

DOI: <https://doi.org/10.46296/rc.v8i16.0374>

Fundamentos y Aplicaciones Empresariales de la Metodología de la Investigación Científica: Un Análisis Integral

Fundamentals and Business Applications of Scientific Research Methodology: A Comprehensive Analysis

Moscoso-Zamora Víctor Hugo

Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.

Correo: victor.moscosoz@ug.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8575-755X>

Chagerben-Salinas Lenin Ernesto

Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador

Correo: chagerbensa@ug.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6923-4927>

Soto-Galarza Boris Iván

Investigador Independiente. Guayaquil, Ecuador.

Correo: borissotog@hotmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2184-4467>

Medrano-Freire Eva Leonor

Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador

Correo: eva.medranof@ug.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5956-9416>

RESUMEN

La metodología de la investigación constituye un pilar fundamental en la generación de conocimiento científico eficaz en diferentes contextos. Este artículo presenta un análisis detallado sobre los principios, tipos, etapas y aplicaciones empresariales de la metodología de investigación en diversas áreas de una organización, destacando su relevancia para garantizar la validez y confiabilidad de los hallazgos en la toma de decisiones. A través de una revisión bibliográfica exhaustiva, experiencias y criterios de expertos, se examinan los enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos, sus instrumentos, diseños y técnicas de análisis. Asimismo, se determinan los beneficios, los retos epistemológicos y éticos que enfrenta la investigación actual ante el contexto corporativo. Este trabajo pretende servir como un referente integral para investigadores en formación, así como de profesionales interesados en fortalecer sus competencias investigativas de aplicación empresarial.

Palabras claves: Metodología de la investigación, Diseño de investigación, Enfoque en la Investigación, Ética en investigación. Aplicación Empresarial.

ABSTRACT

Research methodology is a fundamental pillar in the generation of effective scientific knowledge in different contexts. This article presents a detailed analysis of the principles, types, stages, and business applications of research methodology in various areas of an organization, highlighting its relevance in ensuring the validity and reliability of findings for decision-making. Through a comprehensive literature review, experiences, and expert opinions, quantitative, qualitative, and

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 11 de abril de 2025.

Fecha de aceptación: 19 de junio de 2025.

Fecha de publicación: 10 de julio de 2025.



mixed approaches, their instruments, designs, and analytical techniques are examined. The benefits, epistemological, and ethical challenges facing current research in the corporate context are also determined. This work aims to serve as a comprehensive reference for researchers in training, as well as for professionals interested in strengthening their research skills for business application.

Keywords: Research Methodology, Research Design, Research Approach, Research Ethics, Business Application.

1. INTRODUCCIÓN

La investigación científica es un procedimiento sistemático que facilita la creación de saber fiable y válido. Dentro de este marco, la metodología de investigación se define como el conjunto de principios, técnicas y procesos que guían a tal generación (Hernández et al., 2021). Entender los principios de esta disciplina es crucial para la realización de investigaciones exhaustivas que brinden respuestas a problemas concretos y favorezcan el progreso del saber. Por lo tanto, su uso y utilidad en diferentes campos, áreas y disciplinas, incluso en el ámbito empresarial, ha sido de gran importancia para su expansión y competitividad. La estructuración de la investigación facilita la diferenciación entre creencias sin fundamento y verdades comprobadas empíricamente, lo que potencia la toma de decisiones en diversas áreas sociales, educativas y científicas (Tamayo y Tamayo, 2004). Por lo expuesto, podemos aseverar que actualmente, el profesional corporativo requiere cultivar esta competencia que le sirve como instrumento eficiente para enfrentar varios dilemas que surgen diariamente en el entorno de su contexto laboral. Además, el uso de esta competencia demuestra la capacidad del profesional contemporáneo para resolver problemas dentro de su área de trabajo. La puesta en marcha de estos métodos en las organizaciones potencia su expansión y rentabilidad. Nuestra investigación se fundamenta en la experiencia práctica en el ámbito empresarial para resaltar la relevancia de estos procedimientos en contextos reales en el entorno empresarial contemporáneo, caracterizado por una alta competitividad y una evolución digital constante, las decisiones estratégicas deben fundamentarse en información precisa y confiable. El estudio en el sector empresarial permite identificar problemas, prever tendencias y evaluar el impacto de decisiones. Para alcanzar este objetivo, es crucial contar con diseños de

investigación adecuados y principalmente éticos, instrumentos válidos y un análisis detallado de la información.

A partir de una visión epistemológica, enfoques como el positivismo, el interpretativismo y el constructivismo influyen directamente en los métodos seleccionados y en la forma de interpretar la realidad (Guba y Lincoln, 1994). Esta comprensión permite adaptar la metodología a las particularidades del contexto, dotando a los hallazgos de mayor pertinencia. Del mismo modo, la elección entre enfoques cuantitativos, cualitativos o mixtos depende de la naturaleza del fenómeno a estudiar y del tipo de información requerida. Las metodologías cuantitativas facilitan el análisis numérico y la generalización de resultados; mientras que las cualitativas permiten una comprensión profunda de las percepciones y significados. La combinación de ambas, a través del enfoque mixto, representa una estrategia robusta para abordar problemas complejos en los negocios contemporáneos.

Asimismo, el uso de instrumentos metodológicos como encuestas, entrevistas, grupos focales, análisis documental y observaciones —complementados con herramientas digitales como Power BI, SPSS, NVivo o Tableau— optimiza la obtención y análisis de datos relevantes para las organizaciones. Empresas de renombre como Amazon, Coca-Cola, Google y Zara aplican estos métodos para perfeccionar productos, procesos y decisiones estratégicas, lo que demuestra la utilidad práctica de la metodología investigativa más allá del entorno académico.

Finalmente, en un contexto donde la ética corporativa cobra cada vez mayor importancia, la investigación empresarial debe garantizar la transparencia, el consentimiento informado, la protección de datos y la integridad en la interpretación y comunicación de resultados. Solo así puede consolidarse una cultura organizacional basada en la confianza, la innovación sustentada en evidencia, y la mejora continua.

2. METODOLOGÍA

Se realizó una revisión bibliográfica sistemática, basada en textos científicos, artículos arbitrados, informes técnicos y documentos institucionales publicados

principalmente en los últimos diez años. Para la selección del material, se aplicaron los criterios de pertinencia temática, actualidad, credibilidad y relevancia en el contexto de la metodología científica aplicada a la gestión empresarial.

El análisis de la información se llevó a cabo mediante un proceso de categorización y codificación temática, orientado a identificar patrones teóricos, enfoques metodológicos y aplicaciones prácticas. Esta técnica permite organizar e interpretar el contenido documental de forma rigurosa, promoviendo una lectura crítica y transversal del objeto de estudio (Bonilla-Castro & Rodríguez, 2020).

Asimismo, se incorporaron casos referenciales de empresas reconocidas, como Amazon, Zara, Coca-Cola y Google, que ejemplifican el uso estratégico de la investigación científica para la innovación, la toma de decisiones y la mejora de procesos organizacionales. Estos casos se seleccionaron como parte de un análisis comparativo de experiencias empresariales documentadas.

Es importante resaltar que no se trabajó con sujetos humanos ni se recopilaron datos personales, por lo tanto, no fue necesario someter el estudio a evaluación por un comité de ética. No obstante, se garantizaron los principios de integridad académica, atribución de fuentes y uso responsable de la información.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Fundamentos epistemológicos de la investigación

Cada estudio se basa en una perspectiva epistemológica que determina qué se entiende como conocimiento válido. El positivismo, el interpretativismo y el constructivismo son los principales enfoques epistemológicos (Guba y Lincoln, 1994). Todas afectan el tipo de interrogantes planteadas, los diseños metodológicos seleccionados y los criterios de validez empleados.

Por ejemplo, el positivismo se basa en una realidad objetiva que puede ser evaluada y examinada, en cambio, el constructivismo sostiene que la realidad se edifica socialmente mediante las interacciones humanas (Cohen et al., 2011).

Crear conocimiento efectivo y válido requiere la comparación de criterios, dado que este, en la mayoría de las situaciones, no es una verdad incuestionable, ya que su interpretación puede fluctuar en función de otros elementos como la percepción humana, la interpretación y el contexto.

Además, los progresos tecnológicos y sus instrumentos han facilitado el descubrimiento y la interpretación de la evolución de descubrimientos y teorías que han estado enraizadas en la comunidad científica durante un largo periodo, como la cantidad de planetas que orbitan el sol en nuestro sistema solar, entre otros.

Tipos de investigación

Hay varias categorías de la Investigación que son muy respetables dependiendo de su naturaleza y de sus vivencias. Desde la perspectiva de su objetivo, se puede describir como investigación básica y aplicada. De igual manera, dependiendo del método, se diferencian la investigación cuantitativa, cualitativa y quizás la más empleada por sus beneficios y enriquecimiento cognitivo; la investigación mixta (Creswell & Creswell, 2018).

La investigación básica aspira a producir saber teórico sin una meta práctica inmediata, en cambio, la investigación aplicada busca solucionar problemas específicos. Por otro lado, las investigaciones pueden ser exploratorias, descriptivas, correlacionales o explicativas, dependiendo del nivel de profundidad del análisis (Sampieri et al., 2021).

Por su parte, Hernández y Col (2006) plantea respecto a este estudio (aplicada) que puede identificarse como “aquel tipo de investigación que tiene fines prácticos en el sentido de solucionar problemas detectados en un área del conocimiento “

Los objetivos prácticos en la resolución de problemas o dilemas son de gran importancia para el profesional que aspira a la competitividad en el ámbito empresarial. Esto se debe a que los nuevos conocimientos producidos por un estudio o investigación se ven actualmente como un recurso esencial para la

organización empresarial, y su aplicación sistemática promueve innovación, competitividad y crecimiento.

Dentro del ámbito empresarial, resulta crucial tomar decisiones fundamentadas en datos e información confiable para su progreso, innovación y sostenibilidad. La investigación, en sus diversas técnicas y procedimientos, permite a las organizaciones obtener una comprensión minuciosa de mercados, clientes, procesos internos y tendencias del entorno. Las metodologías más ofrecen instrumentos únicos que, al ser empleados de manera adecuada, se transforman en recursos estratégicos.

Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo se fundamenta en la recopilación y estudio de información numérica. Emplea técnicas normalizadas y métodos estadísticos para verificar hipótesis (Kerlinger & Lee, 2002).

Es apropiado para investigaciones explicativas y para determinar vínculos causales. Este método exige muestras representativas y aspira a extender los hallazgos a poblaciones más extensas. Por ejemplo, en el sector de la salud pública se emplean cuestionarios estructurados para medir la prevalencia de enfermedades (Hulley et al., 2013).

Para la comunidad científica y para el contexto empresarial, los resultados numéricos suelen ser mayormente considerados y validados a través del uso de métodos estadísticos de recopilación de datos que reducen la subjetividad del investigador. Esto se debe a que busca cuantificar el fenómeno e incluso estos sirven de referencia o continuidad para otros estudios.

Precisión y generalización

El enfoque cuantitativo se centra en la cuantificación y la investigación estadística de los datos numéricos. Su ventaja en la investigación empresarial radica en la habilidad de obtener resultados universalizables a partir de muestras representativas.

Aplicación práctica:

En las campañas de publicidad digital, el estudio cuantitativo de indicadores como el ROI, tasa de conversión, clics y participación facilita la valoración de la eficacia de tácticas de publicidad y la toma de decisiones basadas en información en tiempo real. Además, se aplica en investigaciones de satisfacción del cliente, evaluaciones económicas, análisis de mercado y segmentación.

Beneficios principales:

- Facilita la evaluación de hipótesis con precisión estadística.
- Permite la proyección y cotejo entre distintas variables.
- Resulta beneficioso para decisiones que necesitan un respaldo numérico sólido.

Finalmente, este enfoque permite la recolección de datos objetivos y medibles lo que garantiza la confiabilidad de los hallazgos. Por lo expuesto, y ya que el mundo está gobernado por las leyes matemáticas, de allí la importancia, la credibilidad y la necesidad del conocimiento tanto técnico como estratégico como una herramienta valiosa que genera beneficios a las organizaciones empresariales.

Enfoque cualitativo

El estudio cualitativo indaga a fondo en fenómenos a través del estudio de discursos, vivencias y interpretaciones (Denzin y Lincoln, 2018).

Tiene la capacidad de entender contextos complejos y subjetividades. En contraposición al método cuantitativo, el enfoque cualitativo persigue no la representatividad estadística, sino la abundancia de información.

Se utilizan métodos como la teoría basada en evidencia, la etnografía, la investigación de casos y la fenomenología para entender la complejidad del fenómeno que se está analizando (Patton, 2015).

Comprensión y profundización

El propósito del enfoque cualitativo es examinar y comprender fenómenos complejos desde la perspectiva de los involucrados, a través de métodos como las entrevistas, los grupos de discusión, la observación, entre otros.

Aplicación práctica:

En etapas de transformación organizacional, el método cualitativo facilita entender cómo los trabajadores perciben una nueva cultura corporativa o una revolución digital. Además, es crucial para investigaciones de marca, evaluaciones de las percepciones del consumidor, ambiente de trabajo y liderazgo.

Beneficios principales:

- Proporciona una perspectiva profunda y contextual de la realidad.
- Facilita la identificación de variables que no se habrían tomado en cuenta anteriormente.
- Fomenta la innovación y un diseño orientado al usuario.

Enfoque mixto

El enfoque mixto fusiona métodos cuantitativos y cualitativos con el objetivo de conseguir una comprensión más integral del fenómeno estudiado (Tashakkori y Teddlie, 2010).

Este método puede implementar diversas tácticas como la triangulación, la secuencia de explicación y la convergencia de datos, en función de los propósitos del análisis. La correcta integración de los datos demanda una planificación meticulosa y habilidades metodológicas sofisticadas.

La metodología mixta combina técnicas de las dos metodologías anteriores para ofrecer una visión más integral de los fenómenos analizados. Es especialmente útil en ambientes corporativos complejos, donde es necesario examinar los datos duros en combinación con factores humanos y culturales.

Aplicación práctica:

Al introducir un nuevo producto, una compañía puede emplear sondeos para adquirir indicadores de aceptación (cuantitativos) y entrevistas para comprender las motivaciones y obstáculos de uso (cualitativos). Así, se consigue una comprensión más detallada y ejecutable del mercado meta.

Beneficios principales:

- Fusiona la robustez de la información con la profundidad de las interpretaciones.
- Promueve la triangulación y el análisis cruzado de los resultados.
- Optimiza el proceso de toma de decisiones estratégicas de múltiples dimensiones.

Diseños de investigación

El diseño de investigación establece la estrategia global para fusionar los distintos elementos de una investigación de manera consistente. Podría ser de naturaleza experimental, cuasiexperimental, no experimental, etnográfica, fenomenológica, entre otras (Yin, 2018).

El diseño experimental facilita la regulación de variables y la determinación de vínculos causales, en cambio, el diseño etnográfico se enfoca en entender específicas culturas o colectivos sociales desde su interior (Angrosino, 2007).

La planificación de la investigación en el ámbito empresarial se estructura en función de las metas de la organización, ya que lo primordial es alcanzar los objetivos establecidos. Los tipos más comunes incluyen:

- **Investigación exploratoria**, beneficiosa cuando el problema no se ha establecido de manera precisa.
- **Estudio descriptivo**, con el objetivo de entender las particularidades del mercado, clientes o procedimientos internos.
- **Investigación causal**, que busca establecer relaciones causa-efecto (por ejemplo, entre campañas publicitarias y ventas).

- **Investigación explicativa**, relevante cuando se busca por lo general establecer el cómo o el por qué ocurre un fenómeno o explicar las relaciones entre diferentes factores.

Principios fundamentales en el diseño:

- Claridad en el problema que se está investigando.
- Viabilidad económica y temporal.
- Importancia para el proceso de toma de decisiones.
- Rigor ético y metodológico.

Experiencia corporativa

Empresas como Procter y Gamble utilizan diseños experimentales para probar nuevos productos en mercados piloto antes de su lanzamiento a gran escala, lo que facilita la comprobación de hipótesis antes de efectuar inversiones de gran envergadura.

Es necesario que los instrumentos sean confiables y válidos. El enfoque cuantitativo destaca los cuestionarios y escalas de evaluación; en cambio, el enfoque cualitativo pone de relieve las entrevistas, observaciones y grupos de discusión.

La elaboración de instrumentos requiere pruebas piloto y validación mediante técnicas estadísticas como el alfa de Cronbach o el análisis exploratorio factorial. La digitalización de los instrumentos mediante encuestas en línea o aplicaciones para móviles ha facilitado la recolección de datos en contextos contemporáneos (Evans y Mathur, 2018).

Los instrumentos de investigación en el ámbito empresarial deben ajustarse a las demandas y al contexto, deben ser extremadamente fiables y precisos, dado que de esto frecuentemente dependen las inversiones y la toma de decisiones más consistentes para mantener la competitividad en el mercado.

- **Encuestas y cuestionarios:** Son beneficiosos para recolectar datos cuantitativos acerca de preferencias, costumbres o satisfacción del cliente.

- **Conversaciones y grupos de discusión:** Ofrecen datos cualitativos de gran valor acerca de percepciones, actitudes y procesos internos.
- **Percepción directa y estudio de documentos:** Usualmente empleadas en investigaciones de procesos internos y conducta del consumidor.

Experiencia corporativa

Compañías como Zara (Inditex) combinan el uso de datos internos (ventas, inventarios) con herramientas cualitativas como la observación directa en tiendas para ajustar rápidamente su producto a las demandas del consumidor. Esto nos muestra la alta relevancia que tiene la implementación de estos recursos metodológicos.

Análisis de datos

El análisis cuantitativo involucra estadísticas descriptivas e inferenciales, así como se utilizan programas como SPSS, R o STATA para procesar los datos.

El análisis cualitativo utiliza técnicas como la codificación, el análisis temático o el análisis del discurso (Miles et al., 2014). Herramientas como NVivo o ATLAS.ti permiten organizar y visualizar patrones en los datos cualitativos.

La combinación de resultados cuantitativos y cualitativos proporciona una visión más rica y contextualizada del objeto de estudio.

El estudio de datos convierte la información recolectada en saber valioso, y para una empresa el conocimiento es poder. De acuerdo con el tipo de datos, podría ser:

- **Evaluación cuantitativa:** Estadísticas descriptivas, análisis de múltiples variaciones.
- **Evaluación cualitativa:** Codificación temática, estudio de contenido, mapas de ideas.

Implementación eficaz en la empresa

El análisis e interpretación de los resultados permite identificar patrones de consumo, segmentar mercados, valorar campañas de marketing o la eficacia en las operaciones, e incluso tomar decisiones de manera eficaz.

Instrumentos como Power BI, Tableau o SPSS facilitan la representación y análisis de información para la toma de decisiones.

Experiencia corporativa

La empresa Amazon utiliza modelos de predicción basados en Big Data para ajustar recomendaciones y optimizar su cadena de suministro en tiempo real.

Ética en la investigación

Cada investigación debe tener en cuenta valores éticos como; el consentimiento informado, la privacidad y el respeto hacia los participantes (Resnik, 2020). Los comités de ética desempeñan un rol esencial en la valoración de los proyectos.

La ética en la investigación no solo abarca los procesos, sino también la interpretación y divulgación responsable de los descubrimientos. La alteración de información, el plagio y la supresión de datos pertinentes son acciones que se deben prevenir con sumo cuidado (Shamoo & Resnik, 2015).

La ética en el sector empresarial, donde los resultados del estudio influyen directamente en decisiones estratégicas, de mercado y de reputación, adquiere un papel aún más significativo.

La negligencia hacia ella no solo amenaza la calidad de los hallazgos, sino que también puede ocasionar consecuencias legales y dañar la confianza del público y de las partes interesadas.

La ética en el estudio de empresas

En el contexto corporativo, se emplea la investigación para tomar decisiones relacionadas con productos, clientes, recursos humanos y posicionamiento estratégico. En este escenario, los dilemas éticos generalmente se centran en:

- Modificación de los resultados para respaldar decisiones adoptadas anteriormente.
- Vulnerar la privacidad de empleados o clientes al recopilar información sin el permiso correspondiente.
- Empleo de estudios para propósitos fraudulentos, como publicidad encubierta

Ejemplo auténtico: El caso Volkswagen (2015), donde se manipularon datos acerca de las emisiones contaminantes, demuestra cómo la falta de ética en la investigación empresarial puede provocar impactos a escala global: pérdidas económicas, daño reputacional y consecuencias legales.

Aplicaciones de la metodología en distintas disciplinas

La metodología, que se define como una serie de procesos ordenados, facilita a las organizaciones la adquisición de información fiable para solucionar problemas, perfeccionar procesos, comprender al mercado y valorar el efecto de sus acciones.

Su uso no se restringe al entorno académico, sino que halla en el ámbito empresarial un lugar de gran importancia práctica. La metodología de la investigación se adapta a las necesidades de cada área del conocimiento, por ejemplo;

En el ámbito de la salud, se destacan los ensayos clínicos, en la educación, las investigaciones de caso, en la ingeniería, las investigaciones experimentales y de simulación (Bryman, 2016).

En las ciencias sociales, los métodos cualitativos son apreciados por su habilidad para identificar aspectos subjetivos de los fenómenos.

En la administración, se utilizan modelos combinados para valorar la eficacia de las políticas de la organización (Robson, 2011).

Beneficios de aplicar metodología de investigación en la empresa

Son muchas las ventajas que se pueden lograr en el contexto corporativo y tratando de sintetizarlas estas podrían ser;

- Optimiza la calidad de las decisiones de carácter estrategia.
- Minimiza el peligro e incertidumbre.
- Fomenta la innovación fundamentada en información.
- Incrementa la eficiencia en las operaciones.
- Promueve una cultura empresarial enfocada en el aprendizaje y la mejora constante.

Referentes prácticos

- Coca-Cola emplea métodos de estudio de mercado para adaptar sus campañas de publicidad y introducir nuevos sabores acorde a los gustos locales.
- Google aplica técnicas experimentales para verificar optimizaciones en sus algoritmos antes de implementarlas a nivel mundial.
- Las empresas emergentes utilizan técnicas de investigación ágiles (como la "lean startup") para confirmar sus modelos de negocio con el producto mínimo viable (MVP) antes de expandirse.

Retos actuales de la investigación

Entre los principales desafíos actuales a los que se enfrentan las organizaciones empresariales estarían;

a. Gran cantidad de datos (Big Data) y problemas para su análisis eficiente

Hoy en día, las compañías obtienen grandes volúmenes de información de diversas fuentes (redes sociales, CRM, IoT, transacciones, etc.). No obstante, numerosos equipos de investigación no poseen las herramientas y habilidades analíticas requeridas para convertir estos datos en información valiosa. La administración de big data demanda expertos formados en ciencia de datos y

tecnologías de inteligencia artificial, lo que supone una escasez de talento y un desafío financiero.

b. Alteraciones veloces en el ambiente y obsolescencia de los resultados obtenidos

El rápido cambio de mercados, tecnologías y gustos del consumidor puede causar que los hallazgos de un estudio se vuelvan anticuados rápidamente. Esto requiere de métodos más flexibles y versátiles, como la investigación continua o en tiempo real, para preservar la pertinencia de los descubrimientos.

c. Desconfianza o escasa cultura de investigación en ciertas entidades.

Numerosas compañías, en particular las de pequeña y mediana escala, todavía consideran la investigación como un desembolso en vez de una inversión estratégica. Esto restringe la voluntad de financiar investigaciones exhaustivas y complica el desarrollo de habilidades internas para realizarlas.

d. Obligaciones éticas y jurídicas en la recopilación y utilización de datos.

La privacidad de la información, el consentimiento informado, la claridad en la utilización de los datos y la observancia de regulaciones como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) en Europa o leyes locales en otras naciones, constituyen retos significativos. Las acciones incorrectas pueden resultar en penalizaciones y afectaciones.

e. Incorporar la investigación en el proceso de toma de decisiones.

Hay una discrepancia entre los hallazgos del estudio y su implementación práctica, frecuentemente, los datos producidos no se convierten en acciones específicas debido a que no se corresponden con los objetivos estratégicos o porque no se transmiten eficazmente a los líderes de la empresa.

f. Necesidad de enfoques interdisciplinarios

La ciencia abierta y la investigación transdisciplinaria son corrientes en auge que aspiran a democratizar el acceso al saber y promover la cooperación entre diversas disciplinas (Fecher y Friesike, 2014).

Los desafíos empresariales contemporáneos no pueden solucionarse únicamente con instrumentos de marketing, finanzas o administración, sino que necesitan de enfoques interdisciplinarios que incorporen economía, psicología del consumidor, tecnología, sostenibilidad y sociología. Esto supone un desafío en la creación de equipos de investigación variados y cooperativos.

4. CONCLUSIONES

La metodología de investigación es crucial para la creación del saber científico, su dominio facilita la realización de investigaciones rigurosas y éticamente responsables. Por lo tanto, la formación en metodología debe ser primordial en todos los niveles educativos y de capacitación profesional. Una correcta comprensión de los enfoques, diseños y técnicas metodológicas aporta a la robustez de los resultados y a su implementación práctica.

Desde la experiencia en el ámbito empresarial, la selección del método de investigación no debe obedecer a una inclinación teórica, sino a la esencia del problema a solucionar. Las organizaciones que fusionan métodos y fomentan habilidades metodológicas integradas obtienen resultados superiores, mayor rapidez en la toma de decisiones y un entendimiento más detallado de su ambiente competitivo.

La experiencia indica que el enfoque Mixto generalmente brinda el mayor valor estratégico, particularmente en contextos de incertidumbre y cambio constante.

Por lo tanto, el triunfo de una investigación corporativa no se basa solo en la recopilación de datos, sino en el diseño metodológico, la calidad de los instrumentos y la interpretación eficaz de los hallazgos.

Las compañías que consiguen incorporar estos componentes en sus estrategias adquieren una ventaja competitiva duradera. Se ha demostrado que invertir en

investigación exhaustiva resulta en decisiones más acertadas, un incremento en la innovación y una adaptación rápida al cambio.

Finalmente, podemos deducir que la investigación empresarial actual se topa con retos complejos que superan los métodos y técnicas convencionales. Para mantenerse útil y pertinente, debe ajustarse a un ambiente de cambio constante, potenciar sus habilidades analíticas y intensificar la conexión entre el saber producido y las decisiones estratégicas.

El afrontar estos desafíos no solo permitirá a las compañías mantenerse competitivas, sino también crear valor sostenible y sostenible, obteniendo en numerosas situaciones una ventaja competitiva a mediano y largo plazo.

REFERENCIAS

- Angrosino, M. (2007). *Doing ethnographic and observational research*. SAGE Publications.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods (5th ed.)*. Oxford University Press.
- Bonilla-Castro, E., & Rodríguez, P. (2020). *Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias sociales (7.ª ed.)*. Grupo Editorial Norma.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2011). *Research methods in education (7th ed.)*. Routledge.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Evans, J. R., & Mathur, A. (2018). The value of online surveys. *Internet Research*, 28(4), 854–887. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2018-0109>
- Fecher, B., & Friesike, S. (2014). *Open science: One term, five schools of thought*. In S. Bartling & S. Friesike (Eds.), *Opening science* (pp. 17–47). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-00026-8_2
- Flick, U. (2015). *Introducing research methodology: A beginner's guide to doing a research project (2nd ed.)*. SAGE.

- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105–117). SAGE Publications.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2021). *Metodología de la investigación* (7.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández-Sampieri, R., Mendoza-Torres, C. P., & Mendoza, M. (2021). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (7.^a ed.). McGraw-Hill Education. <https://latinoamerica.mcgraw-hill.com.mx/metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativa-cualitativa-y-mixta-7ed/>
- Hulley, S. B., Cummings, S. R., Browner, W. S., Grady, D., & Newman, T. B. (2013). *Designing clinical research* (4th ed.). Lippincott Williams & Wilkins.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Foundations of behavioral research* (4th ed.). Cengage Learning.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales* (4ta ed.). McGraw-Hill.
- Lippincott Williams & Wilkins. Ioannidis, J. P. A. (2005). Why most published research findings are false. *PLoS Medicine*, 2(8), e124.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Resnik, D. B. (2020). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). SAGE.
- Resnik, D. B. (2020). *The ethics of research with human subjects: Protecting people, advancing science, promoting trust*. Springer.
- Robson, C. (2011). *The ethics of research with human subjects: Protecting people, advancing science, promoting trust*. Springer.
- Robson, C. (2011). *Real world research: A resource for social scientists and practitioner-researchers* (3rd ed.). Wiley-Blackwell.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2021). *Metodología de la investigación* (7.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Shamoo, A. E., & Resnik, D. B. (2015). *Responsible conduct of research* (3rd ed.). Oxford University Press.

- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El proceso de investigación científica* (5.^a ed.). Limusa.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2010). *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches*. SAGE.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2010). *SAGE handbook of mixed methods in social & behavioral research* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Vélez, M. C. (2019). Revisión documental y análisis cualitativo como metodología en ciencias sociales. *Revista Arbitrada de Investigación y Desarrollo*, 11(2), 33–45. <https://doi.org/10.26807/rriid.v11i2.249>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.