preciso reflexionar, ya que algunos estudios requieren analizar elementos de tipo cualitativo como los comportamientos de los humanos en las empresas u organizaciones, las decisiones tomadas en determinadas circunstancias, los contextos económicos de los negocios que afectan las decisiones, en estos casos es indispensable utilizar metodologías cualitativas que permitan analizar dichas particularidades propias de cada empresa.

En este orden de ideas, de acuerdo con López y Salas (2009), la ventaja que proporciona los métodos cualitativos aplicados a la investigación en

administración es que desean comprender la complejidad de las situaciones. Los métodos cualitativos son más útiles que los métodos cuantitativos debido a las características típicas del entorno actual de las organizaciones. Los métodos cualitativos permiten al investigador describir ampliamente procesos complejos como la toma de decisiones, siendo una función de importancia gerencial.

Para Fassio (2018), los estudios relacionados con la cultura organizacional y la comprensión de los mecanismos puestos en juego para analizar el rol de la cultura en los procesos de integración interna y adaptación externa de la organización proponen abordajes cualitativos; así como los relacionados con el poder como un flujo en la vida organizacional en los que se analizan los recursos y recompensas esperadas por los actores en el marco de un sistema organizacional.

De acuerdo con lo mencionado durante este punto, efectivamente, los modelos de

negocio, el desempeño de las empresas, motivación, cultura, comportamiento organizacional son algunos de los temas más importantes dentro de la investigación empresarial. Siendo temas complejos de estudiar desde el paradigma positivista, debido a que cada negocio u empresa presenta una gran cantidad de particularidades propias y humanas que difícilmente pueden ser abordadas desde una óptica estadística, siendo necesario abordarlos desde los métodos de avanzada.

Reflexiones Finales

Las empresas están conformadas por individuos, y su gestión es producto del trabajo de esas personas. Por tal motivo, se busca analizar los comportamientos que toman desde los distintos roles que cumplen en las entidades u organizaciones, asimismo las relaciones interpersonales, pero también se busca estudiar aspectos del negocio, ya que se construyen por la interacción con los consumidores, con otras

empresas con las que mantiene la competencia y en un contexto sociocultural favorable o perjudicial, que se necesita indagar en cómo y por qué se producen.

La investigación cualitativa en la investigación empresarial permite la comprensión de las interacciones laborales en el mundo empresarial, que muchas veces influye en el adecuado funcionamiento de la empresa, esto solo es posible estudiarlo desde técnicas y análisis cualitativos.

La investigación empresarial requiere de paradigmas naturalistas, interpretativos o fenomenológicos que permitan analizar sucesos, significados e interacciones que se originan en las relaciones empresariales, tanto dentro como fuera de las mismas. Finalmente se puede concluir que la metodología cualitativa es importante para el desarrollo de la investigación en empresas.

Referencias

Denzin, N K y yY. Lincoln (1994). *Handbook of Qualitative Research*. New York: Sage Publications.

- Fassio Adriana (2018). Reflexiones acerca de la metodología cualitativa para el estudio de las organizaciones. *Ciencias Administrativas*. 6 (12). <http://revistas.unlp.edu.ar/CADM>
- Guzmán Andrés y Alejo Oscar (2017). El estudio de casos: una metodología efectiva para la investigación empresarial. *Revista ESPACIOS*. 38 (51). <https://www.revistaespacios.com/a17v38n51/a17v38n51p10.pdf>
- López, Francisco y Salas, Hector 2009. La Investigación Cualitativa en Administración Cinta Moebio 35:128-145. www.moebio.uchile.cl/35/lopez.html
- Martínez M. (2004). Ciencia y arte en la metodología cualitativa. México: Trillas.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and personality*. 2ª ed. Nueva York: Harper
- Meneses, Carmen (2009). La Necesidad de Aplicar los Métodos Cualitativos en La Investigación Empresarial. XX Congreso Internacional AECA. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). <https://xxcongreso.aeca.es/wp-content/uploads/2019/09/98c.pdf>
- Rodríguez Gómez, G.; Gil Flores, J. Y García Jiménez, E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Editorial Aljibe.
- Rodríguez Trujillo, J. A. (2011). De los métodos cualitativos de investigación en la administración. Análisis de los trabajos de grado del programa de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle, entre 2000 y 2010. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_d_e_empresas/83
- Rusque, A.M. (1999). *De la Diversidad a la Unidad en la Investigación Cualitativa*. Caracas: Ediciones Faces. UCV Venezuela.
- Valles, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.