



Etnográfico



Fenomenológico



Hermenéutico



Teoría
Fundamentada



Gestión de
Personas

MÁS ALLÁ DE LOS NÚMEROS

Diseños cualitativos
y estudios de caso
en investigación
social y
empresarial



Manuel Anchapuri Quispe
Carlos Fuentes Guizado
Roger Freddy Fernández Burgos
Roger Miranda Bellido
Roxana Maritza Albressi Tisnado
Ada Luz Flores Ortega
Alberto Catachura Vilca

Manuel Anchapuri Quispe
Carlos Fuentes Guizado
Roger Freddy Fernandez Burgos
Roger Miranda Bellido
Roxana Maritza Alberssi Tisnado
Ada Luz Flores Ortega
Alberto Catachura Vilca

**Más allá de los números: Diseños
cualitativos y estudios de caso en investigación social y
empresarial.**

Más allá de los números: Diseños cualitativos y estudios de caso en investigación social y empresarial.

Autores:

Manuel Anchapuri Quispe

Carlos Fuentes Guizado

Roger Freddy Fernandez Burgos

Roger Miranda Bellido

Roxana Maritza Alberssi Tisnado

Ada Luz Flores Ortega

Alberto Catachura Vilca

Editor

Manuel Anchapuri Quispe

Av. La torre Nro 773

manchapuri@unap.edu.pe

Puno – Perú

Primera edición, Julio del 2025

Versión digital

DEPÓSITO LEGAL DEL LIBRO ELECTRÓNICO N° 2025- 07992

ISBN N° 978-612-03-1191-2

Disponible en: <https://demokno.info/publicaciones/>

Diseño y diagramación

Micol Zayetsy Anchapuri Ramos

Diseño de cubierta:

Manuel Anchapuri Q.

Más allá de los números: Diseños cualitativos y estudios de caso en investigación social y empresarial.

Manuel Anchapuri Quispe

Carlos Fuentes Guizado

Roger Freddy Fernandez Burgos

Roger Miranda Bellido

Roxana Maritza Alberssi Tisnado

Ada Luz Flores Ortega

Alberto Catachura Vilca

Como citar:

Anchapuri, M., Fuentes, C., Fernandez, R. F., Miranda, R., Alberssi, R. M., Flores, A. L., & Catachura, A. (2025). “*Más allá de los números: Diseños cualitativos y estudios de caso en investigación social y empresarial*”.

<https://demokno.info/publicaciones/>



Más allá de los números: Diseños cualitativos y estudios de caso en investigación social y empresarial © 2025 by Anchapuri, M., Fuentes, C., Fernandez, R. F., Miranda, R., Alberssi, R. M., Flores, A. L., & Catachura, A is licensed under Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

“No dejaremos de explorar y al final de nuestra búsqueda llegaremos a donde empezamos y conoceremos por primera vez el lugar.”

Thomas Stearns Eliot

“Nada tiene tanto poder para ampliar la mente que la capacidad de investigar de manera sistemática y real todo lo que es susceptible de observación en la vida”

Marco Aurelio,

“Ninguna cantidad de experimentación puede probar definitivamente que tengo razón; pero un solo experimento puede probar que estoy equivocado.”

Albert Einstein

Dedicatoria:

A los curiosos, a los persistentes y a los audaces exploradores de lo cualitativo, a los incansables tejedores de historias y a aquellos que se sumergen con coraje en la riqueza de los diseños cualitativos, dedicamos esta obra. Que en estas páginas encuentren más allá de métodos y enfoques un faro de inspiración, un convite a desentrañar las sutilezas de la experiencia humana y a desafiar los confines del conocimiento. Cada paso que dan en esta travesía cualitativa no solo enriquece el mosaico colectivo del saber, sino que abre caminos novedosos hacia un futuro de descubrimiento y transformación.

*A la memoria de mi madre mi ángel guardián,
cuyo amor incondicional me inspiró a escribir este libro.*

Roxana Alberssi Tisnado

Pensamiento:

"Nunca te despojes de toda defensa, porque tarde o temprano serás atacado por los que antes te respetaban".

"Solo viviré una vez; por lo tanto, Cuánto bien haga y cuanta bondad pueda mostrar a un Ser Humano, he de hacerlo ahora. No debe aplazarlo ni olvidarlo, Pues no volveré a pasar por aquí".

Índice

Índice	8
Índice de tablas	11
Capítulo 1: Fundamentos Epistemológicos de la Investigación Cualitativa	15
Capítulo 2: Bases Teóricas y Paradigmas de la Investigación Cualitativa	25
Capítulo 3: Muestreo en la investigación cualitativa para la comprensión profunda	33
Capítulo 4: Diseños de la Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales y Empresariales	47
Capítulo 5: Técnicas de recolección de datos en la investigación cualitativa	51
Caso 1: Guía de Entrevista en Profundidad sobre el Packaging de Fresas Orgánicas de Acora - Puno	55
Caso 2: Cuestionario para Evaluar el Packaging de Fresas Orgánicas y decisión de compra	59
Caso 3: Guía de Entrevista Semiestructurada: Percepciones, Usos y Significados de la Tecnología Digital	63
Capítulo 6: Análisis de Datos Cualitativos	67
Caso 4: Etnografía de las Conferencias de Prensa de AMLO y Análisis de su Reproducción en YouTube (2018-2022)	72
Capítulo 7: La discusión en el análisis cualitativo.	81
Capítulo 8: Aplicaciones de la investigación cualitativa en las ciencias sociales y empresariales.	87

Casos 5: “El liderazgo compartido como factor de sostenibilidad del proyecto de comunidades de aprendizajes”	95
Capítulo 9: Métodos emergentes y herramientas contemporáneas en investigación cualitativa	100
Aplicaciones Contextuales: Estudios de Caso Relevantes	104
Capítulo 10: Investigación Acción Participativa	108
Caso 6: Investigación acción participativa y laboratorios de innovación social en áreas rurales.	120
Caso 7: Investigación-Acción Participativa (IAP): Fundamentos, Proceso y Aplicaciones en Ciencias Sociales y Educación	125
Capítulo 11: La descolonización del conocimiento en la investigación cualitativa.	129
Capítulo 12: El futuro de la investigación cualitativa.	140
Capítulo 13: Casos de investigación cualitativa en ciencias empresariales y sociales.	146
Caso 7: El packaging como herramienta estratégica de marketing para el posicionamiento de marca.	149
Caso 8: Técnicas de Investigación Cualitativa de Mercados en el Sector Agroindustrial, con Énfasis en el Consumidor de Fruta Fresca	153
Caso 9: Análisis del éxito empresarial de una cafetería en tulungagung: un estudio fenomenológico de la cafetería tajug tulungagung	157

Caso 10: Aplicación de la teoría fundamentada en la investigación de la toma de decisiones en liderazgo educativo	162
Caso 11: La política de la identidad en la investigación etnográfica organizacional.	167
Caso 12: El impacto del avance digital en el diseño de modelos de negocio	175
Caso 13: Integración de Análisis de Contenido Cualitativo y Análisis Narrativo: Un Enfoque de Cinco Pasos	181
Caso 14: Un enfoque hermenéutico objetivo para la validación cualitativa	187
Caso 15: El impacto de los smartphones en la educación superior	194
Caso 16: Implicancias del acuerdo marco entre comunidades y empresas mineras como instrumento para la gestión de conflictos sociales	199
Anexo 1. Guía de preguntas semi-estructuradas	203
Anexo 2. Plantilla de valoración por juicio de expertos de los guiones semiestructurados de preguntas para los grupos de discusión.	206
Bibliografía	214
Autores	239

Índice de tablas

	Pág.
1. <i>Convergencias y Diferencias entre Paradigmas.</i>	31
2. <i>Comparación de criterios de Investigación Cuanti y Cual.</i>	39
3. <i>Criterios de big-tent: para una excelente investigación cualitativa</i>	40

INTRODUCCIÓN

En el ámbito dinámico de la investigación social y empresarial, la calidad de los datos es primordial para obtener conclusiones válidas y aplicables (Khoa et al., 2023). Los instrumentos de medición, como encuestas y cuestionarios, sirven como pilares fundamentales en la recopilación de datos, requiriendo un diseño y una validación rigurosos para asegurar su precisión y fiabilidad (Khan et al., 2024). Tradicionalmente, los enfoques cuantitativos han dominado la validación de instrumentos, enfatizando métricas estadísticas y análisis numéricos (Otitolaiye et al., 2021)(Zhang & Feng, 2021). Sin embargo, una dependencia excesiva en los números puede pasar por alto las complejidades y matices inherentes al comportamiento humano y los contextos sociales (Gummesson, 2006). Este texto aboga por la integración de metodologías cualitativas robustas en el diseño y la validación de instrumentos, reconociendo el valor profundo de las percepciones, las experiencias y los significados contextuales ricos (Mohajan, 2018), (Bogopane, 2013).

La investigación cualitativa ofrece un conjunto único de herramientas para explorar la profundidad y la amplitud de los fenómenos sociales y empresariales (Yıldırım, 2010). A través de métodos como entrevistas en profundidad, grupos focales y análisis temático, los investigadores pueden descubrir facetas ocultas, probar supuestos y obtener una comprensión más holística de los conceptos que se están midiendo

(Sarvestani et al., 2024). En el contexto del diseño de instrumentos, los métodos cualitativos pueden ayudar a generar ítems relevantes, evaluar la validez del contenido y refinar el lenguaje para asegurar la claridad y la resonancia cultural (Hanson-DeFusco et al., 2023). En la fase de validación, los enfoques cualitativos pueden descubrir fuentes potenciales de sesgo, explorar la interpretabilidad de las puntuaciones y proporcionar evidencia rica para apoyar o desafiar las conclusiones basadas en métodos cuantitativos (Almeida et al., 2024).

Este texto tiene como objetivo proporcionar una guía completa para investigadores sociales y empresariales interesados en mejorar sus prácticas de diseño y validación de instrumentos a través de la integración estratégica de metodologías cualitativas (Chevalier et al., 2022), (Maggetti et al., 2013). Al ilustrar las fortalezas complementarias de los enfoques cualitativos y cuantitativos, pretendemos ir *"Más Allá de los Números"*, fomentando un enfoque más riguroso, sensible al contexto y centrado en el ser humano para la medición en la investigación social y empresarial (Ali-Zade, 2020). A través de ejemplos prácticos, estudios de casos y conocimientos metodológicos detallados, pretendemos proporcionar a los investigadores las herramientas y los conocimientos necesarios para aprovechar todo el potencial de la investigación cualitativa para mejorar la calidad y el impacto de sus instrumentos de medición (Housley et al., 2012).

Este enfoque dual no solo fortalece la validez y la confiabilidad de la investigación, sino que también contribuye a una comprensión más profunda de los problemas sociales y empresariales complejos (Asfoor et al., 2024). Al adoptar una perspectiva metodológica diversa, los investigadores pueden abordar los desafíos del mundo real con mayor precisión y desarrollar intervenciones e iniciativas más efectivas. Este texto sirve como un recurso esencial para los académicos, profesionales y responsables políticos que buscan aprovechar el poder de la investigación cualitativa para mejorar sus prácticas de diseño y validación de instrumentos en la investigación social y empresarial. Al enfatizar el valor crítico del contexto y la profundidad, buscamos avanzar en el campo y fomentar una práctica de investigación más completa y significativa (Niazi & Khan, 2024) (Chang & Smith, 2023).

CAPITULO I

Capítulo 1: Fundamentos Epistemológicos de la Investigación Cualitativa

Las bases epistemológicas que sustentan la investigación cualitativa, destacando su enfoque interpretativo y constructivista. Se exploran las diferencias con el paradigma positivista y se discute la importancia de comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de los actores involucrados.

La investigación cualitativa constituye un enfoque metodológico que se fundamenta en la comprensión profunda de fenómenos sociales, culturales y organizacionales desde la perspectiva de los actores implicados. A diferencia de la investigación cuantitativa, centrada en la medición y generalización estadística, la investigación cualitativa busca interpretar el sentido de las experiencias humanas en sus contextos naturales, lo que implica una postura epistemológica distinta y un compromiso ontológico con la realidad como construcción social (Denzin & Lincoln, 2018).

Este capítulo se orienta a describir los fundamentos epistemológicos que dan sustento a la investigación cualitativa, resaltando los paradigmas

interpretativo y constructivista, así como su aplicación en el campo de las ciencias sociales y empresariales.

Epistemología de la Investigación Cualitativa

La epistemología, como rama de la filosofía que estudia el conocimiento, establece las bases sobre las cuales se construyen las teorías científicas. En el enfoque cualitativo, el conocimiento no es considerado objetivo ni externo al sujeto, sino que se concibe como una construcción intersubjetiva producto del diálogo entre el investigador y los participantes (Creswell & Poth, 2018).

Desde esta perspectiva, la verdad no es única ni universal, sino múltiple y contextual. Por ello, el investigador cualitativo asume un rol activo, reconociendo que su propia experiencia y posicionamiento influyen en la interpretación de los datos (Flick, 2018). Esta postura implica reconocer la naturaleza subjetiva del conocimiento y la importancia de comprender los significados que las personas atribuyen a sus prácticas y relaciones sociales.

Paradigmas Filosóficos y Teóricos

El enfoque cualitativo se sustenta principalmente en tres paradigmas: el interpretativo, el constructivista y el crítico.

- **Paradigma Interpretativo:** parte del supuesto de que la realidad social es producto de las interpretaciones de los actores. El

investigador busca comprender cómo los individuos construyen significados a través del lenguaje, las interacciones y la cultura (Schütz, 1962). Por ejemplo, en una investigación sobre liderazgo empresarial, el enfoque interpretativo permite explorar cómo los colaboradores interpretan las decisiones estratégicas de la gerencia.

- **Paradigma Constructivista:** propone que el conocimiento emerge de la interacción social y cultural. No existe una realidad externa fija, sino múltiples realidades que se construyen a través del diálogo y la experiencia compartida (Lincoln & Guba, 1985). En ciencias empresariales, el constructivismo permite analizar cómo se construyen las culturas organizacionales a partir de las narrativas de los trabajadores.
- **Paradigma Crítico:** incorpora una dimensión política y ética, cuestionando las estructuras de poder y promoviendo la transformación social. En este paradigma, la investigación cualitativa no solo busca comprender, sino también emancipar a los grupos oprimidos (Freire, 1970). Por ejemplo, se puede utilizar en estudios sobre equidad de género en la gestión pública o empresarial.

Naturaleza Ontológica y Epistemológica

En términos ontológicos, la investigación cualitativa considera que la realidad es múltiple, dinámica y socialmente construida. A diferencia del

realismo objetivista, el enfoque cualitativo adopta una ontología relativista, que valora los relatos subjetivos y las múltiples versiones de la verdad (Guba & Lincoln, 1994).

Desde el punto de vista epistemológico, se rechaza la separación radical entre el investigador y el objeto de estudio. El conocimiento se co-construye a través del diálogo y la interacción, lo que implica una relación participativa e interpretativa (Patton, 2015).

Aplicaciones en Ciencias Sociales y Empresariales

En las ciencias sociales, la investigación cualitativa es fundamental para comprender fenómenos complejos como la exclusión social, la identidad cultural o la participación ciudadana. En el campo empresarial, se emplea para explorar dinámicas organizacionales, cultura corporativa, gestión del cambio, liderazgo y comportamiento del consumidor.

Ejemplo: Un estudio cualitativo sobre las percepciones de los empleados frente a un proceso de transformación digital en una empresa mediana puede revelar no solo actitudes de resistencia o aceptación, sino también discursos sobre el miedo al reemplazo laboral, la reconfiguración de roles o el sentido de pertenencia.

El fundamento epistemológico de la investigación cualitativa se basa en la comprensión profunda y contextualizada de la realidad social, abordada desde la perspectiva de los actores implicados. Este enfoque no solo amplía el campo de conocimiento en las ciencias sociales y

empresariales, sino que también aporta herramientas teóricas y metodológicas para el análisis crítico de los fenómenos humanos.

Utilización de la Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa es un enfoque interpretativo y exploratorio que busca comprender fenómenos poco estudiados o insuficientemente explicados a través de la recolección de datos no numéricos. A diferencia de la investigación cuantitativa —que se orienta a la medición y generalización estadística— la investigación cualitativa privilegia el significado, la experiencia subjetiva y la construcción de sentido desde la perspectiva de los actores.

Aplicación: Se emplea cuando el conocimiento sobre el fenómeno es limitado o ambiguo, cuando no existen teorías suficientemente consolidadas o cuando se desea comprender la lógica interna del comportamiento humano. Las preguntas abiertas permiten descubrir ideas no anticipadas y generar hipótesis futuras.

Principales Métodos Cualitativos para la Recolección de Datos

Grupos Focales:

- Técnica basada en la interacción grupal para generar conocimiento colectivo. Implica reunir entre 6 y 12 personas con características

similares para discutir un tema específico bajo la moderación de un facilitador experto.

- Ventajas: Estimula el diálogo, permite comparar perspectivas, genera un entorno de conversación natural.
- Ejemplos:
 - Estudio sobre percepciones culturales sobre la gestión pública.
 - Estudio longitudinal sobre el uso de smartphones en educación superior (dos momentos de medición).

Entrevistas Semiestructuradas:

- Diálogo individual guiado por una serie de preguntas flexibles que permiten al entrevistado profundizar en sus experiencias.
- Ventajas: Permite adaptar la entrevista según el flujo de la conversación y explorar en profundidad temas emergentes.
- Ejemplos:
 - Estigma social en enfermeras durante la pandemia (entrevistas por Zoom de 50 minutos).
 - Hábitos alimentarios en estudiantes universitarios (15 entrevistas).
 - Cambios en educación física durante el confinamiento (10 entrevistas).

Revisión Teórica: La investigación cualitativa parte de una revisión crítica de literatura, pero permite flexibilidad para que emerjan nuevas categorías no contempladas previamente.

Selección Muestral:

- Se opta por muestreo intencional (por conveniencia, juicio experto o bola de nieve), buscando saturación teórica.
- Saturación: Momento en el cual nuevas entrevistas no generan información novedosa. Suele alcanzarse entre 10 y 15 participantes, aunque varía según el estudio.
- Es válido incorporar datos sociodemográficos para segmentar respuestas (edad, género, formación, etc.).

Medios Digitales:

- Herramientas como Zoom o Google Meet permiten realizar entrevistas a distancia y grabarlas para facilitar el análisis.
- Las plataformas digitales democratizan el acceso a participantes en distintas regiones.

Elaboración de Guías de Entrevista:

- Las preguntas deben derivarse de marcos teóricos o experiencias previas.

- Es recomendable validar la guía con expertos (validación cualitativa de contenido).
- Se sugiere estructurar las guías por bloques temáticos con progresión lógica (escalonamiento).

Trabajo en Equipo:

- Es posible asignar entrevistas a colaboradores o estudiantes, siempre que exista formación mínima y supervisión académica.

Análisis de Datos en Investigación Cualitativa

Transcripción:

- Consiste en pasar a texto el contenido de las entrevistas o grupos focales. Puede realizarse de forma total o selectiva.

Codificación:

- Proceso sistemático para agrupar respuestas en categorías significativas.
- La codificación puede ser inductiva (emergente) o deductiva (a partir de teoría).
- Se recomienda el uso de "códigos árbol" que reflejen la jerarquía de temas principales y subtemas.

Validación:

- Para mejorar la fiabilidad, se sugiere la triangulación de codificadores.

- Idealmente, dos personas analizan las mismas transcripciones y comparan categorías. Si es necesario, un tercer investigador interviene para consensuar.

Consideraciones Complementarias

Estudios Longitudinales Cualitativos:

- Aunque poco frecuentes, permiten observar la evolución de percepciones en distintos momentos del tiempo.

Validación de Guías:

- La validación cualitativa de instrumentos puede realizarse mediante la recolección de opiniones abiertas de jueces o expertos sobre la claridad, secuencia y pertinencia de las preguntas.
- La investigación cualitativa constituye una metodología robusta para explorar fenómenos complejos cuando se requiere una comprensión profunda y contextualizada. Su valor radica en la riqueza interpretativa de los datos, la flexibilidad en la recolección y análisis, y su orientación a descubrir nuevos significados desde la voz de los participantes. A través de una rigurosa planificación, análisis colaborativo y validación metodológica, se generan hallazgos significativos que pueden contribuir tanto al desarrollo teórico como a la toma de decisiones estratégicas en contextos educativos, sociales y organizacionales.

"Su valor no reside en reemplazar lo cuantitativo, sino en iluminar lo que los números no pueden capturar: la textura humana de la realidad social".

CAPITULO II

Capítulo 2: Bases Teóricas y Paradigmas de la Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa no es únicamente un conjunto de técnicas de recolección de datos, sino una forma de entender el conocimiento, la realidad y la construcción del saber científico desde una perspectiva interpretativa. Para comprender su fundamento teórico, es esencial analizar los paradigmas que lo sustentan, pues estos delimitan el modo en que los fenómenos son abordados, cómo se establecen las relaciones entre el investigador y el sujeto de estudio, y qué tipo de conocimiento se considera válido.

Este capítulo desarrolla las bases teóricas de la investigación cualitativa, profundizando en los paradigmas más influyentes: positivista, interpretativo, constructivista, crítico y posmoderno, con énfasis en su aplicabilidad en las ciencias empresariales y sociales. Cada paradigma será analizado desde su ontología, epistemología y metodología, incluyendo ejemplos contextualizados en el ámbito de las organizaciones, la gestión pública, el comportamiento humano y las dinámicas sociales.

La noción de paradigma en investigación

El término “paradigma” fue popularizado por Thomas Kuhn (1962) para referirse a un conjunto de creencias, valores y técnicas que comparten los científicos dentro de una comunidad. En el ámbito de la investigación cualitativa, Guba y Lincoln (1994) definen el paradigma como “un sistema básico de creencias que guía la acción” (p. 107), indicando que toda investigación está implícitamente condicionada por supuestos ontológicos (la naturaleza de la realidad), epistemológicos (la naturaleza del conocimiento) y metodológicos (la forma de indagar esa realidad).

En este sentido, el investigador cualitativo no opera desde la neutralidad, sino desde una postura crítica y reflexiva, reconociendo el lugar desde donde investiga y el impacto de su propia subjetividad sobre los resultados (Flick, 2018).

Paradigma Positivista: Breve alusión crítica

El paradigma positivista es el fundamento de la investigación cuantitativa, es importante mencionarlo para comprender por contraste la propuesta cualitativa. El positivismo clásico, derivado de las ideas de Auguste Comte y Émile Durkheim, concibe la realidad como objetiva, medible y externa al observador (Comte, 1854; Durkheim, 1895). Este enfoque ha dominado históricamente las ciencias sociales bajo la pretensión de aplicar métodos propios de las ciencias naturales.

No obstante, su aplicación en estudios organizacionales o sociales complejos ha sido cuestionada por su incapacidad para captar la riqueza de los significados, las emociones y las relaciones simbólicas. Por ello, la investigación cualitativa emerge como una respuesta crítica y alternativa epistemológica.

Paradigma Interpretativo

El paradigma interpretativo parte del supuesto de que la realidad social es construida a través de la experiencia humana y no puede entenderse sin atender al contexto donde ocurre. En este enfoque, los fenómenos sociales no se explican por leyes universales, sino que se comprenden por medio de los significados atribuidos por los actores (Schütz, 1962).

Ontología

La realidad es múltiple, subjetiva y contextual. Lo real se construye en la interacción humana.

Epistemología

El conocimiento se co-construye a través del diálogo entre investigador y participante. El investigador es parte del proceso y no un observador neutral.

Metodología

Se prioriza la descripción detallada y la comprensión profunda. Métodos como la entrevista en profundidad, la observación participante y el análisis narrativo son comunes.

Ejemplo: En un estudio sobre cultura organizacional, se puede analizar cómo los empleados de una empresa interpretan los rituales corporativos, las reuniones de equipo o los valores institucionales desde sus propias perspectivas.

Paradigma Constructivista

El constructivismo plantea que la realidad es una construcción subjetiva producida por los individuos en interacción social y cultural. A diferencia del interpretativismo, que se enfoca en la interpretación de significados ya construidos, el constructivismo enfatiza cómo estos significados emergen y se negocian constantemente.

Ontología

Relativista. La realidad se construye socialmente y cambia en función de las interacciones humanas.

Epistemología

El conocimiento no es descubierto, sino construido en forma dinámica entre el investigador y los participantes.

Metodología

Se emplean métodos inductivos, centrados en la generación de teorías emergentes desde los datos, como la Teoría Fundamentada (Grounded Theory) (Charmaz, 2014).

Ejemplo: En una investigación sobre el emprendimiento juvenil en contextos rurales, se explora cómo los jóvenes construyen la idea de “éxito” a partir de sus experiencias familiares, el contexto económico local y los discursos culturales sobre el progreso.

Paradigma Crítico

Este paradigma se basa en las teorías de la Escuela de Frankfurt y se nutre de aportes del pensamiento marxista, feminista y decolonial. La investigación crítica no solo busca comprender la realidad, sino transformarla. Se enfoca en las estructuras de poder, ideología, hegemonía y opresión.

Ontología

Histórico-realista. La realidad está condicionada por estructuras sociales, políticas y económicas que pueden ser modificadas.

Epistemología

El conocimiento es histórico, situado y emancipador. La investigación debe contribuir al cambio social.

Metodología

Se utilizan métodos dialógicos, participativos y reflexivos. Se promueve la investigación-acción, la etnografía crítica o el análisis del discurso ideológico (Kincheloe & McLaren, 2005).

Ejemplo: Un estudio sobre liderazgo femenino en empresas públicas puede centrarse en cómo las estructuras patriarcales limitan el ascenso de mujeres a puestos directivos y cómo estas mujeres construyen estrategias de resistencia simbólica y política.

Paradigma Posmoderno

El paradigma posmoderno cuestiona la idea de verdad universal, cuestiona las grandes narrativas y enfatiza el pluralismo, la fragmentación del conocimiento y la contingencia de los significados. El investigador posmoderno acepta la contradicción, la ironía y la deconstrucción como herramientas válidas de análisis (Lyotard, 1984).

Ontología

La realidad es discontinua, plural, caótica y fluida.

Epistemología

El conocimiento es textual, performativo y no totalizante. No existe una única verdad, sino múltiples discursos en competencia.

Metodología

Se utilizan técnicas como el análisis del discurso, la etnografía postestructural y la narrativa de vida para explorar identidades móviles, marginalidades y relaciones simbólicas.

Ejemplo: En un estudio sobre branding personal de emprendedores digitales, se puede analizar cómo los sujetos construyen múltiples identidades en redes sociales, utilizando discursos fragmentados que combinan motivación, entretenimiento y estética visual.

Tabla 1

Convergencias y Diferencias entre Paradigmas.

Paradigma	Ontología	Epistemología	Objetivo de la Investigación	Aplicación
Positivista	Realista	Objetiva	Explicar	Ciencias naturales, encuestas
Interpretativo	Subjetiva	Interactiva	Comprender	Cultura organizacional
Constructivista	Relativista	Co-construida	Descubrir significados	Teoría fundamentada
Crítico	Histórico-realista	Emancipadora	Transformar	Estudios de género, desigualdad
Posmoderno	Fluida	Deconstruccionista	Cuestionar	Identidades, marketing digital

El enfoque cualitativo se basa en paradigmas que comprenden la realidad desde una óptica no positivista, centrada en los significados, los

contextos y las relaciones sociales. Cada paradigma presenta una manera particular de entender la investigación, y su elección debe estar alineada con el problema de estudio, los objetivos de la investigación y la postura ética del investigador.

Para el campo de las ciencias empresariales y sociales, estos paradigmas ofrecen herramientas poderosas para explorar fenómenos complejos, invisibilizados o emergentes, proporcionando no solo comprensión teórica, sino también capacidad de transformación social y organizacional.

CAPITULO III

Capítulo 3: Muestreo en la investigación cualitativa para la comprensión profunda

El muestreo en la investigación cualitativa es un proceso crítico que determina la calidad, profundidad y credibilidad de los hallazgos, al seleccionar participantes o casos que permitan explorar en detalle los fenómenos sociales, culturales o comportamentales (Guetterman, 2020). A diferencia del muestreo probabilístico, característico de los estudios cuantitativos, el muestreo cualitativo prioriza la riqueza informativa sobre la representatividad estadística, buscando casos que iluminen los significados y contextos del fenómeno estudiado (Marshall, 1996; Merriam, 2022). Este enfoque es fundamental para cumplir los objetivos de la investigación cualitativa: explorar experiencias, interpretar significados y comprender dinámicas contextuales (Sade-Beck, 2004). A continuación, se analizan los tipos de muestreo, sus consideraciones clave y sus implicaciones para la validez y credibilidad, con ejemplos de aplicaciones en artículos científicos.

Tipos de muestreo en investigación cualitativa

El muestreo cualitativo abarca diversas técnicas, cada una diseñada para responder a los objetivos específicos del estudio:

- **Muestreo por Conveniencia:** Selecciona participantes según su accesibilidad, lo que facilita el reclutamiento, pero puede introducir sesgos (Marshall, 1996). Por ejemplo, en un estudio sobre percepciones de docentes universitarios respecto al uso de smartphones, Salcines-Talledo et al. (2022) utilizaron un muestreo por conveniencia para incluir docentes disponibles en una institución específica, aunque reconocieron limitaciones en la diversidad de perspectivas.

Haga lo que es fácil para ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo. Razones más pobres; credibilidad más baja. Produce casos de poca información.

- **Muestreo Intencional** (o Propositivo): Implica seleccionar participantes o casos según su relevancia para los objetivos de la investigación (Douglas, 2022; Suri, 2011). Este enfoque incluye varias estrategias:
- **Muestreo de Casos Típicos:** Selecciona casos representativos de la norma. Por ejemplo, Urrea-Monclús et al. (2021) utilizaron este método para estudiar competencias socioemocionales en adolescentes, seleccionando estudiantes de secundaria que reflejaban características promedio de la población escolar.
- **Muestreo de Casos Extremos o Desviados:** Se enfoca en casos atípicos para explorar los límites del fenómeno. En un estudio sobre

vulnerabilidad a infecciones de transmisión sexual, Patricio et al. (2022) seleccionaron personas en situación de calle con experiencias extremas para identificar factores de riesgo únicos.

- **Muestreo de Máxima Variación:** Incluye participantes con diversas características para capturar la heterogeneidad del fenómeno. Suri (2011) destaca su uso en estudios organizacionales para comparar perspectivas de empleados en diferentes niveles jerárquicos.
- **Muestreo Homogéneo:** Selecciona participantes con características similares para un análisis profundo. Por ejemplo, Rio y Armanu (2024) emplearon este método para estudiar la cultura organizacional en una empresa multinacional, enfocándose en empleados de un mismo departamento.
- **Muestreo de Casos Críticos:** Identifica casos clave para probar hipótesis o comprender el fenómeno. Jaramillo Vélez et al. (2023) utilizaron este enfoque para validar instrumentos de consentimiento informado en ensayos clínicos, seleccionando casos que representaban dilemas éticos significativos.
- **Muestreo Teórico:** Común en la teoría fundamentada, selecciona participantes según los conceptos emergentes durante el análisis (Marshall, 1996; Reed et al., 1996). En un estudio sobre liderazgo transformacional, López-García et al. (2022) usaron muestreo teórico para refinar categorías relacionadas con el compromiso organizacional.

- **Muestreo en Bola de Nieve:** Los participantes iniciales recomiendan a otros, útil para poblaciones difíciles de alcanzar (Reed et al., 1996). Por ejemplo, Patrício et al. (2022) aplicaron esta técnica para contactar personas sin hogar en un estudio sobre vulnerabilidad a infecciones de transmisión sexual, utilizando redes de confianza para el reclutamiento.

Consideraciones Clave en el Muestreo Cualitativo

El diseño del muestreo cualitativo debe alinearse con los objetivos de la investigación y garantizar la calidad de los datos. Las siguientes consideraciones son fundamentales:

- **Propósito de la Investigación:** La técnica de muestreo debe reflejar los objetivos del estudio. Por ejemplo, el muestreo teórico es ideal para desarrollar teorías emergentes (Marshall, 1996), mientras que el muestreo de casos extremos es adecuado para explorar fenómenos poco conocidos (Suri, 2011).
- **Riqueza de la Información:** La prioridad es obtener datos ricos y detallados, más que una muestra grande (Guetterman, 2020). En el estudio de Salcines-Talledo et al. (2022), una muestra pequeña pero diversa de docentes permitió explorar en profundidad las percepciones sobre el uso de smartphones en la educación superior.
- **Saturación:** El muestreo continúa hasta alcanzar la saturación, cuando nuevos datos no aportan información adicional (Reed et al., 1996). Por ejemplo, Urrea-Monclús et al. (2021) detuvieron el

reclutamiento al confirmar que las respuestas sobre competencias socioemocionales no generaban nuevas categorías.

- **Transparencia:** Los investigadores deben documentar claramente los criterios de selección, las estrategias de reclutamiento y las justificaciones de las decisiones de muestreo (Higginbottom, 2004). Esta transparencia fue clave en el estudio de Jaramillo Vélez et al. (2023), donde se detallaron los criterios para seleccionar expertos en la validación de instrumentos.
- **Tamaño de la Muestra:** Aunque no hay reglas fijas, los estudios cualitativos suelen usar muestras pequeñas, determinadas por la complejidad del fenómeno y la calidad de los datos (Onwuegbuzie & Leech, 2005). Por ejemplo, Patricio et al. (2022) trabajaron con 100 participantes para garantizar datos ricos sobre vulnerabilidad en poblaciones sin hogar.
- **Sesgo:** Los investigadores deben mitigar sesgos, especialmente en el muestreo por conveniencia, asegurando que los participantes sean relevantes para el estudio (Roulston & Shelton, 2015). En el estudio de Rio y Armanu (2024), se emplearon criterios estrictos para evitar sesgos en la selección de empleados.

Implicaciones para la Validez y Credibilidad

Las decisiones de muestreo impactan directamente la calidad de la investigación cualitativa:

- **Validez:** Un muestreo bien diseñado asegura que los participantes sean relevantes para el fenómeno estudiado, aumentando la validez de los hallazgos (Guetterman, 2020). Por ejemplo, el muestreo intencional en López-García et al. (2022) garantizó que los participantes fueran líderes con experiencia relevante para el estudio.
- **Credibilidad:** La transparencia en el proceso de muestreo y la búsqueda de saturación fortalecen la credibilidad (Higginbottom, 2004). En Urrea-Monclús et al. (2021), la descripción detallada del proceso de selección y la saturación alcanzada respaldaron la fiabilidad de los resultados.
- **Transferibilidad:** Aunque la generalización no es el objetivo principal, un muestreo cuidadoso puede facilitar la aplicación de los hallazgos a contextos similares (Cohen et al., 2017). Por ejemplo, el muestreo de máxima variación en Rio y Armanu (2024) permitió identificar patrones transferibles en culturas organizacionales.

Tabla 2*Comparación de criterios de Investigación Cuanti y Cual.*

Criterios Tradicionales para Juzgar la Investigación Cuantitativa	Criterios Alternativos para Juzgar la Investigación Cualitativa
validez interna	credibilidad
validez externa	transferibilidad
fiabilidad	fiabilidad
objetividad	confirmidad

Nota. Guba y Lincoln propusieron cuatro criterios para juzgar la solidez de la investigación

El muestreo en la investigación cualitativa es un proceso estratégico que requiere alinear las técnicas de selección con los objetivos del estudio, priorizando la riqueza informativa y la saturación. Las diversas estrategias de muestreo, desde el intencional hasta el teórico, ofrecen herramientas flexibles para explorar fenómenos complejos, mientras que la transparencia y la gestión de sesgos fortalecen la validez y credibilidad de los hallazgos. Ejemplos como los de Salcines-Talledo et al. (2022), Patricio et al. (2022), y Jaramillo Vélez et al. (2023) ilustran cómo un muestreo bien diseñado puede generar conocimiento profundo y contextualizado, contribuyendo al avance de la investigación cualitativa en diversos campos.

De acuerdo con: *Sarah J. Tracy, (2016)*. Clasifica en 8 criterios de big-tent: para una excelente investigación cualitativa

Tabla 3

Criterios de big-tent: para una excelente investigación cualitativa

Criterios de Calidad (objetivo final)	Varios medios, prácticas y métodos a través de los cuales lograr
Tema digno	El tema si la investigación es: relevante oportuno significativo interesante
Rico rigor	El estudio utiliza suficiente, abundante, apropiado y complejo construcciones teóricas datos y tiempo en el campo muestra(s) contexto(s) procesos de recopilación y análisis de datos
Sinceridad	El estudio se caracteriza por autorreflexividad sobre valores subjetivos, sesgos e inclinaciones del investigador(s) transparencia sobre los métodos y desafíos
Credibilidad	La investigación está marcada por descripción gruesa, detalle concreto, explicación del conocimiento tácito (no textual) y mostrar en lugar de contar

	<p>triangulación o cristalización</p> <p>multivocaticidad</p> <p>reflexiones de miembros</p> <p>confiabilidad entre codificadores (cuando se colabora en el análisis de datos)</p>
Resonancia	<p>La investigación influye, afecta o mueve a lectores particulares o una variedad de audiencias a través de</p> <p>representación estética, evocadora</p> <p>generalizaciones naturalistas</p> <p>hallazgos transferibles</p>
Contribución significativa	<p>La investigación proporciona una contribución significativa</p> <p>conceptual/teóricamente</p> <p>prácticamente</p> <p>heurísticamente</p> <p>metodológicamente</p>
Ético	<p>La investigación considera</p> <p>ética procesal (como sujetos humanos)</p> <p>ética situacional y cultural específica</p> <p>ética relacional</p>
Coherencia significativa	<p>El estudio logra de lo que pretende ser</p>

utiliza métodos y procedimientos que se ajustan a sus objetivos establecidos

interconecta significativamente literatura, preguntas/focos de investigación, hallazgos e interpretaciones entre sí

Nota. Ben Flyvbjerg, 2013.

Estrategias de muestreo en la investigación cualitativa.

Las estrategias de muestreo en la investigación cualitativa son cruciales para seleccionar participantes o fuentes de datos que proporcionen información rica y relevante para la investigación (Phillippi & Lauderdale, 2017). A diferencia de la investigación cuantitativa, el muestreo cualitativo se centra en la profundidad y la comprensión en lugar de la generalización estadística. A continuación, se describen algunas estrategias comunes de muestreo en la investigación cualitativa:

1. Muestreo Intencional (Purposive Sampling)

- **Descripción:** El muestreo intencional, también conocido como muestreo con propósito, implica la selección deliberada de los participantes en función de sus características o experiencias específicas que son relevantes para la pregunta de investigación (Ramadhana & Pradana, 2024; Aulyah et al., 2025; Hading & Purnamawati, 2023; Ardaniyati et al., 2019; Lathiifah & Kautsar, 2022). El objetivo es obtener una comprensión profunda de un

fenómeno particular en lugar de buscar la representatividad (Ramadhana & Pradana, 2024).

- **Aplicaciones:** Este método es útil cuando se necesita estudiar un grupo específico con características únicas (Ramadhana & Pradana, 2024). Por ejemplo, en un estudio sobre el impacto de las redes sociales en las decisiones de compra, se seleccionaron seguidores de Instagram [@kahfeveryday] que cumplieran con criterios específicos (Ramadhana & Pradana, 2024). En otro caso, se utiliza para identificar a los encuestados en estudios sobre la mitigación de la pobreza (Aulyah et al., 2025).
- **Ventajas:** Permite una selección enfocada y eficiente de participantes que pueden ofrecer perspectivas valiosas sobre el tema de estudio (Ramadhana & Pradana, 2024).
- **Limitaciones:** Los resultados no son generalizables a una población más amplia.

2. Muestreo de Bola de Nieve (Snowball Sampling)

- **Descripción:** El muestreo de bola de nieve es una técnica en la que los participantes iniciales refieren a otros participantes potenciales que cumplen con los criterios de la investigación (Aulyah et al., 2025). Este método es particularmente útil cuando la población de interés es difícil de alcanzar o está "oculta" (Ellard-Gray et al., 2015).

- **Aplicaciones:** Es útil para acceder a grupos sociales específicos o vulnerables (Ellard-Gray et al., 2015; Aulyah et al., 2025). Por ejemplo, se utilizó en un estudio sobre la mitigación de la pobreza en el distrito de North Luwu, donde los participantes iniciales ayudaron a identificar a otros individuos relevantes (Aulyah et al., 2025).
- **Ventajas:** Facilita el acceso a poblaciones de difícil acceso y puede proporcionar una comprensión más completa de las redes sociales y las relaciones dentro de un grupo (Ellard-Gray et al., 2015).
- **Limitaciones:** Puede introducir sesgos, ya que los participantes tienden a referir a personas similares a ellos.

3. Muestreo por Conveniencia (Convenience Sampling)

- **Descripción:** El muestreo por conveniencia implica seleccionar participantes que están fácilmente disponibles para el investigador (Lee & Guénard, 2019).
- **Aplicaciones:** Es común en estudios exploratorios o cuando los recursos son limitados.
- **Ventajas:** Es un método rápido y económico (Lee & Guénard, 2019).
- **Limitaciones:** Puede generar sesgos significativos y no proporciona una base sólida para generalizaciones (Lee & Guénard, 2019).

4. Muestreo Teórico (Theoretical Sampling)

- **Descripción:** El muestreo teórico es un proceso utilizado en la

teoría fundamentada donde la selección de los participantes se guía por los conceptos emergentes de los datos recogidos (Willig & Rogers, 2017). Los participantes son seleccionados en función de su capacidad para ayudar a refinar y expandir las categorías teóricas (Willig & Rogers, 2017).

- **Aplicaciones:** Este método es esencial en la construcción de teorías sustantivas basadas en datos empíricos (Willig & Rogers, 2017).
- **Ventajas:** Permite una exploración profunda y sistemática de los fenómenos de interés, refinando la teoría a medida que avanza la investigación (Willig & Rogers, 2017).
- **Limitaciones:** Requiere una flexibilidad considerable y un análisis continuo de los datos.

5. Muestreo por Cuotas (Quota Sampling)

- **Descripción:** El muestreo por cuotas implica la creación de cuotas basadas en atributos de la población (por ejemplo, género, edad o etnia) y luego la selección de participantes que cumplan con estas cuotas.
- **Aplicaciones:** Se asegura que la muestra incluya la representación de diferentes subgrupos dentro de la población.
- **Ventajas:** Útil para garantizar la diversidad en la muestra.
- **Limitaciones:** Puede ser difícil asegurar que la selección dentro de

cada cuota sea verdaderamente aleatoria.

Consideraciones Adicionales

- **Tamaño de la Muestra:** En la investigación cualitativa, el tamaño de la muestra suele ser más pequeño que en la cuantitativa, y se determina por la saturación de los datos, es decir, el punto en el que no se obtienen nuevos conocimientos significativos (Phillippi & Lauderdale, 2017).
- **Ética:** Es fundamental garantizar el consentimiento informado y la confidencialidad de los participantes en todas las etapas del proceso de muestreo (Ellard-Gray et al., 2015).
- **Contexto:** Es crucial documentar el contexto en el que se recogen los datos, ya que esto ayuda a interpretar los resultados y a asegurar que el contexto rico persista más allá del equipo de investigación original (Phillippi & Lauderdale, 2017).

Además de estos métodos, existen otras técnicas de muestreo especializadas, como el muestreo de casos críticos, el muestreo de máxima variación y el muestreo confirmatorio, cada uno adaptado a objetivos de investigación específicos. La elección de la estrategia de muestreo depende de la pregunta de investigación, los recursos disponibles y la naturaleza de la población objetivo.

CAPITULO IV

Capítulo 4: Diseños de la Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales y Empresariales

La investigación cualitativa no constituye un método único, sino un conjunto de enfoques que comparten una visión epistemológica común: la comprensión de los fenómenos sociales desde la perspectiva de los sujetos. En este contexto, los enfoques cualitativos se centran en la construcción de significados, la interpretación de discursos, y la exploración de experiencias, en lugar de la medición objetiva de variables.

Autores como Denzin y Lincoln (2018) señalan que la investigación cualitativa es una práctica plural que permite examinar los significados que las personas atribuyen a sus acciones, relaciones y estructuras sociales. De esta manera, se posiciona como una estrategia flexible y adaptativa, esencial para comprender la complejidad de los contextos empresariales y sociales.

Diseño fenomenológico

El diseño fenomenológico busca comprender la esencia de las experiencias vividas por los individuos. Este enfoque parte del supuesto de que las experiencias subjetivas tienen un valor intrínseco y que el conocimiento se genera a través de la descripción profunda de dichas experiencias (Moustakas, 1994).

En el campo de la administración, la fenomenología ha sido utilizada para explorar la percepción del liderazgo en equipos de trabajo, la experiencia del cliente en servicios intangibles, o la vivencia del cambio organizacional. Estos estudios permiten comprender cómo los actores sociales experimentan fenómenos organizacionales en su cotidianidad.

Diseño etnográfico

Etnografía proviene del griego “ethnos” (tribu, pueblo) y de “grapho” (yo escribo), literalmente “descripción de los pueblos”. La etnografía es un diseño que busca describir las personas, sus costumbres y su cultura. Ha sido ampliamente utilizado en los estudios de antropología social y la educación, puede ser considerado como uno de los métodos de investigación más relevantes dentro de la investigación humanístico-interpretativa (Arnal, Del Rincón y Latorre, 1992).

La etnografía, tradicionalmente asociada a la antropología, ha sido adoptada por las ciencias empresariales para estudiar culturas organizacionales, prácticas laborales y dinámicas informales. Este enfoque se basa en la observación participante, entrevistas y análisis del contexto, y requiere una inmersión prolongada en el campo (Hammersley & Atkinson, 2019).

Por ejemplo, una investigación etnográfica sobre una cooperativa de ahorro en la región andina puede revelar las normas no escritas, rituales internos y formas de comunicación que estructuran el comportamiento organizacional, más allá de lo que establecen los manuales formales.

Diseño hermenéutico

La hermenéutica cualitativa se centra en la interpretación de textos, discursos y relatos. Este diseño reconoce que todo conocimiento está

mediado por el lenguaje y que la comprensión implica una interacción entre el investigador y el texto (Gadamer, 2004).

En la investigación empresarial, la hermenéutica ha sido clave para analizar discursos institucionales, narrativas de marca y testimonios de stakeholders. Por ejemplo, la interpretación de discursos de responsabilidad social empresarial (RSE) permite desentrañar las tensiones entre el discurso corporativo y las prácticas reales.

Diseño Teoría fundamentada (Grounded Theory)

Propuesta por Glaser y Strauss (1967), la teoría fundamentada es un enfoque sistemático que permite generar teorías desde los datos, en lugar de partir de hipótesis preconcebidas. A través de la codificación abierta, axial y selectiva, el investigador construye una teoría que emerge inductivamente del campo.

Este enfoque es muy valorado en los estudios organizacionales para el desarrollo de modelos teóricos sobre comportamiento organizacional, procesos de innovación o dinámicas de emprendimiento. Permite construir teorías contextualizadas, sensibles a las realidades particulares de los actores.

Diseño narrativo

El enfoque narrativo se centra en los relatos personales y colectivos como medio para comprender la experiencia humana. Parte del principio de que las personas estructuran sus vivencias en forma de historias, y que estas narrativas revelan sentidos profundos sobre identidad, valores y trayectorias (Clandinin & Connelly, 2000).

En el ámbito de las ciencias empresariales, las narrativas pueden analizarse para estudiar la trayectoria de vida de emprendedores, los procesos de construcción de identidad organizacional o las historias de aprendizaje en programas de formación.

Diseño Investigación-Acción

El diseño de la investigación acción (IA) es un enfoque metodológico que busca la transformación social a través de la acción y la reflexión. Se caracteriza por la participación activa de los individuos o grupos involucrados en el problema, quienes colaboran en la identificación del problema, la planificación de la acción, la implementación y la evaluación de los resultados.

Convergencias y divergencias entre los diseños

Si bien estos diseños comparten una perspectiva interpretativa y se fundamentan en el interaccionismo simbólico, difieren en sus énfasis metodológicos, técnicas de recolección de datos y niveles de abstracción teórica. En la práctica investigativa, la selección de un enfoque cualitativo depende del problema de investigación, los objetivos propuestos y el contexto de estudio.

Consideraciones éticas y rigor en los diseños cualitativos

Todos los diseños cualitativos deben guiarse por principios éticos, como el consentimiento informado, la confidencialidad y el respeto a los participantes. Asimismo, la credibilidad, transferibilidad, dependencia y confirmabilidad son criterios de rigor que sustituyen a la validez y confiabilidad del paradigma cuantitativo (Lincoln & Guba, 1985).

CAPITULO V

Capítulo 5: Técnicas de recolección de datos en la investigación cualitativa

La investigación cualitativa requiere métodos de recolección de datos que permitan capturar la complejidad de los significados, percepciones y experiencias humanas. Estas técnicas deben estar alineadas con el paradigma interpretativo y ajustarse a los enfoques específicos descritos en el capítulo anterior. En ciencias sociales y empresariales, estas técnicas permiten explorar desde las emociones en contextos laborales hasta las estructuras discursivas en organizaciones.

Entrevistas en profundidad

Las entrevistas en profundidad son una de las principales técnicas de recolección de datos cualitativos. Permiten indagar en la experiencia subjetiva del entrevistado mediante preguntas abiertas y una estructura flexible. Según Brinkmann y Kvale (2018), este tipo de entrevistas busca comprender los significados construidos por los actores sociales en contextos específicos.

En el ámbito empresarial, las entrevistas han sido ampliamente utilizadas para estudiar temas como la percepción del liderazgo, la cultura organizacional o la toma de decisiones estratégicas (Myers, 2020). Un ejemplo relevante es el estudio de Di Vaio, Palladino, y Hassan (2020), donde se entrevistó a gerentes de empresas para explorar prácticas de sostenibilidad corporativa.

Grupos focales (Focus Group)

El grupo focal es una técnica que consiste en reunir a un conjunto de participantes para discutir sobre un tema específico, facilitado por un moderador. Esta metodología es útil para explorar representaciones sociales, opiniones compartidas y disensos (Krueger & Casey, 2015).

En las ciencias empresariales, se ha utilizado para analizar percepciones de consumidores sobre marcas, evaluar programas de capacitación interna, o diseñar estrategias de marketing. Un estudio empírico de Fernández et al. (2022) utilizó focus groups para examinar las actitudes de los empleados hacia la transformación digital en una multinacional latinoamericana.

Observación participante y no participante

La observación permite captar comportamientos y contextos en tiempo real, generando datos ricos sobre las interacciones sociales. Puede ser participante, cuando el investigador se integra activamente en el entorno, o no participante, cuando observa sin intervenir (Angrosino, 2007).

En estudios organizacionales, la observación ha sido clave para analizar dinámicas informales de poder, rituales de trabajo, y prácticas culturales. Por ejemplo, Arias, García, y Valverde (2021) realizaron observación participante en cooperativas para estudiar los mecanismos de participación democrática y control interno.

Revisión documental y análisis de contenido cualitativo

El análisis de documentos institucionales, normativos, comunicacionales o personales constituye una fuente valiosa de información. Esta técnica permite comprender discursos, representaciones y lógicas institucionales. Bardin (2011) propone una metodología sistemática para el análisis de contenido que ha sido ampliamente adoptada en investigaciones cualitativas.

Un estudio de Martínez y Torres (2023) empleó análisis documental para investigar los discursos de responsabilidad social en los informes anuales de empresas mineras del sur del Perú, revelando contradicciones entre los discursos públicos y las prácticas reales.

Historias de vida

La historia de vida es una técnica narrativa que permite reconstruir la trayectoria de un sujeto a lo largo del tiempo. Es especialmente útil para investigar procesos de aprendizaje, trayectorias laborales o experiencias de emprendedores.

Rodríguez, Gil, y Fernández (2021) utilizaron historias de vida para comprender los itinerarios de emprendedores rurales en zonas altoandinas, identificando barreras culturales, institucionales y económicas en la consolidación de sus negocios.

Etnografía virtual y técnicas digitales

Con la digitalización de las relaciones sociales, se han desarrollado técnicas como la etnografía virtual, el análisis de interacciones en redes sociales y el seguimiento de comunidades online. Hine (2015) señala que estas técnicas permiten estudiar identidades, discursos y prácticas digitales de forma cualitativa.

En ciencias empresariales, se han aplicado para analizar el comportamiento de consumidores digitales, la comunicación institucional en redes sociales y las prácticas de branding digital (González-Pizarro & Bonilla, 2022).

Consideraciones éticas en la recolección de datos

La recolección cualitativa requiere de especial sensibilidad ética. Es imprescindible garantizar el consentimiento informado, la protección de la identidad de los participantes y la comunicación transparente sobre los propósitos de la investigación. Además, el investigador debe reflexionar sobre su posicionalidad y su impacto en el campo.

Caso 1: Guía de Entrevista en Profundidad sobre el Packaging de Fresas Orgánicas de Acora - Puno

Propósito del Estudio:

Explorar de manera cualitativa las percepciones, expectativas, valores y preferencias de los clientes potenciales sobre el packaging de fresas orgánicas cultivadas en Acora (Puno), con el objetivo de diseñar estrategias de branding, ecoinnovación y marketing orientadas a la sostenibilidad y diferenciación del producto.

Público Objetivo:

Consumidores adultos con disposición a adquirir productos orgánicos o sostenibles, incluyendo clientes frecuentes de ferias ecológicas, tiendas saludables, supermercados y comercios locales.

Duración Estimada:

25-35 minutos por entrevista.

Requisitos Éticos:

- Solicitar consentimiento informado verbal o escrito.
- Asegurar confidencialidad de datos personales.
- Aclarar que la participación es voluntaria y que pueden retirarse en cualquier momento sin consecuencias.

1. Introducción (3-5 minutos)

- Presentación del entrevistador (nombre, rol en la investigación, institución o equipo).
- Explicación del objetivo de la entrevista:

"Estamos desarrollando un estudio sobre la percepción del packaging de fresas orgánicas como parte de un proyecto de innovación agroalimentaria sostenible. Tu opinión nos ayudará a mejorar tanto el diseño como el impacto ambiental del envase."

- Confirmar consentimiento para grabar la entrevista (si aplica).
- Garantizar que no hay respuestas correctas o incorrectas.
- Asegurar un ambiente relajado y propicio para la conversación.

2. Desarrollo Temático (20-25 minutos)

2.1 Primera impresión y decisión de compra

- Pregunta principal: ¿Qué es lo primero que te llama la atención cuando ves el empaque de fresas orgánicas? ¿Cómo influye eso en tu decisión de compra?
- Subpautas:
 - Colores, materiales, tipografía, transparencia, textura.
 - Elementos visuales asociados a lo natural/orgánico.

2.2 Asociación con lo orgánico y sostenible

- Pregunta principal: ¿Crees que el empaque actual refleja adecuadamente que se trata de un producto orgánico y sostenible? ¿Por qué?
- Subpautas:
 - ¿Qué atributos debe tener un envase para considerarlo ecológico o "natural"?

- Elementos que generan confianza (sellos, certificaciones, información).

2.3 Comportamiento y preferencias de sostenibilidad

- Pregunta principal: ¿Qué tan importante es para ti que el empaque sea biodegradable, reciclable o reutilizable al comprar productos orgánicos?
- Subpautas:
 - ¿Estarías dispuesto(a) a pagar un poco más por un envase sostenible?
 - ¿Qué materiales prefieres evitar? ¿Por qué?

2.4 Información y valor agregado en el empaque

- Pregunta principal: ¿Qué tipo de información te gustaría que incluyera el envase de fresas orgánicas?
- Subpautas:
 - Origen del producto, modo de producción, impacto ambiental, recetas, QR con trazabilidad.
 - Evaluar posibles mejoras y su influencia en la decisión de compra.

2.5 Comparación con otros productos similares

- Pregunta principal: Si comparas este empaque con el de otros productos orgánicos que compras (frutas, verduras, snacks), ¿qué similitudes o diferencias observas?
- Subpautas:
 - Nivel de innovación, coherencia de marca, funcionalidad.
 - Identificación de mejores prácticas.

3. Cierre (3-5 minutos)

- Pregunta de cierre: ¿Hay algo más que te gustaría compartir sobre tu experiencia como consumidor de productos orgánicos o sobre el empaque en general?
- Agradecer por el tiempo y la sinceridad.
- Explicar cómo se usará la información (de forma anónima y agregada para diseñar mejoras).
- Entregar agradecimiento o incentivo acordado (si aplica).

4. Procedimientos Post-Entrevista

- Revisar inmediatamente las notas o transcripción.
- Codificar temas emergentes y patrones de respuestas.
- Identificar categorías conceptuales para el análisis cualitativo.
- Registrar observaciones no verbales relevantes.
- Guardar archivo digital de la entrevista con código alfanumérico anónimo.

Nota metodológica: Esta guía se fundamenta en principios de la entrevista semiestructurada dentro del enfoque cualitativo interpretativo y es adecuada para estudios de diseño centrado en el usuario, marketing sensorial y sostenibilidad agroalimentaria.

Caso 2: Cuestionario para Evaluar el Packaging de Fresas Orgánicas y decisión de compra

1. Objetivo del Instrumento

El presente cuestionario tiene como propósito evaluar cuantitativamente la percepción de los consumidores sobre el packaging de fresas orgánicas en el distrito de Acora – Puno, considerando dimensiones funcionales, comunicativas, ecológicas y su relación con la decisión de compra. Los resultados permitirán orientar el diseño de estrategias de marketing y sostenibilidad para productores y comercializadores locales.

2. Protocolos Éticos y Consideraciones

- Todos los participantes deben brindar su consentimiento informado antes de completar el cuestionario.
- La participación es voluntaria y anónima.
- Los datos serán utilizados exclusivamente con fines académicos y serán tratados de manera confidencial.
- El cuestionario no recopila información personal identificable.

3. Instrucciones para el Encuestado

A continuación, encontrará una serie de afirmaciones sobre su percepción del packaging de fresas orgánicas. Lea atentamente cada ítem y marque con una 'X' la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo, usando la siguiente escala:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indeciso
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

4. Cuestionario Estructurado

VARIABLE: PACKAGING						
N°	DIMENSION BÁSICA	1	2	3	4	5
1	Compro fresa orgánica cuyo packaging (envase o embalaje) las proteja adecuadamente.					
2	Es importante que el packaging (envase o embalaje) de la fresa orgánica pueda ser manipulado de forma sencilla y práctica.					
3	Prefiero seleccionar frutas orgánicas cuyos packaging (envase o embalaje) las conserven adecuadamente, asegurando que se mantengan frescas por más tiempo.					
4	Elijo fresas orgánicas cuyo packaging (envase o embalaje) sea fácil de transportar					
DIMENSIÓN COMUNICATIVA		1	2	3	4	5
5	El packaging (envase o embalaje) me permite identificar fácilmente el producto que deseo.					
6	Las imágenes en el packaging (envase o embalaje) me permiten ver exactamente lo que estoy comprando y asegurarme de que es lo que necesito.					
7	El packaging (envase o embalaje) me ayuda a conocer las características y beneficios de las fresas orgánicas.					
8	El packaging (envase o embalaje) de las fresas orgánicas, me permite asegurarme de que estoy eligiendo frutas de alta calidad, producidas de manera responsable y que ofrecen beneficios para mi salud y bienestar.					
9	Al ver un producto orgánico en la TV, en un panel o en una vitrina, me motiva a comprar frutas envasadas.					
DIMENSIÓN ECOLÓGICA		1	2	3	4	5
10	Considero que es importante utilizar un packaging (envase o embalaje) ecológico para la venta de fresas orgánicas.					

11	Aprecio que el packaging (envase o embalaje) de fresa orgánica pueda ser reutilizado varias veces.					
12	Me siento complacido por saber que el packaging (envase o embalaje) de las fresas orgánicas que adquiero es reciclable. Esta característica es de gran importancia para mí, ya que refleja un compromiso con el medio ambiente y contribuye a reducir el impacto ambiental.					
VARIABLE: DECISIÓN DE COMPRA						
N°	DIMENSION BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS	1	2	3	4	5
13	Por lo general, tengo la costumbre de comprar fresas orgánicas.					
14	Me encanta consumir fruta orgánica en packaging (envase o embalaje) eco-amigables, esta preferencia se debe a que los envases protegen la fruta y la mantienen fresca por más tiempo.					
15	Siempre opto por comprar frutas orgánicas con packaging (envase o embalaje) porque valoro los beneficios para mi salud, el medio ambiente y la comodidad que ofrece.					
16	El proceso de informarme sobre las fresas orgánicas envasadas es esencial para mi elección de compra.					
17	Antes de comprar, evalúo cuidadosamente qué frutas orgánicas envasadas voy a adquirir. Esta práctica me permite tomar decisiones conscientes y responsables como consumidor.					
DIMENSION COMPRA		1	2	3	4	5
18	Al comprar fresa orgánica, le doy mucha importancia a la marca. Para mí, la marca es un indicador clave de calidad y confiabilidad en el mercado de frutas orgánicas.					
19	El packaging (envase o embalaje) es un factor crucial al momento de elegir las fresas orgánicas envasadas. Esta decisión es un proceso en el que considero cuidadosamente las características del packaging (envase o embalaje), ya que desempeña un papel clave en la protección, frescura y presentación de las frutas que voy a adquirir.					
20	El precio es crucial al elegir fresas orgánicas. Considero los beneficios y calidad de los productos orgánicos, pero también evalúo mi presupuesto para encontrar opciones que se adapten a mis posibilidades económicas.					
DIMENSIÓN POST COMPRA		1	2	3	4	5
21	Después de comprar fruta orgánica en envases, muchas veces me pregunto si la elección que hice fue la adecuada.					
22	Por lo general, las frutas orgánicas envasadas que compro cumplen mis expectativas. Esto me brinda una sensación de satisfacción y confianza en mis elecciones como consumidor.					

Mas allá de los números:

23	Me siento satisfecho cuando consumo fruta orgánica en un packaging (envase o embalaje) ecológico; me brinda una sensación de bienestar y satisfacción, ya que sé que estoy contribuyendo al cuidado del medio ambiente y a mi propia salud.					
----	---	--	--	--	--	--

Caso 3: Guía de Entrevista Semiestructurada: Percepciones, Usos y Significados de la Tecnología Digital

Título del Estudio: Percepciones, Usos y Significados de la Tecnología Digital en Estudiantes de Educación Superior en Contextos Diversos

Tipo de Investigación: Cualitativa, exploratoria – interpretativa

Instrumento: Guía de entrevista semiestructurada

Datos del Entrevistado

Edad: _____

Sexo: _____

Carrera: _____

Facultad: _____

Fecha de la Entrevista: _____

Modalidad: Presencial / Virtual (Marcar una opción)

Introducción y Consentimiento Ético (Lectura Obligatoria)

Buenos días/tardes. Mi nombre es _____, y formo parte de un equipo de investigación académica internacional que busca explorar cómo los estudiantes universitarios en distintos contextos culturales e institucionales piensan sobre las tecnologías digitales y cómo estas influyen en su vida académica y social.

La entrevista que vamos a realizar tiene una duración aproximada de 30 minutos. Tu participación es voluntaria, puedes abstenerte de responder cualquier pregunta o retirarte en cualquier momento. La

información que compartas será tratada de manera confidencial y los resultados se reportarán de forma anónima, sin mencionar datos personales.

¿Aceptas libre y voluntariamente participar en esta entrevista?

(Obtener consentimiento verbal antes de comenzar la grabación o toma de notas.)

Bloques Temáticos y Preguntas Guía

1. Conceptualización personal

- ¿Qué significa para ti el término “tecnología digital”?
- ¿Qué imágenes, ideas o sentimientos evoca esa expresión en ti?

2. Usos cotidianos de la tecnología digital

- ¿Qué tecnologías digitales utilizas con mayor frecuencia? ¿Por qué?
- ¿Podrías darme algunos ejemplos de cómo usas la tecnología digital en tu vida social o en actividades recreativas?
- ¿Y para fines académicos? ¿Cómo y cuándo la empleas en tu estudio?

3. Percepciones sobre beneficios y limitaciones

- ¿Cuáles consideras que son los principales beneficios de las tecnologías digitales, tanto a nivel social como educativo?
- ¿Has experimentado alguna dificultad o desafío con su uso?
¿Cuáles?

4. Preferencias tecnológicas y toma de decisiones

- Si tuvieras que elegir entre diferentes herramientas digitales para un mismo fin (por ejemplo, Facebook, correo electrónico, WhatsApp), ¿cuál eliges y por qué?
- ¿Tienes preferencias diferenciadas para el uso de tecnologías según el contexto (estudios, trabajo, vida personal)?

5. Frecuencia y motivaciones del uso digital

- ¿Con qué frecuencia utilizas internet? ¿Para qué finalidades?
- ¿Qué te motiva a conectarte? ¿Y a desconectarte?

6. Espacios de uso digital

- En tu casa, ¿qué tipo de tecnologías digitales usas y cómo?
- En un día típico en la universidad, ¿qué tecnologías empleas? ¿De qué manera te apoyan en tus actividades?

7. Percepciones institucionales y pedagógicas

- Desde tu experiencia, ¿cómo se utiliza la tecnología digital en tus clases universitarias? ¿Consideras que se aplica de forma innovadora o más bien básica?
- En tu carrera específica, ¿qué uso se le da a la tecnología digital? ¿Hay estrategias o herramientas destacables?

8. Representación generacional y pertenencia digital

- En algunos países se denomina “nativos digitales” o “generación millennial” a quienes crecieron con acceso a la tecnología digital. ¿Has escuchado alguno de estos términos?
- ¿Te identificas con alguno de ellos? ¿Por qué sí o por qué no?

9. Cierre

- ¿Hay algo más que quisieras añadir respecto a tu relación con la tecnología digital, tus prácticas cotidianas o tu experiencia en la universidad?

Agradecimiento final:

Te agradezco mucho por tu tiempo y por compartir tu experiencia. Tu aporte es valioso para entender cómo la tecnología influye en la vida universitaria contemporánea.

Post Entrevista:

- Guardar grabación/audio bajo código anónimo.
- Transcribir y codificar las respuestas con criterios de análisis temático.
- Documentar observaciones contextuales (tono, expresividad, entorno de la entrevista, etc.).

CAPITULO VI

Capítulo 6: Análisis de Datos Cualitativos

El análisis de datos cualitativos es un proceso interpretativo que busca comprender los significados, patrones y estructuras subyacentes en los datos recolectados. A diferencia del análisis cuantitativo, que se centra en la medición y cuantificación, el análisis cualitativo se enfoca en la profundidad y riqueza de la información, permitiendo una comprensión holística de los fenómenos estudiados (Miles, Huberman & Saldaña, 2014).

Es un enfoque metodológico que se centra en la interpretación de información no numérica para comprender fenómenos sociales, culturales y de comportamiento (Rademaker & Polush, 2022). Este tipo de análisis es fundamental en investigaciones que buscan profundizar en las motivaciones, pensamientos y actitudes de los individuos, ofreciendo una comprensión rica y contextualizada de la realidad social (MTCSOL & Intan, S.S., 2020).

Técnicas Comunes en el Análisis de Datos Cualitativos

- **Bracketing:** El "bracketing" es un método para mitigar los efectos potencialmente perjudiciales de las preconcepciones que pueden

contaminar el proceso de investigación (Tufford & Newman, 2010). Examina las raíces históricas y filosóficas del "bracketing" y analiza las tensiones que han surgido desde su inicio.

- **Análisis Fenomenológico Transcendental:** Este enfoque, basado en los principios identificados por Husserl y traducido a un método cualitativo por Moustakas, ofrece un procedimiento viable para la investigación fenomenológica (Moerer-Urdahl & Creswell, 2004). Se ilustra mediante un estudio cualitativo que emplea este enfoque.
- **Codificación:** En el análisis cualitativo, la codificación es esencial para organizar y clasificar los datos. Esto puede realizarse de forma manual o con la ayuda de software especializado para acelerar el proceso y mejorar la organización.

Codificación de Datos

La codificación es una técnica fundamental en el análisis cualitativo, que consiste en identificar y etiquetar segmentos de datos que representan unidades significativas. Existen diferentes enfoques de codificación:

- **Codificación Abierta:** Implica descomponer los datos en partes discretas, examinarlas y compararlas para identificar similitudes y diferencias.
- **Codificación Axial:** Se centra en establecer conexiones entre las categorías identificadas durante la codificación abierta.

- **Codificación Selectiva:** Consiste en integrar y refinar las categorías para construir una narrativa coherente.

Según Saldaña (2016), la codificación es un proceso cíclico que requiere múltiples lecturas y reflexiones para garantizar una interpretación precisa de los datos.

Análisis Temático

El análisis temático es una técnica que permite identificar, analizar y reportar patrones o temas dentro de los datos. Este enfoque es flexible y puede adaptarse a diversas preguntas de investigación.

Braun y Clarke (2006) proponen un proceso de seis fases para el análisis temático:

1. **Familiarización con los datos:** Lectura y relectura de los datos para sumergirse en su contenido.
2. **Generación de códigos iniciales:** Identificación de características interesantes en los datos.
3. **Búsqueda de temas:** Agrupación de códigos en temas potenciales. ([Instagram](#))
4. **Revisión de temas:** Refinamiento de los temas identificados.
5. **Definición y denominación de temas:** Clarificación de cada tema y su alcance.

6. **Producción del informe:** Redacción del análisis final, integrando ejemplos y evidencias. ([ResearchGate](#))

Este método ha sido ampliamente utilizado en estudios de ciencias sociales y empresariales debido a su capacidad para revelar significados profundos en los datos cualitativos.

Análisis de Contenido

El análisis de contenido es una técnica sistemática que permite cuantificar y analizar la presencia de ciertas palabras, temas o conceptos en los datos cualitativos. Puede ser utilizado tanto en enfoques inductivos como deductivos.

Bardin (2011) destaca que el análisis de contenido implica tres etapas principales:

1. **Pre-análisis:** Organización y preparación de los datos.
2. **Codificación:** Clasificación de los datos en categorías.
3. **Tratamiento de los resultados:** Interpretación y análisis de las categorías identificadas.

Esta técnica es especialmente útil para analizar documentos, discursos y comunicaciones en contextos organizacionales.

Consideraciones Importantes

- **Calidad de los Datos:** La calidad de los datos es crucial para un análisis efectivo. En el contexto de datos de encuestas a gran escala, es fundamental realizar una limpieza y minería de datos exhaustivas, incluyendo la detección y el procesamiento de valores atípicos (李 & 郝, 2019).
- **Subjetividad del Investigador:** Es fundamental reconocer y gestionar la subjetividad del investigador. El investigador debe ser consciente de sus propios sesgos y preconcepciones, y esforzarse por mantener una postura neutral y objetiva durante el proceso de análisis.

El análisis de datos cualitativos es un campo diverso y esencial para comprender la complejidad de los fenómenos sociales y humanos. Su naturaleza iterativa, recursiva y holográfica, junto con una variedad de técnicas, ofrece a los investigadores las herramientas necesarias para descubrir significados profundos y generar conocimientos valiosos (Moerer-Urdahl & Creswell, 2004), (Rademaker & Polush, 2022).

Caso 4: Etnografía de las Conferencias de Prensa de AMLO y Análisis de su Reproducción en YouTube (2018-2022)

Fuente: Salgado, Eva. (2023). *Título: Etnografía de las conferencias de prensa de Andrés Manuel López Obrador y análisis de su lista de reproducción en YouTube (2018-2022)*

Fuente: *Analecta Política*, 13(24), 01-23. doi: <http://dx.doi.org/10.18566/apolit.v13n24.a02>

1. Enfoque Metodológico y Originalidad del Estudio

La investigación de Salgado es pionera en abordar “**las mañaneras**” como un objeto etnográfico desde una perspectiva comunicacional y multimodal. Combinando la **Etnografía de la Comunicación** (Dell Hymes) y el **Análisis Multimodal del Discurso**, la autora construye una lectura compleja del fenómeno comunicacional del presidente AMLO, resaltando su dimensión política, mediática y simbólica. Se analizaron 848 videos publicados en YouTube, lo que proporciona un corpus digital robusto.

2. "Las Mañaneras" como Dispositivo Inusitado de Comunicación Política

La instauración de una conferencia matutina diaria marca una ruptura con las prácticas comunicativas tradicionales del presidencialismo mexicano. Esta estrategia:

- Permite un contacto directo entre el presidente y múltiples audiencias (prensa, ciudadanía, actores políticos).

- Funciona como un mecanismo de control discursivo del espacio público y mediático.
- Representa una innovación global en términos de frecuencia y formato.

3. Evolución hacia un Género Discursivo Propio

Las mañaneras han adquirido regularidad en forma y contenido, institucionalizándose como un nuevo género político-comunicativo:

- Incorporación de secciones fijas (como “Quién es quién en los precios”, “Las mentiras de la semana”, entre otras).
- Aumento sustancial en la duración (de 87 minutos en 2019 a 134 en 2022).
- Sistematización temática y visual, que consolida un **modelo discursivo presidencial personalizado**.

4. YouTube como Canal Estratégico y Archivo Digital

El uso de YouTube no solo permite masificar la audiencia sino también archivar visual y discursivamente el mandato presidencial:

- El **82% de las miniaturas** de los videos se centran en la figura de AMLO, mayoritariamente con gestos positivos.
- El canal opera como **plataforma de legitimación simbólica**, mediante el refuerzo visual del liderazgo presidencial.
- El **título de los videos** responde a una estrategia pragmática de posicionamiento temático y semántico.

5. Temas Estratégicos en la Agenda Presidencial

El análisis del contenido de los títulos permite inferir las **prioridades gubernamentales**:

- Palabras más frecuentes: “Covid”, “Vacunación”, “Seguridad”, “Corrupción”, “PEMEX”, “Migración”, “Reforma eléctrica”.
- La pandemia marca un punto de inflexión a partir de 2020.
- Temas como el **avión presidencial** operan como símbolos narrativos de austeridad.

6. Acciones Discursivas y Configuración del Enemigo

Se identifican cuatro tipos de actos discursivos dominantes en los títulos:

1. **Construcción del referente (65%)**: Se establece el contexto y los marcos de interpretación.
2. **Autoconstrucción del hablante (individual/colectivo)**: Refuerza la autoridad presidencial (aunque disminuye con el tiempo).
3. **Construcción de interlocutores**: Vincula al presidente con aliados o ciudadanos.
4. **Construcción de adversarios**: Aparecen enemigos como “factureros”, “huachicoleros”, “bots”, aunque los términos ideológicos como “neoliberales” o “conservadores” son poco visibles en títulos (a pesar de su uso frecuente en el discurso oral).

7. Refuerzo del Presidencialismo y Paradojas del Diálogo

Aunque la retórica presidencial apela al “**diálogo circular**”, el estudio muestra una clara **centralidad en la figura de AMLO**:

- La estética, semiótica y disposición visual de los videos refuerzan el **liderazgo carismático**.

- El presidente controla el ritmo, la duración y las dinámicas de participación en las conferencias.
- Se refuerza así un **modelo hipermediado de presidencialismo**, con una narrativa de cercanía que en realidad estructura el poder desde la figura única del mandatario.

8. Datos Cuantitativos Relevantes

- **848 conferencias** analizadas (2018–2022).
- **Duración promedio** al cierre del periodo: 80 - 134 minutos.
- **Audiencia en vivo**: hasta 100,000 personas por sesión.
- **Visualizaciones promedio** por video al día siguiente: >500,000.
- **Miniaturas centradas en AMLO**: 82%.

9. Observaciones Complementarias

- El escenario de Palacio Nacional y los elementos visuales (bandera, escudo, austeridad) cargan la puesta en escena de simbolismo nacional.
- Se observa un estilo discursivo híbrido entre solemnidad institucional y coloquialismo popular.
- La plataforma digital, pese a su potencial democratizador, **no ofrece metadatos claros** (por ejemplo, las fechas de publicación no están en los títulos), lo que complica el análisis histórico automatizado.

Conclusión:

Este estudio constituye una contribución clave para el análisis *contemporáneo del liderazgo político*, la comunicación gubernamental y el uso estratégico de plataformas digitales. Revela cómo AMLO ha convertido la conferencia diaria en una herramienta de modelación del discurso

público, construcción de legitimidad, y consolidación de un presidencialismo mediático acorde a los tiempos digitales. La investigación invita a repensar los vínculos entre política, tecnología y poder desde una perspectiva etnográfica aplicada al entorno virtual.

MATRIZ ESTRATÉGICA DOFA

FACTORES INTERNOS \ FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
FORTALEZAS (F)	FO (Estrategias ofensivas) 1. Escalar el modelo metodológico a estudios comparativos internacionales sobre liderazgo político en plataformas digitales.2. Proponer políticas públicas en comunicación institucional basadas en los hallazgos del análisis multimodal y etnográfico.3. Consolidar una línea de investigación académica en gobernanza digital y presidencialismo simbólico.	FA (Estrategias defensivas) 1. Publicar resultados en revistas académicas y foros internacionales para blindar el estudio ante interpretaciones ideologizadas.2. Documentar y preservar los materiales analizados ante posibles cambios en YouTube mediante repositorios académicos institucionales.3. Generar un marco comparativo que permita trascender el caso AMLO y reducir el riesgo de obsolescencia.
DEBILIDADES (D)	DO (Estrategias adaptativas) 1. Incluir estudios de recepción y análisis de audiencia para fortalecer el impacto empírico de la etnografía.2. Ampliar el objeto de estudio hacia otras plataformas (xr, TikTok, etc.) para captar la complejidad del ecosistema digital político.3. Proponer un sistema de clasificación cronológica estandarizada para los contenidos presidenciales.	DA (Estrategias de supervivencia) 1. Complementar el análisis multimodal con métodos cuantitativos (p. ej., minería de datos, análisis de sentimientos) para dar solidez al discurso académico.2. Diseñar protocolos de replicabilidad que minimicen el impacto de cambios políticos o de plataformas.3. Reforzar la neutralidad metodológica y epistemológica para evitar sesgos de interpretación.

Análisis Narrativo

El análisis narrativo se centra en las historias que las personas cuentan sobre sus experiencias. Este enfoque reconoce que las narrativas son construcciones sociales que reflejan cómo los individuos interpretan y dan sentido a sus vidas.

Riessman (2008) identifica diferentes niveles de análisis narrativo:

- **Análisis temático:** Enfocado en el contenido de la narrativa.
- **Análisis estructural:** Examina cómo se organiza la narrativa.
- **Análisis interactivo:** Considera la interacción entre el narrador y el oyente.
- **Análisis performativo:** Analiza cómo se presenta la narrativa en un contexto específico.

Este enfoque es valioso para comprender las experiencias individuales en profundidad, especialmente en estudios de caso y biografías.

Análisis Fenomenológico

El análisis fenomenológico busca comprender cómo las personas experimentan un fenómeno particular. Este enfoque se basa en la filosofía de Husserl y Heidegger, y se centra en la descripción de las experiencias vividas.

Moustakas (1994) propone un enfoque estructurado para el análisis fenomenológico que incluye:

1. **Epoche:** Suspensión de juicios previos para abordar el fenómeno con una mente abierta.
2. **Horizontización:** Identificación de declaraciones significativas en los datos.
3. **Agrupación en temas:** Organización de las declaraciones en temas comunes.
4. **Descripción textual y estructural:** Elaboración de descripciones detalladas de lo que se experimentó y cómo se experimentó.

Este método es particularmente útil para explorar experiencias personales y subjetivas en profundidad.

Validación y Fiabilidad en el Análisis Cualitativo

La calidad del análisis cualitativo se evalúa mediante criterios como la credibilidad, transferibilidad, dependencia y confirmabilidad (Lincoln & Guba, 1985).

- **Credibilidad:** Confianza en la veracidad de los hallazgos.
- **Transferibilidad:** Aplicabilidad de los hallazgos a otros contextos.
- **Dependencia:** Consistencia de los hallazgos a lo largo del tiempo.
- **Confirmabilidad:** Grado en que los hallazgos están determinados por los participantes y no por las predisposiciones del investigador.

Para garantizar estos criterios, se pueden emplear técnicas como la triangulación, la auditoría externa y la revisión por pares.

Consideraciones Éticas

El análisis de datos cualitativos debe realizarse con un compromiso ético que garantice la confidencialidad, el consentimiento informado y el respeto por los participantes.

Según la Asociación Americana de Psicología (APA, 2017), es esencial proteger la identidad de los participantes y asegurar que los datos se utilicen de manera responsable y respetuosa.

Herramientas para el Análisis Cualitativo

Existen diversas herramientas que facilitan el análisis de datos cualitativos:

- **NVivo:** Permite organizar, codificar y analizar grandes volúmenes de datos cualitativos.
- **ATLAS.ti:** Ofrece funcionalidades para la codificación y visualización de relaciones entre datos.
- **MAXQDA:** Combina análisis cualitativo y cuantitativo, facilitando la triangulación de datos.

Estas herramientas no reemplazan la interpretación del investigador, pero proporcionan soporte en la organización y análisis de los datos.

El análisis de datos cualitativos es un proceso complejo y reflexivo que requiere una comprensión profunda de las técnicas y enfoques disponibles. La elección del método adecuado depende de la naturaleza de

la investigación, los objetivos planteados y el tipo de datos recolectados. Un análisis riguroso y ético garantiza la validez y relevancia de los hallazgos, contribuyendo significativamente al conocimiento en ciencias empresariales y sociales.

Validación de instrumentos para investigación cualitativa

La validación de instrumentos en la investigación cualitativa es crucial para asegurar la credibilidad y la confiabilidad de los resultados (Birt et al., 2016). A diferencia de la investigación cuantitativa, donde la validación a menudo se centra en la medición numérica, en la investigación cualitativa se enfoca en la riqueza, profundidad y significado de los datos (Grand-Guillaume-Perrenoud et al., 2023), (Smith & Sparkes, 2020).

CAPITULO VII

Capítulo 7: La discusión en el análisis cualitativo.

La discusión representa el núcleo interpretativo de la investigación cualitativa. Aquí se contrastan los hallazgos emergentes con el marco teórico, se articulan nuevas interpretaciones y se proyectan las implicancias teóricas y prácticas del estudio (Nowell et al., 2017). En este capítulo se analizan críticamente los resultados obtenidos, relacionándolos con las categorías teóricas preestablecidas y con las evidencias empíricas recogidas a través de entrevistas, observaciones y documentos. El propósito central es otorgar significado a los datos, trascendiendo la simple descripción, y permitiendo construir conocimiento aplicable y útil para la toma de decisiones en contextos sociales y organizacionales.

La discusión en el análisis cualitativo es un componente esencial en la investigación en ciencias empresariales, ya que permite interpretar los datos en profundidad, contextualizar los hallazgos y construir conocimiento significativo a partir de evidencia empírica obtenida mediante métodos cualitativos, como entrevistas, grupos focales y observaciones (Sharp & Munly, 2022; Intan & Dedu, 2024). Este proceso no solo integra los resultados con la literatura existente, sino que también fomenta nuevas

perspectivas que enriquecen la comprensión de fenómenos organizacionales y de mercado. A continuación, se analiza la importancia, los métodos, las aplicaciones y los desafíos de la discusión en el análisis cualitativo, con énfasis en su relevancia para las ciencias empresariales.

Importancia.

La fase de discusión es el núcleo interpretativo de la investigación cualitativa, donde los hallazgos se transforman en conocimiento contextualizado y aplicable. Los siguientes aspectos destacan su relevancia:

- **Interpretación Contextualizada:** La discusión sitúa los resultados en el contexto específico del estudio, considerando factores como la cultura organizacional (Rio & Armanu, 2024), las dinámicas de mercado (Karhu & Ritala, 2021), y las estrategias de gestión (Nikolaevna, 2024). Esta contextualización permite una comprensión más rica y relevante, adaptada a las particularidades del entorno empresarial.
- **Contraste con la Literatura:** Comparar los hallazgos con teorías y estudios previos es crucial para determinar si los resultados confirman, contradicen o amplían el conocimiento existente (Üsdiken & Pasadeos, 1995). En ciencias empresariales, esto puede implicar evaluar modelos de liderazgo (Epitropaki, 2012), estrategias de innovación (Karhu & Ritala, 2021), o prácticas financieras (Zhong, 2024; Guo, 2023).

- **Generación de Nuevas Perspectivas:** La discusión trasciende el resumen de resultados al identificar patrones emergentes, proponer explicaciones alternativas y sugerir líneas de investigación futuras (Sharp & Munly, 2022). En el ámbito empresarial, esto puede traducirse en nuevas estrategias de mercado (Intan & Dedu, 2024), modelos de negocio innovadores (Karhu & Ritala, 2021), o enfoques novedosos en la gestión de recursos humanos (Epitropaki, 2012).
- **Validación y Credibilidad:** Una discusión rigurosa fortalece la validez y credibilidad de la investigación al abordar limitaciones, reconocer sesgos y justificar las interpretaciones (Sharp & Munly, 2022). En ciencias empresariales, esto es fundamental para garantizar que los resultados sean confiables y aplicables por parte de académicos y profesionales.

Métodos y Técnicas para una Discusión Efectiva

La discusión en el análisis cualitativo se apoya en técnicas metodológicas que aseguran una interpretación robusta y sistemática:

- **Análisis Temático:** Identificar temas recurrentes en los datos permite organizar la discusión en torno a conceptos centrales, facilitando la comparación con la literatura (Sharp & Munly, 2022). Por ejemplo, un estudio sobre satisfacción laboral podría estructurar la discusión en torno a temas como motivación intrínseca y condiciones laborales.

- **Análisis Comparativo Constante:** Comparar datos nuevos con datos previos y con la literatura refina las interpretaciones y fortalece las conclusiones (Sharp & Munly, 2022). Este método es particularmente útil para desarrollar teorías emergentes en contextos empresariales dinámicos.
- **Triangulación:** Integrar múltiples fuentes de datos (e.g., entrevistas, observaciones, documentos) valida los hallazgos y ofrece una visión más completa del fenómeno (Rio & Armanu, 2024; Intan & Dedu, 2024). Por ejemplo, combinar entrevistas con empleados y análisis de políticas internas puede enriquecer la discusión sobre cultura organizacional.
- **Reflexividad:** Explicitar la influencia del investigador en el análisis mejora la transparencia y mitiga sesgos (Sharp & Munly, 2022). Esto implica documentar cómo las perspectivas del investigador han moldeado las interpretaciones, especialmente en temas sensibles como la gestión del cambio.

Aplicaciones en Ciencias Empresariales

La discusión en el análisis cualitativo tiene aplicaciones diversas en las ciencias empresariales, ilustradas en los siguientes ejemplos:

- **Estudios de Caso:** La discusión en estudios de caso vincula los hallazgos específicos con teorías generales de gestión. Por ejemplo, un caso sobre adopción tecnológica puede analizar cómo los resultados

confirman o desafían modelos de innovación (Wang, 2024; Zeng, 2023).

- **Investigación Etnográfica:** En estudios etnográficos, la discusión explora cómo las prácticas culturales organizacionales influyen en el comportamiento y las políticas de gestión (Rio & Armanu, 2024). Esto es clave para comprender dinámicas internas en empresas multinacionales.
- **Análisis de Contenido:** La discusión de documentos empresariales (e.g., informes anuales) puede revelar cómo las empresas construyen su imagen y comunican estrategias a los stakeholders (Nikolaevna, 2024).
- **Marketing Digital:** En marketing, la discusión cualitativa puede analizar percepciones de consumidores sobre estrategias digitales, como el uso de WhatsApp Business, complementando datos cuantitativos sobre rendimiento de campañas (Intan & Dedu, 2024).

Desafíos y Consideraciones

La discusión en el análisis cualitativo enfrenta varios desafíos:

- **Subjetividad:** La interpretación subjetiva requiere justificaciones rigurosas y la consideración de perspectivas alternativas para mantener la credibilidad (Sharp & Munly, 2022).

- **Generalización:** Los hallazgos cualitativos suelen ser contextos-específicos, lo que limita su generalización. Esto debe explicitarse en la discusión para evitar sobreinterpretaciones (Intan & Dedu, 2024).
- **Calidad de los Datos:** La profundidad de la discusión depende de la calidad de los datos. Es crucial garantizar que los datos sean ricos, relevantes y representativos (Sharp & Munly, 2022).

La discusión en el análisis cualitativo es un proceso crítico en las ciencias empresariales, ya que transforma datos empíricos en conocimiento contextualizado y aplicable. Al integrar hallazgos, contrastarlos con la literatura, generar nuevas perspectivas y fortalecer la credibilidad, este proceso contribuye a una comprensión profunda de los fenómenos organizacionales y de mercado. La adopción de técnicas como el análisis temático, la triangulación y la reflexividad asegura una discusión rigurosa y significativa, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones y el avance teórico en el ámbito empresarial.

CAPITULO VIII

Capítulo 8: Aplicaciones de la investigación cualitativa en las ciencias sociales y empresariales.

La investigación cualitativa ha emergido como una herramienta esencial en las ciencias sociales y empresariales, permitiendo una comprensión profunda de fenómenos complejos que no pueden ser captados adecuadamente mediante enfoques cuantitativos. A través de métodos como la etnografía, las entrevistas en profundidad y el análisis de contenido, los investigadores pueden explorar las experiencias, significados y prácticas sociales en contextos específicos.

Sociología: Redes Sociales y Apoyo Comunitario

En sociología, la investigación cualitativa ha sido fundamental para comprender las dinámicas de las redes sociales y el apoyo comunitario. Barry Wellman, sociólogo canadiense, realizó estudios pioneros en este campo. Su investigación en East York, Toronto, reveló que las comunidades no están confinadas geográficamente, sino que se extienden a través de redes sociales que proporcionan apoyo emocional y recursos.

Durante la pandemia de COVID-19, un estudio de caso en una residencia universitaria utilizó el análisis de redes sociales para identificar subgrupos cohesivos y comprender cómo las relaciones sociales influían en la propagación del virus. Este enfoque cualitativo permitió a los investigadores identificar patrones de interacción y proponer estrategias para mitigar el contagio.

Antropología: Etnografía y Cambio Cultural

La antropología ha utilizado la investigación cualitativa, especialmente la etnografía, para estudiar el cambio cultural y las prácticas sociales. El Proyecto "Man in Nature" de la Universidad de Chicago, liderado por Sol Tax, investigó las relaciones entre comunidades indígenas tzotziles y tzeltales de Chiapas y su entorno natural. Este estudio interdisciplinario combinó la antropología social, la lingüística y la geografía para comprender cómo estas comunidades se adaptaban a los cambios ambientales y sociales.

En el ámbito de la antropología médica, la investigación cualitativa ha sido esencial para evaluar instituciones sanitarias y comprender los conflictos entre diferentes estamentos dentro de estas organizaciones. Los estudios etnográficos han demostrado cómo las crisis institucionales afectan la atención a los pacientes y han contribuido a las políticas de desinstitucionalización en la asistencia psiquiátrica.

Psicología: Experiencias Subjetivas y Procesos Terapéuticos

En psicología, la investigación cualitativa permite explorar las experiencias subjetivas de los individuos y los procesos terapéuticos. Por ejemplo, estudios sobre la experiencia de la depresión en adolescentes han utilizado entrevistas en profundidad para comprender cómo los jóvenes perciben y enfrentan esta condición. Los hallazgos revelaron sentimientos de soledad, autoconcepto negativo y dificultades en las relaciones interpersonales.

Además, la investigación cualitativa ha sido aplicada en psicoterapia para analizar las dinámicas terapéuticas y la satisfacción del paciente. Mediante el análisis de transcripciones de sesiones terapéuticas, los investigadores han obtenido una visión más profunda de la experiencia terapéutica y sus efectos psicológicos.

Ciencias Empresariales: Comprensión Profunda de las Dinámicas Organizacionales

En el ámbito de las ciencias empresariales, la investigación cualitativa ha demostrado ser una herramienta valiosa para comprender las complejidades de las organizaciones y los comportamientos en el entorno empresarial.

1. Estudio de las Funciones Gerenciales

Henry Mintzberg, reconocido académico en el campo de la administración, utilizó métodos cualitativos para observar y analizar las

actividades diarias de los gerentes. A través de la observación directa, Mintzberg identificó diez roles gerenciales agrupados en tres categorías: roles interpersonales, roles informativos y roles decisorios. Este enfoque cualitativo permitió una comprensión más rica y detallada de las funciones gerenciales en la práctica.

2. Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor

La investigación cualitativa es ampliamente utilizada en marketing para explorar las percepciones, motivaciones y comportamientos de los consumidores. Métodos como los grupos focales y las entrevistas en profundidad permiten a las empresas obtener *insights* sobre las preferencias del consumidor, lo que facilita el desarrollo de estrategias de marketing más efectivas.

3. Análisis de Modelos de Negocio en Emprendimientos Sociales

Un estudio cualitativo en México analizó diferentes escuelas de pensamiento relacionadas con las empresas sociales. A través de entrevistas y análisis de contenido, los investigadores identificaron las características distintivas de los modelos de negocio en el sector social, proporcionando una comprensión más profunda de cómo operan estas organizaciones y cómo pueden ser apoyadas para lograr un mayor impacto social.

4. Aplicación en la ciencia administrativa y empresarial

En la investigación administrativa, el enfoque cualitativo ha sido crucial para entender los procesos organizacionales desde una lógica interpretativa. Métodos como el **estudio de caso**, la **etnografía organizacional** y las **entrevistas a profundidad** permiten acceder a las narrativas de los actores involucrados en procesos gerenciales, decisionales o de innovación.

Un ejemplo paradigmático es el trabajo de Gioia, Corley y Hamilton (2013), quienes proponen una metodología estructurada de codificación inductiva para el estudio del cambio organizacional y el liderazgo. Su modelo ha sido replicado en numerosas investigaciones que buscan generar teoría fundamentada en datos cualitativos robustos en entornos empresariales reales.

De igual forma, Stake (2005) y Yin (2018) han contribuido al rigor metodológico del estudio de casos en empresas, permitiendo la comprensión profunda de fenómenos como la **transformación digital**, el **desempeño estratégico** y el **desarrollo del talento humano**.

Investigaciones cualitativas sobre liderazgo organizacional

Uno de los aportes más sólidos del enfoque cualitativo a las ciencias empresariales contemporáneas ha sido en el estudio del **liderazgo**. A diferencia de las métricas cuantitativas que evalúan estilos de liderazgo o competencias, los métodos cualitativos permiten explorar las percepciones,

significados, emociones y conflictos que configuran la práctica del liderazgo en contextos reales.

Por ejemplo, el estudio de Bryman et al. (2011) realizó entrevistas en profundidad con líderes académicos en universidades británicas, revelando que el liderazgo efectivo se basa más en la **influencia simbólica** y la **capacidad relacional**, que en el ejercicio formal del poder.

En América Latina, Chávez y Araya (2020) analizaron las prácticas discursivas de líderes en cooperativas chilenas, encontrando que el liderazgo colaborativo se sostiene en valores comunitarios y estrategias de comunicación horizontal, que emergen de una narrativa identitaria propia de la economía social.

En un entorno empresarial, Hernández-Cruz et al. (2021) realizaron un estudio cualitativo sobre liderazgo transformacional en pequeñas y medianas empresas mexicanas. A través de entrevistas y grupos focales, identificaron que los líderes efectivos promueven el compromiso organizacional al crear una visión compartida y al fomentar el aprendizaje colectivo, en un contexto cultural específico que valora el respeto interpersonal y la cercanía emocional.

Estos estudios cualitativos revelan dimensiones ocultas del liderazgo que los métodos cuantitativos tienden a ignorar: la narrativa, la subjetividad, el conflicto de valores, el papel del género o la influencia del contexto sociocultural.

Aplicaciones en innovación social y responsabilidad empresarial

Otro campo fértil para el enfoque cualitativo es el de la **innovación social** y la **responsabilidad empresarial**. Por ejemplo, Romero et al. (2020) utilizaron entrevistas y análisis documental para estudiar las diferentes escuelas de pensamiento sobre empresa social en México, demostrando cómo los actores construyen sus discursos y prácticas desde múltiples racionalidades (social, económica, ética, comunitaria).

También se han empleado métodos etnográficos para examinar cómo las empresas implementan políticas de sostenibilidad en contextos de tensión cultural o política, como en el caso de multinacionales que operan en territorios indígenas o zonas de conflicto (Denzin & Lincoln, 2018).

La investigación cualitativa en las ciencias sociales y empresariales ofrece herramientas valiosas para comprender fenómenos complejos desde la perspectiva de los propios actores. A través de estudios en sociología, antropología, psicología y administración, se ha demostrado cómo este enfoque permite explorar las experiencias humanas, las dinámicas sociales y los procesos organizacionales en profundidad. Estos ejemplos resaltan la importancia de la investigación cualitativa para generar conocimientos que informen políticas públicas, prácticas profesionales y teorías sociales y empresariales.

Casos 5: “El liderazgo compartido como factor de sostenibilidad del proyecto de comunidades de aprendizajes”

Referencia del documento:

Título: *El liderazgo compartido como factor de sostenibilidad del proyecto de comunidades de aprendizajes*

Autores: Pablo Castillo Armijo, Ignasi Puigdellivol Agudé, Seraffín Antúnez Marcos

Fuente: *Estudios Pedagógicos*, Vol. XLIII, N° 1, pp. 41–59, 2017

Fecha de publicación: 2017

https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07052017000100003&script=sci_arttext

Resumen

El artículo analiza, mediante un enfoque cualitativo y bajo una metodología comunicativo-crítica, los significados y valoraciones que los actores de una Comunidad de Aprendizaje (CdA) —ubicada en una escuela pública española— otorgan al fenómeno del liderazgo. Los hallazgos evidencian una alta valoración del liderazgo como vector de transformación educativa y destacan que la sostenibilidad del proyecto CdA se fundamenta en la participación activa y la corresponsabilidad en el aprendizaje por parte de todos sus integrantes.

El concepto de “liderazgo pedagógico compartido” emerge como un eje estructural, identificándose como una condición esencial para la perdurabilidad de iniciativas inclusivas y participativas de innovación educativa.

Temáticas Relevantes

1. **Liderazgo Educativo como Palanca de Cambio:**
Se posiciona al liderazgo como el segundo factor más influyente en la mejora del sistema educativo, después del desempeño docente en el aula (OCDE).
2. **Modelo de Comunidades de Aprendizaje:**
Se profundiza en las CdA como propuesta educativa basada en el aprendizaje dialógico, la inclusión, la corresponsabilidad y la participación intersectorial.
3. **Transición hacia el Liderazgo Compartido:**
Se evidencian cambios paradigmáticos desde modelos jerárquicos hacia formas de liderazgo distribuidas, horizontales y democráticas.
4. **Sostenibilidad de Proyectos Educativos Transformadores:**
El estudio resalta el rol del liderazgo compartido como garante de continuidad y éxito en procesos de innovación pedagógica.
5. **Participación y Corresponsabilidad Colectiva:**
La implicación activa de docentes, estudiantes, familias y voluntariado se establece como pilar esencial del liderazgo distribuido.
6. **Gestión de la Diversidad e Inclusión Social:**
Se reconoce el potencial del modelo CdA para responder a los desafíos derivados de la diversidad sociocultural y la exclusión escolar.

Hallazgos Clave

- **El liderazgo es un motor estratégico de mejora educativa:**
La sostenibilidad de las CdA se vincula directamente con el liderazgo colectivo y participativo.

“La sostenibilidad del proyecto depende de la participación y corresponsabilidad en el aprendizaje de todos sus miembros.”

- **El liderazgo compartido supera las estructuras jerárquicas:**
La dirección escolar y las comisiones mixtas conforman una red de liderazgo interdependiente.

“No hay una persona sola que dinamice... el equipo directivo conjuntamente con el equipo de coordinación dinamiza el equipo de maestros...”

- **Las familias y voluntarios son actores clave:**
Su participación es reconocida como indispensable para sostener la estructura pedagógica y social del proyecto.

“No podríamos ser comunidad de aprendizaje si no estuvieran las familias...”

- **El liderazgo pedagógico se expande más allá del aula:**
Se demanda una actuación docente que asuma funciones de liderazgo institucional y organizacional.
- **Las metodologías inclusivas motivan y cohesionan:**
Prácticas como los Grupos Interactivos y las Tertulias Literarias contribuyen a la satisfacción y permanencia en el proyecto.
- **Perfil del liderazgo compartido:**
Se identifican competencias como la escucha activa, la comunicación efectiva, la creatividad y la gestión colaborativa, así como valores como compromiso, respeto, optimismo y solidaridad.
- **Relación con la administración educativa como desafío:**
La escasa alineación entre el proyecto CdA y las políticas institucionales limita su sostenibilidad.

“La falta de apoyo y comprensión por parte de las administraciones representa un obstáculo para la sostenibilidad del proyecto.”

- **Déficit de formación en liderazgo compartido:**
La concentración de oportunidades formativas en el equipo directivo contradice los principios del liderazgo distribuido.

“Las actuaciones formativas son escasas y se centran en el equipo directivo... situación que pugna con la idea de liderazgo compartido.”

Metodología del Estudio

Se empleó un estudio de caso con enfoque cualitativo en el CEIP Lledoner (Granollers, Cataluña), bajo una perspectiva comunicativo-crítica. Los instrumentos de recolección incluyeron:

- Observación participante (tres ciclos académicos)
- Análisis documental interno
- Entrevistas en profundidad (directivos, docentes, familias, voluntarios, personal de servicio)
- Grupos de discusión (profesorado y familias)

El análisis de datos se realizó mediante el software *ATLAS.ti*, aplicando una codificación inductiva para la categorización temática relacionada con el liderazgo y la sostenibilidad.

Conclusiones

- El liderazgo compartido activa procesos reflexivos que impulsan la mejora institucional.
- La democratización escolar es viable si se amplían los espacios de liderazgo a todos los actores del sistema educativo.
- La sostenibilidad de los proyectos educativos innovadores requiere tanto condiciones internas (gestión, liderazgo, cultura

institucional) como externas (apoyo político, financiamiento, redes).

- Se requiere repensar la formación en liderazgo desde una lógica transversal, que involucre a toda la comunidad educativa.

Este análisis documental destaca el papel estratégico del liderazgo compartido como eje articulador de la sostenibilidad en los proyectos de Comunidades de Aprendizaje. La experiencia del CEIP Lledoner constituye una evidencia empírica de que la transformación educativa es posible cuando la gestión del cambio se fundamenta en la corresponsabilidad, la inclusión activa de la comunidad, y el liderazgo distribuido. El estudio invita a repensar las políticas de liderazgo escolar y a diseñar estructuras formativas coherentes con las demandas de la educación participativa y transformadora del siglo XXI.

CAPITULO IX

Capítulo 9: Métodos emergentes y herramientas contemporáneas en investigación cualitativa

La investigación cualitativa se orienta a la comprensión profunda y contextualizada de fenómenos sociales, centrandó su atención en las experiencias, significados y perspectivas de los actores involucrados, quienes construyen y resignifican activamente su realidad (Rubiano-Lizarazo, 2023). A pesar del desarrollo teórico consolidado, el análisis de datos cualitativos continúa representando un desafío persistente en términos metodológicos, dado su carácter interpretativo, complejo y subjetivo.

El análisis cualitativo constituye un eje vertebrador del proceso investigativo, ya que no se limita a una fase posterior a la recolección de información, sino que se desarrolla de forma simultánea y evolutiva durante todo el ciclo de investigación. Este proceso exige una actitud reflexiva, flexible y epistemológicamente consciente, manteniendo al mismo tiempo rigurosidad metodológica. De ahí que los métodos cualitativos, lejos de constituir procedimientos estandarizados, se desarrollan y perfeccionan mediante la experiencia, lo que implica que los investigadores configuren estilos analíticos propios.

En este escenario contemporáneo, la investigación cualitativa ha incorporado tecnologías emergentes, entre ellas software especializado y herramientas de inteligencia artificial (IA), que potencian la sistematización, codificación y visualización de los datos (Lopezosa & Codina, 2024). Este capítulo examina cómo estas herramientas amplían las capacidades del investigador, optimizando tanto el diseño como la ejecución y el análisis de los estudios cualitativos. Cabe señalar que, si bien existen enfoques específicos como la **netnografía** y la autoetnografía, estos no son abordados en las fuentes de referencia, por lo que se priorizará el análisis tecnológico contemporáneo con base en las evidencias disponibles.

El análisis cualitativo como núcleo del proceso investigativo

El análisis cualitativo no se orienta a la reducción de datos, sino a su expansión conceptual, buscando comprender la complejidad de la experiencia humana en toda su densidad. Los investigadores deben enfrentarse a un volumen creciente y diverso de información, que puede incluir entrevistas, grabaciones, documentos, datos provenientes de redes sociales, plataformas digitales, entre otros. La gestión eficaz de esta multiplicidad de fuentes requiere competencias analíticas y el dominio de herramientas de apoyo.

Para tal fin, el uso de software especializado, conocidos como CAQDAS (Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software), ha demostrado ser una estrategia eficaz. Programas como ATLAS.ti y NVivo

ofrecen funcionalidades avanzadas para organizar, codificar, categorizar y visualizar datos cualitativos de manera sistemática y colaborativa. Estas plataformas permiten desde la codificación básica hasta la generación de mapas conceptuales, redes temáticas y otras visualizaciones que enriquecen el análisis.

La codificación constituye una técnica central en el análisis cualitativo. Esta permite fragmentar, etiquetar y agrupar datos en categorías interpretativas, ya sea utilizando códigos preestablecidos (basados en teorías o marcos conceptuales) o emergentes (generados inductivamente durante la lectura del corpus). El uso de CAQDAS permite realizar codificación manual, semiautomática o asistida, facilitando la identificación de patrones, conexiones y regularidades en grandes volúmenes de información.

Una ventaja sustantiva del análisis asistido por software es la posibilidad de realizar codificaciones colaborativas en tiempo real, documentar el proceso analítico mediante memos, y emplear visualizaciones —como matrices, diagramas, nubes de palabras o líneas de tiempo— que permiten captar estructuras interpretativas complejas, facilitando el desarrollo teórico desde los datos.

Inteligencia artificial: nuevas fronteras para la investigación cualitativa

En los últimos años, el desarrollo de sistemas de inteligencia artificial ha reconfigurado las posibilidades metodológicas de la investigación cualitativa (Lopezosa & Codina, 2024). Herramientas como ChatGPT (OpenAI), Gemini (Google), Whisper (para transcripción automática), así como motores académicos con soporte de IA como Perplexity, Elicit, SciSpace y Epsilon, están siendo progresivamente integradas en el proceso investigativo.

El aporte de la IA se observa en diversas etapas de la investigación, tales como:

- Formulación de objetivos y preguntas de investigación;
- Elaboración de guías de entrevistas agrupadas por dimensiones o bloques temáticos;
- Asistencia en la transcripción, traducción y análisis de entrevistas, incluso en contextos multilingües;
- Apoyo en la revisión bibliográfica, con acceso a fuentes citadas y metadatos relevantes;
- Exploración preliminar de datos cualitativos mediante codificación automática asistida.

Es imperativo subrayar que la IA debe ser utilizada como un *asistente cognitivo*, y no como una fuente directa de contenido académico. El investigador mantiene en todo momento la responsabilidad epistemológica, ética y metodológica del proceso. La intervención humana en la verificación, adaptación y validación de las propuestas generadas por

IA es insustituible (Van-Dis et al., 2023, citado en Lopezosa & Codina, 2024).

Asimismo, se requiere aplicar principios éticos rigurosos en el uso de IA, especialmente en lo referente al consentimiento informado, la confidencialidad de los datos y la transparencia metodológica. El uso de la IA debe contribuir a fortalecer la calidad científica y el impacto social de la investigación, no sustituir el juicio crítico ni la autoría reflexiva (Codina, 2022, citado en Lopezosa & Codina, 2024).

Aplicaciones Contextuales: Estudios de Caso Relevantes

La aplicabilidad de estos métodos se evidencia en estudios recientes en campos como la inclusión financiera y la salud pública. Por ejemplo, Rubiano-Lizarazo (2023) documenta una investigación mixta en hogares cafeteros de Colombia que integró etnografía y diarios financieros para comprender prácticas económicas informales. El uso del software NVivo facilitó la codificación de más de 2600 observaciones y permitió generar **insights** que cuestionaron nociones convencionales sobre el ahorro informal y la gestión de riesgos en comunidades rurales.

Asimismo, Grande Ratti et al. (2022) presentan un estudio de Investigación-Acción Participativa (IAP) en un servicio de emergencias en Argentina, combinando análisis documental, entrevistas y grupos focales, apoyados en el software ATLAS.ti. La doble codificación, la triangulación

y la inducción analítica permitieron integrar la voz de usuarios y profesionales en la mejora de procesos organizacionales.

Estos ejemplos demuestran que la sinergia entre métodos cualitativos tradicionales, tecnologías emergentes y herramientas de IA representa una vía prometedora para abordar problemas complejos desde una perspectiva holística, rigurosa y éticamente comprometida.

La integración de métodos emergentes y herramientas contemporáneas en la investigación cualitativa no solo potencia el análisis, sino que amplía las posibilidades de exploración empírica a través del acceso a bases de datos especializadas. Estas fuentes secundarias permiten enriquecer el trabajo de campo y proporcionar un contexto más amplio para la interpretación de fenómenos sociales complejos.

Por ejemplo, en estudios cualitativos sobre inclusión financiera o pobreza multidimensional, bases de datos como **World Bank Open Data** o **Microdata Library del Banco Mundial** permiten acceder a encuestas cualitativas y mixtas de carácter global y regional, que incluyen transcripciones, entrevistas y estudios de caso en formatos reutilizables (World Bank, 2023). En el contexto latinoamericano, **CEPALSTAT** provee no solo datos estadísticos sino también informes cualitativos complementarios sobre desarrollo social, género y políticas públicas, útiles para triangulación metodológica (CEPAL, 2024).

Asimismo, bases de datos académicas como **ProQuest Dissertations & Theses Global** y **EBSCOhost SocINDEX with Full Text** contienen miles de investigaciones cualitativas con acceso a las secciones metodológicas, codificaciones, diagramas y marcos teóricos completos, lo cual permite el benchmarking de diseños investigativos, especialmente para estudiantes de posgrado y jóvenes investigadores (ProQuest, 2024; EBSCO, 2024).

Otra fuente relevante es **ICPSR (Inter-university Consortium for Political and Social Research)**, que ofrece datasets cualitativos abiertos, incluyendo entrevistas transcritas, notas de campo y grabaciones en estudios longitudinales y etnográficos. Esta base es ampliamente utilizada para estudios de comportamiento político, justicia social, seguridad y salud pública en múltiples contextos (ICPSR, 2024).

En cuanto al uso de software para análisis de estos datos, herramientas como **MAXQDA Analytics Pro** y **Dedoose** permiten importar directamente datasets desde estas bases y realizar codificación, visualización y análisis mixto, facilitando procesos de integración cualitativa-cuantitativa con énfasis en el rigor interpretativo.

Estos desarrollos metodológicos apuntan a una consolidación de la investigación cualitativa como un campo dinámico, innovador y científicamente robusto. La incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial, el uso estratégico de software especializado, y el acceso a bases de datos académicas y de organismos multilaterales,

refuerzan la capacidad del investigador cualitativo para generar conocimiento contextualizado, crítico y socialmente pertinente.

El futuro de la investigación cualitativa reside en su capacidad de integrar herramientas tecnológicas, mantener principios éticos sólidos y responder a los desafíos sociales contemporáneos con enfoques creativos y rigurosos.

CAPITULO X

Capítulo 10: Investigación Acción Participativa

La Investigación Acción Participativa (IAP), también conocida como Investigación Participativa (IP) o Investigación Acción (IA), es una metodología que busca la **transformación de la realidad social**. Es un enfoque que **combina la investigación científica con la acción práctica y la participación activa de los miembros de una comunidad**. Su propósito principal no es solo generar conocimiento sobre un problema específico, sino también **promover cambios sociales y empoderar a las personas afectadas** por dicho problema. La IAP se ha desarrollado como una amplia familia de aproximaciones a la investigación para el cambio social, involucrando activamente a la gente. A diferencia de la investigación tradicional, donde los participantes son meros "sujetos" de estudio, en la IAP se les considera **coinvestigadores activos** durante todo el proceso.

La IAP representa una forma fundamentalmente distinta de realizar investigación y acción de manera conjunta para lograr el cambio social. Más que un método, se considera una **estrategia de vida** que fomenta la creación de espacios para el aprendizaje colaborativo, así como el diseño, ejecución y evaluación de acciones liberadoras. Desde su génesis en la década de 1970, en un contexto de lucha social y política, la IAP ha

cuestionado las ciencias sociales tradicionales al buscar la **justicia social y la emancipación de grupos subalternos**. Este enfoque metodológico también implica una **apuesta ética, política y pedagógica**.

1.1 Fundamentales de la IAP.

La Investigación Acción Participativa se sustenta en tres pilares esenciales que guían su desarrollo y propósito:

- **Investigación:** Se reconoce el **valor y el poder del conocimiento**, respetando las diversas expresiones y formas de producirlo. Esto incluye el diálogo entre el conocimiento científico y los saberes locales.
- **Participación:** Se enfatizan los **valores democráticos y el derecho de las personas a controlar sus propias situaciones**. Se promueve una **relación horizontal entre los investigadores y los miembros de la comunidad**. La participación no es solo un valor moral, sino esencial para el éxito del proceso, ya que la complejidad de los problemas requiere el conocimiento y la experiencia de un amplio espectro de actores. El tema de investigación debe responder a las **prioridades e intereses de los grupos locales**, buscando el mayor nivel de participación posible durante todo el proceso.
- **Acción:** Se busca un **cambio que mejore la situación de la comunidad involucrada**. La IAP no se limita a describir problemas, sino que busca la **transformación de la realidad**.

Además de estos pilares, la IAP se caracteriza por:

- **La conciencia crítica de los participantes** cuando investigan su realidad.

- La **unión entre reflexión y acción**.
- El paso de una relación sujeto/objeto a una **relación sujeto/sujeto**.
- El objetivo del investigador es **volverse innecesario**, permitiendo que las personas se conviertan en protagonistas del desarrollo de su comunidad.
- Las soluciones deben **surgir desde y para la comunidad**, siendo ellos mismos quienes las propongan y ejecuten.
- La investigación es **científicamente válida** en sus métodos y resultados, y está orientada a la acción y el cambio social.

1.2 Metodologías y Etapas de la IAP

La IAP no sigue un proceso lineal o predeterminado, y sus fases pueden variar según el tema y los objetivos de la investigación. Sin embargo, se enmarca en un **proceso continuo de reflexión-acción**. Un modelo común propuesto por Kemmis y McTaggart describe la IAP como una espiral de ciclos, cada uno compuesto por cuatro fases:

1. **Describir las preocupaciones y explorar lo que piensan los demás.**
2. **Planificar la acción conjunta.**
3. **Actuar y observar** de forma individual o colectiva.
4. **Reflexionar juntos.**

Las etapas generales de un proyecto de IAP pueden concebirse de la siguiente manera:

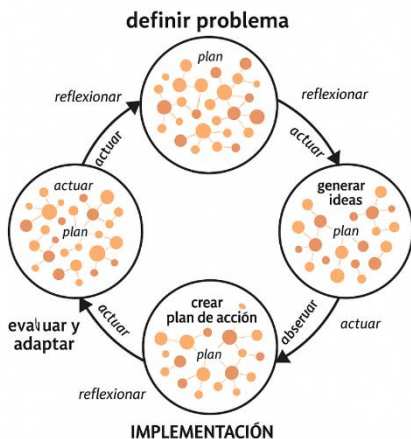
- **Diagnóstico:** Identificar y priorizar los problemas o necesidades de la comunidad, así como analizar su contexto social, cultural,

económico y ambiental. Esto sienta las bases para la pregunta de investigación y la planificación de la IAP.

- **Diseño del plan de acción:** A partir del diagnóstico, se definen los objetivos, preguntas de investigación y el diseño metodológico. El Grupo de Investigación Acción Participativa (GIAP), un equipo estable de investigadores locales y facilitadores externos, participa en el diseño. Se deben definir las tareas, fases, responsables y cronograma.
- **Ejecución del plan de acción / Investigación y monitoreo:** Esta es la etapa central donde se lleva a cabo la investigación propiamente dicha. El avance se revisa periódicamente para identificar dificultades o ajustes necesarios. Se busca generar un **ambiente participativo de apertura, respeto y compañerismo**. Durante esta fase, los investigadores locales también comparten los hallazgos con la comunidad para mantenerlos informados. Incluye el **fortalecimiento de capacidades** de los investigadores locales en temas generales de IAP, uso de equipos (grabadoras, videocámaras), realización de entrevistas, etc..
- **Evaluación e interpretación del plan de acción:** Un proceso continuo de evaluación para conocer el nivel de consecución de los objetivos, el impacto en la comunidad y el compromiso de los actores. El análisis de los resultados es una discusión rigurosa y atenta de lo obtenido, evidenciando las habilidades y la sensibilidad del investigador para comprender la condición humana de los

participantes y el problema social. En esta etapa, el grupo de investigadores valora, comprende e interpreta la realidad.

- **Difusión y celebración de logros:** Una vez concluida la fase de investigación, los investigadores locales comparten los resultados con toda la comunidad mediante presentaciones, talleres, videos participativos, teatro comunitario, radio, folletos, posters, o libros. Es esencial que los resultados sean útiles y accesibles para la comunidad, promoviendo la **apropiación social del conocimiento**.
- **Acuerdos de sostenibilidad y nuevo inicio:** La IAP debe concluir con decisiones que generen cambios positivos en la comunidad, y es crucial dar seguimiento a estos acuerdos. El rol de los investigadores locales es clave para la implicación de toda la comunidad. Una medida de la efectividad de la IAP es que, después de un período de acompañamiento externo, el grupo investigador local **mantenga su dinámica de acción de manera autónoma**.



Técnicas de Recolección de Información en la Investigación Acción Participativa (IAP)

La Investigación Acción Participativa (IAP) se fundamenta en un enfoque metodológico dialógico, flexible y transformador, que promueve la construcción colectiva del conocimiento mediante la integración activa de los actores sociales en todas las fases del proceso investigativo (Fals Borda, 1987; Freire, 1970). En ese marco, las técnicas de recolección de información se seleccionan y adaptan en función del contexto sociocultural, los objetivos del proyecto y la participación activa de los involucrados.

- **Técnicas cualitativas:** Estas técnicas permiten capturar en profundidad las experiencias, saberes locales y significados contruidos por los actores sociales. Entre las más empleadas se encuentran: entrevistas abiertas y semiestructuradas a informantes clave, observación participante, grupos focales, análisis documental (como libros de actas, expedientes de quejas y reclamos), mapas sociales (de actores, conflictos, historia territorial), mapas mentales, líneas de tiempo, talleres de discusión, narrativas colectivas, y procesos de monitoreo y evaluación participativa (Chevalier & Buckles, 2019; MacDonald, 2012).
- **Técnicas cuantitativas:** Se utilizan para sistematizar datos estructurados que permiten respaldar el análisis interpretativo. Estas incluyen la aplicación de encuestas, cuestionarios y escalas de valoración que se construyen colaborativamente para garantizar su

adecuación contextual y pertinencia cultural (Bergold & Thomas, 2012; Pain et al., 2015).

- **Diseños experimentales participativos:** en ciencias sociales y empresariales: En estudios relacionados con gestión organizacional, desarrollo institucional o innovación social, los diseños experimentales participativos permiten co-construir soluciones junto con los actores involucrados, mediante la comparación de nuevas estrategias de intervención frente a prácticas existentes. Por ejemplo, en el ámbito empresarial, se pueden implementar pilotos colaborativos para evaluar nuevas metodologías de liderazgo, esquemas de gestión del talento o modelos de negocio inclusivos. Estos ensayos se desarrollan en contextos reales, con la participación activa de trabajadores, directivos y stakeholders, lo que favorece la generación de conocimiento situado, fortalece la toma de decisiones colectivas y promueve una cultura de innovación y mejora continua (Chevalier & Buckles, 2019; Bergold & Thomas, 2012; Pain et al., 2015). Esta aproximación no solo mejora la pertinencia de las soluciones diseñadas, sino que también empodera a los participantes al integrarlos en el proceso de validación de las prácticas organizacionales.

Estas técnicas se articulan bajo una lógica procesual que privilegia el diálogo horizontal, la reflexividad y la transformación social, elementos centrales de la IAP como estrategia metodológica orientada al cambio

estructural y al fortalecimiento del tejido comunitario (Fals Borda, 1987; Freire, 1970).

1.3 Roles en la IAP

La implementación de la IAP involucra a diferentes actores con roles específicos:

- **Investigadores Locales:** Son las personas de la comunidad u organización que están interesadas en resolver el problema y que lideran la IAP. Se caracterizan por su curiosidad, voluntad, predisposición y entusiasmo. También son responsables de compartir los nuevos conocimientos y replicarlos en su comunidad. En el contexto de la IAP, los participantes son reconocidos como **coinvestigadores**.
- **La Comunidad u Organización:** Todos los miembros de la comunidad, desde niños hasta ancianos, participan de diversas maneras, brindando y recibiendo información, comentando los avances, aprendiendo los resultados y poniendo en práctica las recomendaciones. Su participación otorga **legitimidad al proceso y a los resultados**.
- **Facilitadores (Investigadores Externos):** Su tarea es mediar el proceso de investigación y el diálogo de saberes. Acompañan al grupo local, orientan, brindan información y soporte desde la planificación hasta la interpretación de los resultados y la

capacitación en el uso de equipos. Su rol es clave para el **aprendizaje colectivo y la relación horizontal**, y su objetivo es que los investigadores locales internalicen el enfoque de la IAP hasta lograr la **autogestión**.

1.4 Aplicaciones en Proyectos Organizacionales y de Desarrollo Social Empresarial

La Investigación Acción Participativa (IAP) ha demostrado ser una metodología eficaz en el ámbito de las ciencias empresariales y sociales, al permitir la transformación estructural de realidades organizacionales, fomentar la innovación participativa y consolidar procesos de cambio sostenible en contextos complejos. Su aplicación se extiende a la gestión del talento humano, la cultura organizacional, el emprendimiento social y la responsabilidad social empresarial, entre otros. A continuación, se detallan algunos ámbitos de aplicación:

- **Gestión del Talento y Clima Organizacional:** En entornos corporativos, la IAP ha sido implementada para promover procesos de mejora continua mediante el involucramiento directo del personal en el diagnóstico y rediseño de prácticas laborales. Se han desarrollado intervenciones participativas para reducir el estrés laboral, mejorar la comunicación interna y fomentar estilos de liderazgo transformacional. Estos procesos permiten no solo evaluar el clima organizacional desde una perspectiva colaborativa, sino también codiseñar soluciones alineadas a los valores institucionales.
- **Innovación Social Empresarial:** En iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC), la IAP se utiliza como herramienta de

empoderamiento colectivo. Permite a las organizaciones co-crear proyectos con sus grupos de interés (stakeholders), abordando temas como sostenibilidad ambiental, inclusión laboral, equidad de género y desarrollo comunitario. Por ejemplo, programas de innovación abierta en empresas sociales han logrado vincular saberes locales con modelos de negocio inclusivos, promoviendo una lógica de valor compartido.

- **Transformación de Modelos Educativos en Escuelas de Negocios:** En instituciones de educación superior vinculadas a las ciencias empresariales, la IAP ha sido aplicada para revisar y rediseñar los modelos curriculares, involucrando a estudiantes, docentes y actores del entorno productivo. Este enfoque permite adaptar la formación académica a los desafíos del entorno económico actual, promoviendo competencias como el liderazgo ético, la innovación estratégica y la toma de decisiones colaborativas.
- **Gobernanza Institucional y Participación Ciudadana:** La IAP se ha convertido en una estrategia útil para impulsar procesos de gobernanza participativa dentro de organizaciones públicas y privadas. A través de metodologías como talleres de planificación estratégica participativa, mapeo de actores y análisis colectivo de problemas, se fortalece la transparencia, la legitimidad de las decisiones y la corresponsabilidad en el diseño de políticas institucionales.
- **Cultura Organizacional y Ética Corporativa:** Se ha empleado la IAP en estudios organizacionales para analizar y transformar patrones culturales arraigados en instituciones que enfrentan desafíos éticos, como corrupción interna, discriminación estructural o prácticas empresariales no sostenibles. La IAP facilita un proceso crítico-reflexivo con participación de los distintos niveles

jerárquicos, lo que contribuye a la construcción de culturas organizacionales más inclusivas y éticamente sólidas.

1.5 Consideraciones Éticas en la IAP y la Innovación Tecnológica

La IAP pone un fuerte énfasis en la ética de la investigación, y la integración de la innovación tecnológica, como la Inteligencia Artificial (IA), debe ser cuidadosamente balanceada con estos principios.

Principios Éticos Clave en IAP:

- **Consentimiento Informado:** Es fundamental y debe garantizar que los participantes estén plenamente informados y tomen decisiones voluntarias y fundamentadas sobre su participación. El documento de consentimiento debe definir claramente los términos de participación, la propiedad intelectual, los beneficios y los medios de difusión de los resultados. Es crucial que estos términos sean **acordados con los participantes**, no solo informados.
- **Transparencia y Responsabilidad:** En cualquier uso de la IA en la academia, se debe aplicar el pensamiento crítico y la transparencia investigativa. Esto se concreta en la **verificación humana** de los resultados de la IA y la aplicación de reglas de responsabilidad en todas las fases del estudio: diseño, toma de datos e interpretación
- **Tipos de Participación y Propiedad Intelectual:** Se deben establecer los acuerdos sobre el grado de involucramiento de las personas, quienes pueden vincularse como informantes, colaboradores o coinvestigadores. En la IAP, los participantes son reconocidos como **coinvestigadores** y, en consecuencia, deben ser **coautores de los resultados** de la investigación.
- **Beneficios y Apropiación Social del Conocimiento:** Se deben acordar los mecanismos para una **distribución equitativa de los beneficios** (monetarios y no monetarios) derivados de la

investigación. Es una responsabilidad de los investigadores **devolver los resultados a las comunidades** y velar por la apropiación social del conocimiento, utilizando estrategias de difusión útiles y accesibles para ellos, más allá de los formatos académicos convencionales.

- **Confidencialidad y Privacidad:** Es primordial asegurar la confidencialidad, el respeto a la privacidad y la protección de los datos personales de los participantes. Se debe informar a los participantes que la información será anónima y solo se usará para los fines de la investigación. Si se trabaja con información sensible, debe ser protegida y no divulgada fuera del ámbito de la comunidad si esta así lo decide.
- **Evitar Etnocentrismo:** Los métodos cualitativos en IAP son cruciales para **evitar interpretaciones etnocéntricas** que sustituyan el punto de vista, valores y razones de los participantes por los del investigador.

Innovación Tecnológica y Ética (especialmente IA): La IA, como ChatGPT, ofrece herramientas para acelerar y mejorar fases de la investigación, por ejemplo, generando documentos como cartas de invitación a entrevistas o consentimientos informados. Sin embargo, la **IA debe ser vista como una herramienta de apoyo y complemento a la inteligencia humana, no como un sustituto** de la toma de decisiones o la dirección intelectual del investigador.

Caso 6: Investigación acción participativa y laboratorios de innovación social en áreas rurales.

Referencia: Almaguer-Kalixto, P., Hernández Cordero, A. y Escriche Bueno, P. (2024). *Investigación acción participativa y laboratorios de innovación social en el ámbito rural: Retos y oportunidades*. Prisma Social, (44), 195–218. <https://revistaprismasocial.es/article/view/5221/5819>

Introducción

El presente análisis sistematiza y reflexiona críticamente sobre el artículo citado, que expone una experiencia metodológica innovadora desarrollada entre 2019 y 2022 en la localidad rural de Santa Engracia (Zaragoza, España), la cual articula los principios de la Investigación Acción Participativa (IAP) con el modelo de Laboratorios de Innovación Social, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El proyecto se propone revitalizar el tejido social rural a través de procesos de participación activa, construcción colectiva de conocimiento y diseño colaborativo de soluciones, en un contexto marcado por el envejecimiento poblacional y la fragilidad económica del medio agrario.

Temas Principales y Conceptos Relevantes

1. Déficit en la implementación de los ODS en zonas rurales

Pese a la creciente institucionalización de los ODS en políticas públicas, persiste una desconexión entre su aplicación normativa y la realidad de las comunidades rurales, donde los procesos de despoblación, pérdida de capital social y escasa visibilidad territorial limitan su alcance. En este sentido, el artículo denuncia la ausencia de mecanismos operativos que acerquen los

ODS a estos territorios, lo cual refuerza las desigualdades estructurales entre zonas urbanas y rurales.

2. La IAP como fundamento epistemológico

Los autores reivindican la IAP como metodología dialógica, emancipadora y pertinente para contextos comunitarios. Este enfoque convierte a los actores sociales en coproductores de conocimiento y transformación (Balcázar, 2003; Melero & Fleitas, 2015). Lejos de ser una metodología “alternativa”, la IAP se consolida como una vía válida para generar legitimidad social, compromiso colectivo y soluciones localizadas ante problemas complejos. Su capacidad de adaptación la hace aplicable tanto en escenarios educativos y comunitarios como en procesos de planificación territorial y desarrollo organizacional.

3. Laboratorios de Innovación Social (ODS Rural Labs)

Los denominados “ODS Rural Labs” son dispositivos metodológicos diseñados ad hoc para implementar diagnósticos participativos orientados por los ODS. Basados en la definición de Westley y Laban (2011), se entiende que un laboratorio debe generar estrategias de cambio adaptativo y validar múltiples intervenciones que aborden distintas dimensiones de una problemática. Este enfoque facilita la construcción de comunidades de aprendizaje y práctica, la consolidación de alianzas interinstitucionales y el empoderamiento de actores históricamente subalternizados.

4. Articulación con la Agenda 2030

El proyecto se vincula particularmente con los ODS 4 (Educación de calidad), 10 (Reducción de desigualdades), 11

(Comunidades sostenibles) y 17 (Alianzas para el desarrollo). Los procesos impulsados no solo sirven como intervenciones técnicas, sino también como mecanismos pedagógicos de apropiación crítica de los ODS en clave territorial, permitiendo que actores comunitarios los resignifiquen desde su propia experiencia.

Fases Metodológicas del Proyecto

La intervención se estructura en tres etapas:

- **Diagnóstico social participativo:** Se elaboró un mapa de actores e intereses, se promovieron debates abiertos sobre los ODS y se constituyó un grupo motor con representación local (escuela, asociaciones, líderes sociales).
- **Diseño de iniciativas locales:** Se propuso una intervención centrada en la memoria colectiva, mediante la recuperación de la historia del pueblo, la edición de un libro comunitario y la integración de reflexiones sobre desarrollo sostenible.
- **Fortalecimiento de alianzas:** Se consolidaron redes de colaboración intersectorial, extendiendo el impacto de la experiencia más allá del grupo motor inicial.

Resultados del Caso Santa Engracia

- **Contexto territorial:** Santa Engracia es un poblado fundado en 1970, con población decreciente debido al colapso del trabajo agrario. A pesar de contar con servicios educativos básicos, sufre un proceso de vaciamiento demográfico.
- **Participación comunitaria:** La iniciativa fue articulada desde el aniversario número 50 del pueblo, catalizando la participación activa de la comunidad. El liderazgo de mujeres fue determinante en la movilización del proceso y en el anclaje territorial de los ODS.
- **Producción simbólica y cohesión social:** Se editaron dos libros sobre la historia de Santa Engracia: uno digital y otro impreso.

Estas publicaciones fortalecieron el sentido de pertenencia, generaron espacios de encuentro intergeneracional y resignificaron el territorio como proyecto común.

- **Adaptabilidad metodológica:** La pandemia obligó a reformular los espacios participativos mediante plataformas digitales, demostrando la flexibilidad operativa de la IAP sin sacrificar la participación.

Desafíos y Oportunidades

Desafíos críticos:

- La IAP requiere tiempo prolongado para generar confianza genuina y resultados sostenibles.
- La inclusión de actores diversos y heterogéneos implica manejar tensiones, ritmos y expectativas distintas.
- Las limitaciones en la sistematización pueden debilitar el potencial explicativo de los procesos participativos.
- La institucionalización de los resultados sigue siendo un reto, pues no siempre se logra que la administración integre estos aportes en la planificación pública.

Oportunidades estratégicas:

- Los ODS, traducidos a escala local, funcionan como catalizadores de diálogo y acción.
- Los Laboratorios de Innovación Social permiten abordar problemas complejos con metodologías colaborativas, flexibles y transdisciplinarias.
- La apropiación del proceso por parte de la comunidad fortalece la sostenibilidad de las intervenciones.
- La IAP es escalable y transferible a otros contextos, incluidos entornos urbanos, educativos o empresariales.

Conclusiones

Este caso evidencia cómo la articulación entre la IAP y los Laboratorios de Innovación Social puede transformar el tejido comunitario, promover aprendizajes significativos y resignificar los ODS desde una lógica de apropiación territorial. En Santa Engracia, la iniciativa logró no solo generar productos tangibles, sino reconstruir la memoria social, reforzar las alianzas interinstitucionales y revitalizar el sentido de comunidad.

Se ratifica que estas metodologías son válidas, adaptables y escalables a otros contextos —incluidos entornos organizacionales y urbanos— siempre que se respete el principio de participación real, el ritmo de los actores locales y el reconocimiento del saber situado. Su aplicación en las ciencias sociales y empresariales permitiría abordar desafíos como la gestión del cambio, la cultura organizacional o la innovación institucional desde un enfoque colaborativo y ético.

Caso 7: Investigación-Acción Participativa (IAP): Fundamentos, Proceso y Aplicaciones en Ciencias Sociales y Educación

Fuente: Puri, G. (2023). Participatory action research in social sciences and education. *Journal of NELTA Gandaki (JoNG)*, 6(1–2), 66–77. <https://doi.org/10.3126/jong.v6i1-2.59713>

1. Naturaleza y Definición de la IAP

La Investigación-Acción Participativa (IAP) se ha consolidado como una metodología cualitativa distintiva en las ciencias sociales y la educación, destacándose por su carácter transformador, colaborativo y situado. A diferencia de los enfoques tradicionales, la IAP no concibe a los sujetos como objetos de estudio, sino como coproductores del conocimiento, con capacidad para reflexionar y actuar sobre su propia realidad (Vaughn & Jacquez, 2020; Cornwall & Jewkes, 1995).

Según Bassey (1998), la IAP puede definirse como una "indagación orientada a comprender, evaluar y transformar la práctica educativa", mientras que Cohen y Manion (1994, citados en Rose & Grosvenor, 2013) la describen como una estrategia para resolver problemas concretos en contextos reales de trabajo. Esta práctica implica un proceso continuo de planificación, acción, observación y reflexión (Kemmis & McGarrat, 2005; Mertler, 2020).

2. Proceso Cíclico y Dinámico

El desarrollo de un proyecto de IAP sigue un modelo espiral que articula cuatro fases fundamentales: planificación, actuación, observación y reflexión, repitiéndose en ciclos sucesivos para lograr mejoras sostenibles (Minkler, 2000; Lewin, 1946). Este proceso es eminentemente colaborativo

y flexible, permitiendo adaptar la investigación a los desafíos emergentes de la práctica profesional (Clark et al., 2020).

3. Principios Rectores

Entre los principios centrales de la IAP destacan:

- La participación genuina y la horizontalidad en la toma de decisiones (Abma et al., 2019; Vaughn & Jacquez, 2020).
- El empoderamiento de los participantes como agentes de cambio (De Oliveira, 2023).
- La orientación ética y transformadora, con énfasis en el desarrollo de soluciones colectivas y sostenibles (McNiff & Whitehead, 2006; Attwood, 1997).

4. Fortalezas y Contribuciones

La IAP permite el fortalecimiento de capacidades individuales y colectivas, articulando la reflexión crítica con la acción práctica. En el ámbito educativo, contribuye al desarrollo profesional docente, fomenta la innovación pedagógica y promueve la apropiación del conocimiento desde la experiencia situada (Mertler, 2020; Vaughan & Mertler, 2020).

Además, potencia la conciencia social, la cohesión comunitaria y el liderazgo distribuido, generando procesos emancipadores y conocimiento aplicado desde contextos reales (MacDonald, 2012).

5. Desafíos y Críticas

La IAP enfrenta múltiples retos, entre ellos:

- Dificultades en la sistematización del conocimiento generado y en la validación frente a paradigmas positivistas (Clark et al., 2020).

- Tensiones de poder y desigualdad en la participación (Maguire, 1987).
- Dificultades metodológicas y terminológicas para investigadores novatos (Greenwood & Levin, 1998; Macaulay et al., 2001).

A pesar de ello, se reconoce que la IAP ofrece una respuesta metodológica robusta y ética para abordar problemáticas complejas, especialmente en contextos marginalizados o excluidos del conocimiento académico hegemónico (Freire, 2020).

6. Aplicaciones y Ejemplos

En la práctica, la IAP se ha aplicado ampliamente en educación, desarrollo comunitario, salud y justicia social. Ejemplos destacados incluyen:

- **Abraham (2016):** Estudio sobre escritura académica en una universidad británico-malaya que evidenció cómo la interacción negociada mejora la autonomía estudiantil.
- **Sanna (2021):** Investigación con docentes bilingües en una comunidad de aprendizaje profesional.
- **Campbell (2023):** Implementación de prácticas informadas por el trauma en una comunidad escolar a través de métodos IAP.

Estos casos demuestran cómo la IAP puede integrarse a estudios formales y generar mejoras prácticas significativas.

7. Conclusión

La Investigación-Acción Participativa se reafirma como una metodología poderosa para la transformación social y profesional. Su enfoque cíclico, colaborativo y ético permite cerrar la brecha entre teoría y práctica, promoviendo el conocimiento situado, la equidad y la innovación social. Pese a las críticas, la IAP continúa ganando relevancia como herramienta académica y política para el cambio estructural en entornos educativos, organizacionales y comunitarios.

CAPITULO XI

Capítulo 11: La descolonización del conocimiento en la investigación cualitativa.

La descolonización del conocimiento en la investigación cualitativa implica un cuestionamiento radical de la hegemonía del conocimiento occidental y la reivindicación de epistemologías y metodologías alternativas, especialmente aquellas provenientes de comunidades indígenas y grupos marginados (Denscombe, 2024; Hall & Tandon, 2017; Mayanja, 2021). Este proceso no se limita a una crítica teórica, sino que busca transformar activamente las prácticas de investigación para abordar las desigualdades históricas y epistémicas perpetuadas por el colonialismo (Ngaruiya et al., 2024). En el contexto de las ciencias empresariales y sociales, esta perspectiva cobra especial relevancia al analizar dinámicas de poder, inequidad y diversidad cultural en organizaciones, mercados y comunidades.

Este capítulo ofrece un análisis exhaustivo de los fundamentos teóricos, metodologías, aplicaciones, consideraciones éticas y desafíos de la descolonización del conocimiento en la investigación cualitativa, con un enfoque particular en las ciencias empresariales y sociales. A lo largo del

texto, se integran ejemplos específicos que ilustran cómo estas disciplinas pueden beneficiarse de enfoques decoloniales, promoviendo una investigación más inclusiva, ética y contextualizada.

Fundamentos Teóricos y Desafíos Conceptuales

La descolonización del conocimiento parte de la premisa de que el conocimiento occidental ha ejercido una dominación histórica sobre otras formas de saber, contribuyendo a lo que se ha denominado "epistemicidio" —la supresión sistemática de epistemologías no occidentales— (Juliet, 2025; Hall & Tandon, 2017). Este fenómeno está intrínsecamente vinculado a las relaciones de poder coloniales y poscoloniales que han moldeado las formas de conocer, investigar y teorizar (Ansari, 2024). En este sentido, la descolonización busca no solo visibilizar saberes alternativos, sino también promover la justicia social y la equidad a través de la investigación (Gone, 2021).

En las ciencias empresariales, este enfoque cuestiona cómo las teorías de gestión, las estrategias de mercado y las prácticas organizacionales han sido influenciadas por narrativas coloniales. Por ejemplo, las empresas multinacionales a menudo operan bajo supuestos occidentales que ignoran las realidades culturales y económicas de los países del Sur Global, perpetuando relaciones de dependencia económica (Frenkel, 2008). En las ciencias sociales, la descolonización permite reexaminar conceptos como el desarrollo, la identidad y la resistencia,

integrando perspectivas de comunidades marginadas que han sido excluidas de los discursos académicos dominantes (Smith, 2012).

Sin embargo, este proceso enfrenta desafíos significativos. Uno de ellos es el riesgo de "romantizar" el Sur Global, idealizando sus conocimientos sin un análisis crítico de su aplicabilidad (Anonimo, 2023). Otro desafío es la posibilidad de que los esfuerzos de descolonización refuercen inadvertidamente las estructuras de poder que pretenden dismantelar, especialmente si no se abordan las inequidades en la producción y difusión del conocimiento académico (Ewuoso, 2023). Además, la falta de consenso sobre qué constituye la descolonización puede generar confusión teórica y metodológica (Ansari, 2024). Estos desafíos exigen una postura reflexiva y crítica por parte de los investigadores, quienes deben considerar su propia posicionalidad y privilegios en el proceso.

Metodologías Decoloniales en la Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa, con su enfoque en la comprensión profunda de las experiencias humanas y sus contextos, proporciona un terreno fértil para la descolonización del conocimiento (Mayanja, 2021). Las metodologías decoloniales se distinguen por su carácter inclusivo, participativo y ético, y se pueden resumir en los siguientes principios clave:

Reconocimiento de las Epistemologías Indígenas

Estas metodologías priorizan la integración de los valores, creencias y formas de conocimiento de las comunidades indígenas en el diseño y ejecución de la investigación (Meighan, 2022; Mayanja, 2021). En ciencias empresariales, esto podría implicar estudiar cómo las comunidades locales utilizan sistemas de comercio tradicionales, como el trueque que actualmente se practica en las zonas rurales, para desarrollar modelos de negocio sostenibles (Rivera-Cusicanqui, 2012). En ciencias sociales, un ejemplo sería incorporar narrativas orales indígenas para analizar la identidad cultural en contextos poscoloniales.

Participación Comunitaria

Involucrar a las comunidades en todas las fases de la investigación—desde la formulación de preguntas hasta la interpretación de resultados—es un pilar fundamental (Meighan, 2022; Pimentel & Menezes, 2022). En ciencias sociales, la investigación-acción participativa (IAP) ha permitido a comunidades marginadas co-diseñar políticas públicas que respondan a sus necesidades (Hall & Tandon, 2017). En ciencias empresariales, esto se observa en proyectos de responsabilidad social empresarial donde las comunidades locales definen las prioridades de inversión de las empresas (Banerjee, 2008).

Reflexividad

Los investigadores deben explicitar cómo sus antecedentes y experiencias influyen en el proceso investigativo (Meighan, 2022). Por

ejemplo, en un estudio organizacional sobre una multinacional en África, un investigador occidental debería reflexionar sobre cómo su identidad afecta su interpretación de las dinámicas laborales locales.

Justicia Social

La investigación debe orientarse hacia la emancipación de los grupos marginados y la promoción de la equidad (Gone, 2021). En ciencias empresariales, esto podría traducirse en estudios que evalúen el impacto de las cadenas de suministro globales en comunidades vulnerables, proponiendo alternativas más justas. En ciencias sociales, un ejemplo sería investigar cómo las políticas económicas neoliberales afectan a los pueblos indígenas, abogando por su inclusión en la toma de decisiones.

Metodologías Culturalmente Sensibles

Adaptar los métodos de investigación a las normas culturales de las comunidades es esencial (Kivalahula-Uddin, 2021). Un caso notable es el uso de la fenomenología culturalmente responsiva en investigaciones con ancianos de la tribu Puyallup, donde se priorizaron sus tradiciones narrativas para recopilar datos (Kivalahula-Uddin, 2021).

Ejemplos y Aplicaciones en Ciencias Empresariales y Sociales

La descolonización del conocimiento ha encontrado aplicaciones concretas en las ciencias empresariales y sociales, enriqueciendo la comprensión de fenómenos complejos desde perspectivas alternativas:

Gestión y Organización (Ciencias Empresariales)

Frenkel (2008) analizó cómo las empresas israelíes en Palestina perpetúan relaciones de poder coloniales a través de sus prácticas de gestión. Este estudio cualitativo utilizó entrevistas y observación para explorar las percepciones de los trabajadores locales, revelando cómo las dinámicas organizacionales reflejan estructuras poscoloniales. Este enfoque podría aplicarse a otras multinacionales en el Sur Global para diseñar prácticas de gestión más equitativas.

Economías Informales y Desarrollo (Ciencias Sociales y Empresariales)

En América Latina, investigaciones participativas con comunidades indígenas han integrado el conocimiento local sobre sistemas de trueque para proponer modelos de desarrollo económico alternativos (Rivera-Cusicanqui, 2012). Por ejemplo, un estudio en Bolivia documentó cómo las comunidades aymaras utilizan redes de intercambio para fortalecer sus economías, desafiando las narrativas occidentales de desarrollo basadas en el mercado formal.

Marketing y Consumo (Ciencias Empresariales y Sociales)

Iqani (2016) examinó cómo las campañas publicitarias en Sudáfrica post-apartheid refuerzan estereotipos culturales al promover una "autenticidad africana" exotizada. Este análisis decolonial del marketing destaca la necesidad de estrategias que respeten la diversidad cultural sin

explotarla comercialmente, un tema relevante tanto para las ciencias empresariales como sociales.

Educación y Pedagogía (Ciencias Sociales)

Seats (2020) documentó cómo universidades en Nueva Zelanda han integrado el conocimiento maorí en sus currículos de ciencias sociales, promoviendo una educación más inclusiva. Este enfoque podría extenderse a programas de administración de empresas, incorporando perspectivas indígenas sobre liderazgo y sostenibilidad.

Cambio Climático y Justicia Ambiental (Ciencias Sociales)

JoÃ£o (2023) exploró cómo las comunidades indígenas en Brasil utilizan su conocimiento ancestral para mitigar el cambio climático, desafiando soluciones tecnocráticas occidentales. Este caso tiene implicaciones para las ciencias empresariales, especialmente en el diseño de estrategias corporativas de sostenibilidad que incluyan saberes locales.

Estos ejemplos demuestran cómo la descolonización del conocimiento no solo enriquece la teoría, sino que también ofrece soluciones prácticas para problemas contemporáneos en ambas disciplinas.

Consideraciones Éticas y Prácticas

La implementación de metodologías decoloniales requiere una atención rigurosa a las implicaciones éticas y prácticas:

Evitar la Apropiación Cultural

Los investigadores deben garantizar que sus estudios beneficien a las comunidades participantes y no se limiten a extraer conocimiento para fines académicos (Ewuoso, 2023). En ciencias empresariales, esto podría implicar co-diseñar proyectos de innovación con comunidades locales, asegurando que obtengan beneficios tangibles.

Consentimiento Informado y Reciprocidad

Es esencial obtener un consentimiento culturalmente apropiado y establecer relaciones de reciprocidad (Smith, 2012). Por ejemplo, en un estudio sobre comercio justo, las empresas podrían compartir los resultados y ganancias con los productores locales participantes.

Reflexividad y Posicionalidad

Los investigadores deben ser conscientes de cómo su identidad afecta la investigación. En ciencias sociales, un sociólogo estudiando migración en comunidades indígenas debería considerar cómo su perspectiva externa influye en sus conclusiones.

Compromiso a Largo Plazo

La descolonización es un proceso continuo que exige sostenibilidad en el compromiso con las comunidades (Ngaruiya et al., 2024). Esto podría traducirse en alianzas duraderas entre universidades y organizaciones locales para proyectos de investigación aplicada.

El Papel de las Instituciones de Educación Superior

Las universidades son actores clave en la descolonización del conocimiento, con la responsabilidad de transformar tanto la enseñanza como la investigación:

Revisión de Currículos

Integrar perspectivas no occidentales en programas de ciencias empresariales y sociales, como teorías decoloniales del desarrollo o modelos de gestión indígena (Seats, 2020; Pimentel & Menezes, 2022).

Apoyo a la Investigación Decolonial

Financiar proyectos que promuevan la justicia social, como estudios participativos sobre el impacto de las empresas en comunidades marginadas.

Cultura de Humildad Epistémica

Fomentar el reconocimiento del valor de diversos saberes, creando espacios de diálogo entre académicos y comunidades (Ewuoso, 2023).

Limitaciones y Direcciones Futuras

A pesar de sus avances, la descolonización enfrenta obstáculos:

Falta de Consenso

La ausencia de una definición clara sobre qué implica la descolonización genera ambigüedad metodológica (Ansari, 2024).

Sesgos Académicos

Las estructuras académicas occidentales dificultan la visibilidad de investigaciones decoloniales (Ngaruiya et al., 2024).

Riesgo de Tokenismo

Algunos esfuerzos pueden ser superficiales, como citar autores indígenas sin integrar sus epistemologías (Ewuoso, 2023).

Las direcciones futuras incluyen desarrollar metodologías innovadoras, fomentar colaboraciones equitativas entre el Norte y el Sur Global, y crear foros para el debate académico y comunitario (Mayanja, 2021; Rudling et al., 2024; Ansari, 2024).

La descolonización del conocimiento en la investigación cualitativa ofrece un marco transformador para las ciencias empresariales y sociales, desafiando las estructuras coloniales y promoviendo una investigación más equitativa y contextualizada. A través de metodologías participativas y culturalmente sensibles, este enfoque no solo amplía el horizonte teórico, sino que también contribuye a la justicia social. Su éxito depende de un compromiso sostenido de los investigadores y las instituciones educativas para superar las limitaciones actuales y avanzar hacia un conocimiento verdaderamente inclusivo.

CAPITULO XII

Capítulo 12: El futuro de la investigación cualitativa.

El futuro de la investigación cualitativa en las ciencias empresariales y sociales se perfila como un campo dinámico y en constante expansión, impulsado por la necesidad de comprender fenómenos complejos que evolucionan rápidamente en un mundo globalizado. Este tipo de investigación, caracterizado por su enfoque en la interpretación y el contexto, se encuentra en una posición privilegiada para responder a los desafíos emergentes en estos ámbitos. A continuación, se exploran las principales tendencias, impactos y consideraciones que están moldeando su desarrollo, integrando ejemplos recientes de artículos científicos publicados en bases de datos indexadas en los últimos cinco años.

Tendencias Emergentes y Desafíos Metodológicos

Una de las tendencias más destacadas es la integración de métodos mixtos, que combina la profundidad de la investigación cualitativa con la amplitud de los enfoques cuantitativos para ofrecer una visión más holística de los fenómenos estudiados. Este enfoque permite a los investigadores fortalecer la validez y aplicabilidad de sus hallazgos. Por ejemplo, un estudio reciente de Creswell y Plano Clark (2021), publicado en el Journal

of Mixed Methods Research (indexado en Scopus), explora cómo los métodos mixtos se han utilizado para analizar la satisfacción del cliente en empresas tecnológicas, combinando entrevistas cualitativas con encuestas cuantitativas para identificar patrones de comportamiento y tendencias estadísticas.

Otro avance significativo es la evolución del análisis de datos cualitativos mediante el uso de software especializado y técnicas de minería de datos. Herramientas como NVivo o ATLAS.ti han revolucionado la codificación de grandes volúmenes de datos textuales y visuales. Un artículo de Bazeley (2020), publicado en *Qualitative Research* (indexado en Web of Science), demuestra cómo el uso de estas tecnologías permitió a los investigadores analizar narrativas de emprendedores en pequeñas empresas, identificando temas recurrentes sobre resiliencia y adaptación en contextos de crisis económica.

Sin embargo, persisten desafíos metodológicos. Aunque el enfoque institucional sigue siendo un marco conceptual dominante en las ciencias empresariales, según lo documentado en revisiones sistemáticas como la de Álvarez et al. (2013), se requiere mayor investigación que incorpore datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para enriquecer los análisis cualitativos en este campo.

Impacto de la Tecnología y la Digitalización

La digitalización ha transformado radicalmente la investigación

cualitativa, abriendo nuevas fuentes de datos como redes sociales, foros en línea y plataformas digitales. Estas herramientas ofrecen acceso a perspectivas diversas y en tiempo real. Un ejemplo concreto es el estudio de Kozinets et al. (2022), publicado en *Journal of Consumer Research* (indexado en Scopus), que emplea la etnografía virtual para analizar comunidades de consumidores en Twitter. Los autores examinaron cómo las interacciones en línea influyen en las decisiones de compra, revelando dinámicas sociales que no serían visibles mediante métodos tradicionales.

Asimismo, la inteligencia artificial (IA) está desempeñando un papel creciente al automatizar tareas como la transcripción de entrevistas y el análisis de sentimientos. Un artículo de Saldaña y Omasta (2021), publicado en *Qualitative Inquiry* (indexado en Web of Science), detalla cómo la IA se utilizó para procesar entrevistas con líderes empresariales, acelerando el análisis de emociones y percepciones sobre la sostenibilidad corporativa. No obstante, los autores enfatizan la necesidad de mantener una perspectiva ética y crítica, asegurando que la interpretación humana siga siendo el núcleo del proceso investigativo.

Enfoque en la Participación Social y el Impacto Social

En las ciencias sociales, la investigación cualitativa está adoptando enfoques más participativos, involucrando a los actores sociales en todas las etapas del proceso investigativo. Este enfoque no solo incrementa la relevancia de los hallazgos, sino que también fomenta el cambio social. Un ejemplo reciente es el trabajo de Rappaport (2020), publicado en *American*

Journal of Community Psychology (indexado en Scopus), que documenta un proyecto participativo con comunidades marginadas para diseñar políticas de desarrollo local. Los resultados muestran cómo la co-construcción de conocimiento mejora la legitimidad y el impacto de las intervenciones sociales.

Desarrollo de Teorías Situacionales Específicas

La investigación cualitativa también está contribuyendo al desarrollo de teorías situacionales específicas, que permiten interpretar contextos particulares y guiar decisiones prácticas. Un caso notable es el estudio de Herber et al. (2018), publicado en *Qualitative Health Research* (indexado en PubMed y Scopus), que utiliza técnicas de meta-síntesis para analizar barreras y facilitadores del autocuidado en pacientes con insuficiencia cardíaca. Este trabajo derivó una teoría específica que vincula el comportamiento de autocuidado con la capacidad del paciente, los recursos disponibles y el apoyo social, demostrando el potencial de la investigación cualitativa para generar conocimiento aplicado.

El Futuro de la Investigación Cualitativa

El futuro de este campo en las ciencias empresariales y sociales se caracteriza por tres pilares fundamentales:

- **Mayor integración de métodos:** La combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos seguirá creciendo, respaldada por

avances tecnológicos y metodológicos.

- **Uso estratégico de la tecnología:** La digitalización y la IA optimizarán la recolección y análisis de datos, siempre que se mantenga un enfoque ético.
- **Enfoque en el impacto social:** La participación de las comunidades y la generación de cambios positivos serán prioridades clave.

Los investigadores cualitativos están bien posicionados para abordar desafíos emergentes, como la sostenibilidad empresarial o la desigualdad social, generando conocimientos que informen la toma de decisiones. Sin embargo, el éxito dependerá de un enfoque riguroso, ético y reflexivo que preserve los valores humanos y la interpretación contextual.

Consideraciones Adicionales

Para consolidar este futuro prometedor, se deben atender las siguientes áreas:

- **Formación y desarrollo de habilidades:** Es esencial capacitar a los investigadores en métodos emergentes, como el análisis de datos digitales y enfoques participativos. Por ejemplo, talleres sobre el uso de software cualitativo podrían mejorar la eficiencia investigativa.
- **Ética y transparencia:** La protección de los participantes y la claridad en los procesos son imprescindibles, especialmente en investigaciones que utilizan datos sensibles de plataformas digitales.

- **Colaboración interdisciplinaria:** La integración de perspectivas de diferentes disciplinas enriquecerá los hallazgos. Un ejemplo es la colaboración entre sociólogos y economistas para estudiar el impacto de las políticas públicas en las pequeñas empresas.
- **Reconocimiento y valoración:** Las instituciones académicas y los financiadores deben priorizar la investigación cualitativa, reconociendo su contribución única al conocimiento.

El futuro de la investigación cualitativa en las ciencias empresariales y sociales es alentador y dinámico. Con su capacidad para abordar fenómenos complejos, integrar avances tecnológicos y generar impacto social, este enfoque seguirá desempeñando un papel crucial en el siglo XXI. Los ejemplos recientes de estudios indexados demuestran su versatilidad y relevancia, desde el análisis de comunidades en línea hasta la creación de teorías aplicadas en salud y negocios. Mantener un compromiso con la ética, la formación y la colaboración será clave para maximizar su potencial.

CAPITULO XIII

Capítulo 13: Casos de investigación cualitativa en ciencias empresariales y sociales.

La investigación cualitativa, con su enfoque en la comprensión profunda de los significados, contextos y experiencias humanas, se ha consolidado como una herramienta esencial para abordar la complejidad de los fenómenos sociales y empresariales. Este capítulo presenta una selección de casos de estudio que ilustran la aplicación práctica de diversos diseños y técnicas cualitativas en estos campos, demostrando su capacidad para generar conocimiento rico, contextualizado y relevante. Los casos abarcan desde el análisis de estrategias de marketing hasta la exploración de dinámicas organizacionales y educativas, destacando enfoques como la fenomenología, la etnografía, la teoría fundamentada, la hermenéutica y el análisis narrativo. Cada caso refleja cómo las metodologías cualitativas permiten desentrañar las sutilezas de los comportamientos, percepciones y estructuras sociales, ofreciendo perspectivas que complementan los enfoques cuantitativos y abren caminos hacia soluciones innovadoras.

Los casos seleccionados incluyen:

1. **El Packaging como Herramienta Estratégica de Marketing para el Posicionamiento de Marca**, que explora cómo el diseño de empaques

influye en la percepción de los consumidores, utilizando entrevistas en profundidad y análisis temático.

2. **Técnicas de Investigación Cualitativa de Mercados en el Sector Agroindustrial**, con Énfasis en el Consumidor de Fruta Fresca, que emplea grupos focales para comprender las preferencias y motivaciones de los consumidores.
3. **Análisis del Éxito Empresarial de una Cafetería en Tulungagung**: Un Estudio Fenomenológico de la Cafetería Tajug Tulungagung, que examina las experiencias vividas de los emprendedores y clientes mediante un enfoque fenomenológico.
4. **Aplicación de la Teoría Fundamentada en la Investigación de la Toma de Decisiones en Liderazgo Educativo**, que desarrolla un modelo teórico sobre los procesos de decisión en contextos educativos a través de codificación inductiva.
5. **La Política de la Identidad en la Investigación Etnográfica Organizacional**, que utiliza la etnografía para analizar cómo las identidades individuales y colectivas moldean las dinámicas laborales.
6. **El Impacto del Avance Digital en el Diseño de Modelos de Negocio**, que combina entrevistas semiestructuradas y análisis narrativo para evaluar la transformación digital en empresas.
7. **Integración de Análisis de Contenido Cualitativo y Análisis Narrativo**: Un Enfoque de Cinco Pasos, que propone una metodología híbrida para interpretar discursos organizacionales.

8. **Un Enfoque Hermenéutico Objetivo para la Validación Cualitativa**, que aplica principios hermenéuticos para evaluar la coherencia de instrumentos cualitativos.
9. **El Impacto de los Smartphones en la Educación Superior, que utiliza un diseño longitudinal cualitativo**, con entrevistas semiestructuradas (Anexo 1) y validación por juicio de expertos (Anexo 2), para explorar las percepciones docentes sobre el uso de smartphones en la enseñanza.

Estos casos no solo ejemplifican la diversidad de aplicaciones de la investigación cualitativa, sino que también destacan su rigor metodológico, su sensibilidad al contexto y su capacidad para informar la toma de decisiones estratégicas. A través de ellos, se busca inspirar a investigadores, académicos y profesionales a adoptar enfoques cualitativos para abordar desafíos complejos, contribuyendo al avance del conocimiento en las ciencias sociales y empresariales.

Caso 7: El packaging como herramienta estratégica de marketing para el posicionamiento de marca.

Zúñiga Oscco, R., Ágreda Cerna, H. W., Quispe Rupaylla, R. V., & Aguirre Landa, J. P. (2021). *Packaging: herramienta del marketing para el posicionamiento de una marca en Andahuaylas*. Revista Venezolana de Gerencia, 26(Número Especial 5), 520-539. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/36460/39132>

1. Resumen

Este estudio cualitativo analiza cómo el packaging (envase, empaque, embalaje y etiquetado) se convierte en una herramienta estratégica para el posicionamiento de marca en el mercado regional de Andahuaylas, Perú. Mediante un estudio de caso de la marca artesanal "Milact", el artículo evidencia que, si bien se cumplen algunas funciones básicas del packaging, las dimensiones comunicativas y de diseño presentan debilidades que obstaculizan su posicionamiento en el mercado. El estudio subraya que un packaging estratégicamente diseñado puede incidir positivamente en la decisión de compra, la percepción del producto y, por tanto, en la consolidación de la marca en la mente del consumidor.

2. Aportes Conceptuales Clave

2.1. Packaging: De lo funcional a lo simbólico

El packaging no se limita a su función contenedora; constituye un canal de comunicación visual y sensorial. Según Cervera (2003, citado en Zúñiga Oscco et al., 2021), representa la conjunción entre el contenido tangible del producto y su promesa simbólica en el mercado. Incluye atributos como material, forma, color, tipografía y fotografía (Ambrose &

Harris, 2011), integrando elementos estéticos y funcionales al mismo tiempo.

2.2. Funciones del Packaging en la Estrategia Comercial

Las funciones del packaging se agrupan en dos dimensiones esenciales:

- **Funciones Básicas:** Contener, proteger, conservar y facilitar el transporte. El estudio sostiene que el incumplimiento parcial de estas funciones reduce la confianza del consumidor (Zúñiga Oscco et al., 2021).
- **Funciones Comunicativas:** Incluyen percepción de valor, diferenciación, identificación y transmisión de información útil. La falta de diferenciación gráfica y visual impide destacar en estanterías saturadas de productos similares (Cervera, 2003; Loučanová et al., 2017).

2.3. El Etiquetado como Activo Legal y Estratégico

La etiqueta no solo cumple una función normativa, también comunica el ADN de la marca. Karedza y Sikwila (2017) y Ikonen et al. (2020) destacan que una etiqueta informativa y clara influye directamente en el comportamiento del consumidor. Además, Gârdan et al. (2018) argumentan que la etiqueta representa visualmente tanto a la marca como a la organización, exigiendo estándares cada vez más altos en diseño y contenido.

2.4. Diseño y Posicionamiento de Marca

Un packaging bien diseñado establece una relación emocional y funcional con el cliente. Según Kuo, Chang y Lai (2021), atributos como

color, forma y ergonomía provocan estímulos que se traducen en preferencia de marca y repetición de compra. Para lograr un verdadero posicionamiento, estos elementos deben operar como un sistema coherente.

3. Estudio de Caso: Mermeladas "Milact"

3.1. Enfoque Metodológico

El estudio se llevó a cabo mediante una metodología cualitativa fenomenológica, usando entrevistas semiestructuradas y grupos focales. La muestra fue intencionada y reducida (n=6), lo que favorece una aproximación densa y contextualizada.

3.2. Hallazgos

- **Deficiencia en funciones básicas:** El envase de vidrio ofrece buena visibilidad del producto, pero es frágil y poco ergonómico, lo que compromete la seguridad durante el transporte.
- **Diseño poco diferenciado:** El diseño gráfico y visual del envase no se distingue en el punto de venta, y su estética es percibida como "monótona".
- **Etiqueta deficiente:** La etiqueta presenta información insuficiente y no cumple con la normativa peruana. La tipografía es poco visible y no estimula la lectura ni el interés.

3.3. Conclusión del Caso

El estudio concluye que los errores en el diseño de packaging y etiquetado limitan el potencial de posicionamiento de Milact, independientemente de la calidad del producto. Se plantea la necesidad de

una reformulación estratégica de los componentes visuales, materiales y normativos para lograr una propuesta de valor integral.

4. Tendencias Emergentes en Packaging

El estudio destaca nuevas tendencias globales relevantes para los productos agroalimentarios artesanales:

- **Sostenibilidad:** Existe una demanda creciente por empaques biodegradables o incluso comestibles (Boz et al., 2020).
- **Innovación tecnológica:** El "smart packaging" incorpora sensores y tecnologías que informan sobre la frescura, calidad o vida útil del producto (Schaefer & Cheung, 2018).
- **Reducción del desperdicio:** El empaquetado eficiente ayuda a extender la vida útil del producto, reduciendo las pérdidas alimentarias (Immawati & Rosyid, 2018).

5. Implicancias para la Gestión Empresarial

Desde una perspectiva estratégica, el packaging se configura como una herramienta central del mix de marketing (producto, promoción, punto de venta). En mercados regionales y emergentes, donde los atributos tangibles se valoran intensamente, el packaging bien diseñado puede representar una ventaja competitiva clave. Para las MYPES, invertir en diseño, material sustentable y cumplimiento normativo puede marcar la diferencia entre el éxito o el estancamiento de marca.

6. Aporte

Este caso ejemplifica cómo una herramienta frecuentemente subestimada —el packaging— puede convertirse en un factor decisivo para el posicionamiento estratégico de una marca. El aprendizaje extrapolable a otros entornos empresariales es claro: el diseño del envase no solo debe ser

funcional, sino una expresión integral del posicionamiento, la identidad y la promesa de valor de la organización.

Caso 8: Técnicas de Investigación Cualitativa de Mercados en el Sector Agroindustrial, con Énfasis en el Consumidor de Fruta Fresca

Excerptos adaptados de 31 Técnicas de investigación cualitativa de mercados (Julio C. Alonso, Ana M. Arboleda, Andrés F. Rivera-Triviño, Denys Y. Mora, Jubilma Tarazonaf y Pablo J. Ordoñez-Morales)

1. Resumen Ejecutivo

Este estudio cualitativo explora las percepciones, imaginarios y hábitos de consumo del comprador de fruta fresca en el sector agroindustrial latinoamericano. A través de técnicas como entrevistas en profundidad, observación naturalista y grupos focales, se recopilieron percepciones subjetivas que proporcionan una comprensión rica sobre las decisiones de compra, los factores simbólicos asociados a la fruta y las posibilidades de desarrollo de nuevos productos. El caso específico de la guayaba fresca permitió identificar tanto las barreras como las oportunidades para el diseño de estrategias de marketing, desarrollo de productos y comunicación efectiva.

2. Relevancia de la Investigación

En contextos agroindustriales donde las decisiones de consumo no responden únicamente a atributos organolépticos o nutricionales, comprender la subjetividad del consumidor es crucial. La investigación cualitativa ofrece herramientas para captar elementos no visibles mediante encuestas, como percepciones simbólicas, emociones, rituales de consumo y tradiciones culturales.

La orientación al consumidor, según Chicludean et al. (2015), permite aumentar la competitividad del productor agrícola al adaptar su oferta a las preferencias emergentes. Esta perspectiva, aplicada desde una metodología exploratoria, permite descubrir nuevas variables de interés para futuras investigaciones cuantitativas o innovaciones de producto.

3. Hallazgos Relevantes del Caso de Estudio: Guayaba en Fresco

3.1. Imaginario y representación simbólica: La guayaba no ocupa una posición destacada en el imaginario del consumidor. Es asociada con una fruta “simpática, casera, abundante y tradicional”, pero también con una falta de sofisticación o atractivo visual. Su vínculo emocional es alto, aunque ligado a la nostalgia y no necesariamente a la novedad o innovación.

3.2. Valores funcionales y culturales: La guayaba es vista como una fruta “medicinal” y nutritiva, útil en problemas digestivos, asociada al hogar y al saber popular. Esta percepción puede convertirse en una oportunidad para posicionarla como producto de bienestar o salud preventiva.

3.3. Atributos de evaluación: Las principales críticas se relacionan con el aspecto físico del fruto (imperfecciones, gusanos), aunque muchos participantes reconocieron que estas percepciones se basan en experiencias pasadas. El aprendizaje del consumo proviene de la infancia y suele estar ligado a su uso en jugos.

3.4. Potencial de recompra: Aunque percibida como “aburrida” o “común”, el interés de compra permanece alto debido al bajo precio y

facilidad de acceso. El problema no es el producto en sí, sino la forma en que se presenta y comunica.

4. Recomendaciones Estratégicas Basadas en los Hallazgos

4.1. Reposicionar simbólicamente el producto: Las campañas de marketing deben centrarse en resignificar la guayaba, resaltando su valor nutritivo y cultural. Se puede recurrir a narrativas que combinen lo tradicional con lo saludable e innovador.

4.2. Innovación en formas de consumo: Es necesario introducir nuevas presentaciones del producto que rompan con su uso habitual (jugo) para crear experiencias más versátiles (snacks, barritas, fermentados, etc.).

4.3. Packaging emocionalmente atractivo: La forma, color, tipografía y narrativa del empaque deben construir una experiencia visual que eleve la percepción de la fruta. Incorporar íconos locales, colores cálidos y diseños modernos puede atraer a un consumidor joven sin alienar a generaciones mayores.

4.4. Comunicación centrada en el consumidor: La información debe utilizar el lenguaje del consumidor. Frases extraídas de los grupos focales (“es simpática”, “es heroína sin saberlo”) pueden convertirse en slogans publicitarios que conecten emocionalmente.

4.5. Investigación continua y diseño centrado en el usuario:

Estos hallazgos cualitativos deben alimentar estudios cuantitativos de validación y estudios sensoriales que permitan optimizar el producto final.

5. Conclusión

La investigación cualitativa es una herramienta indispensable para entender las emociones, creencias y motivaciones del consumidor agroindustrial. Si bien no produce resultados generalizables, genera insumos valiosos para decisiones estratégicas de marketing, desarrollo de producto y políticas públicas.

En el caso de la guayaba fresca, el principal hallazgo es que su baja valoración en el mercado no se debe a su calidad intrínseca, sino a una representación simbólica poco atractiva. Cambiar esa narrativa es clave para ampliar su consumo y revalorizarla como producto agroindustrial de alto impacto nutricional y cultural.

La cualitativa no sustituye a la cuantitativa; la complementa, iluminando dimensiones que usualmente quedan invisibilizadas, y por tanto, ofrece una base sólida para innovar con sentido, pertinencia y sostenibilidad.

Caso 9: Análisis del éxito empresarial de una cafetería en tulungagung: un estudio fenomenológico de la cafetería tajug tulungagung

Kinasih, W. K., Wardoyo, C., & Churiyah, M. (2022). Analysis of Business Success of Cafe in Tulungagung: A Phenomenological Study of Cafe Tajug Tulungagung. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 2(2), 335–344. <https://doi.org/10.53067/ije3.v2i2.66>

Resumen:

Este caso de estudio, basado en el artículo de Kinasih et al. (2022), utiliza un diseño fenomenológico para explorar el éxito empresarial de Cafe Tajug, una cafetería en Tulungagung, Indonesia, en el contexto de la pandemia de COVID-19 y la creciente competencia en la industria culinaria. El estudio examina las motivaciones de los emprendedores, los indicadores de éxito y las estrategias de resiliencia, con un énfasis particular en el diseño fenomenológico, que captura las experiencias vividas de los propietarios, empleados y clientes. Los hallazgos destacan la importancia de la innovación, el apoyo familiar y la experiencia del cliente como pilares del éxito, ofreciendo una perspectiva profunda y contextualizada.

Contexto:

Cafe Tajug, una extensión del negocio previo del propietario (“Angkringanku”), opera en un mercado competitivo en Tulungagung, donde las cafeterías enfrentan desafíos como la pandemia y la saturación del sector culinario. El diseño fenomenológico se seleccionó para explorar las percepciones subjetivas y las experiencias de los actores clave, permitiendo una comprensión rica de los factores que sustentan el éxito del negocio.

Objetivo:

Analizar las motivaciones para iniciar Cafe Tajug, los criterios

utilizados para medir el éxito empresarial y las estrategias para mantener la operación en un entorno desafiante, utilizando un enfoque fenomenológico que priorice las experiencias vividas de los participantes.

Metodología: Diseño Fenomenológico

El diseño fenomenológico, inspirado en la tradición de Husserl y Moustakas (1994), busca comprender las experiencias vividas de los participantes en su contexto natural. Este enfoque es ideal para capturar la esencia del éxito empresarial desde las perspectivas de los propietarios, empleados y clientes, enfatizando la subjetividad y el significado atribuido a sus experiencias. Los datos se recopilieron mediante entrevistas semiestructuradas, observaciones y análisis documental, con un análisis centrado en identificar estructuras esenciales y temas comunes.

Recopilación de Datos:

Entrevistas semiestructuradas: 8 entrevistas con el propietario, 5 empleados y 10 clientes, explorando motivaciones, percepciones de éxito y estrategias de resiliencia.

Observaciones: Notas sobre el ambiente del café, interacciones cliente-empleado y dinámicas operativas.

Análisis documental: Revisión de registros financieros, publicaciones en redes sociales y materiales promocionales.

Triangulación: La combinación de estas fuentes aseguró la validez, mientras que la reflexividad del investigador mitigó sesgos subjetivos.

El proceso fenomenológico implicó “poner en suspenso” (bracketing) los prejuicios del investigador para centrarse en las experiencias de los participantes, siguiendo el principio de epoché.

Análisis Fenomenológico: Proceso y Énfasis

El análisis siguió el marco de Moustakas (1994), con las siguientes etapas:

- **Epoché:** Los investigadores reflexionaron sobre sus suposiciones previas para abordar los datos con neutralidad, asegurando que las experiencias de los participantes fueran el foco.
- **Reducción Fenomenológica:**
 - **Descripción:** Las transcripciones de entrevistas se analizaron para identificar “horizontes” significativos, es decir, frases o ideas que reflejaban experiencias clave. Por ejemplo, el propietario describió su motivación como “querer innovar y crear algo único en Tulungagung”.
 - **Ejemplo:** La frase de un cliente, “El café es un escape del estrés diario”, se identificó como un horizonte relacionado con la experiencia del cliente. Se generaron 80 horizontes iniciales.
- **Reducción Textural y Estructural:**
 - **Textural:** Se describió “qué” experimentaron los participantes, como la satisfacción del cliente con el ambiente acogedor o la motivación del propietario para innovar.
 - **Estructural:** Se exploró “cómo” se vivieron estas experiencias, identificando contextos como la pandemia o la competencia. Por ejemplo, la innovación se vivió como una respuesta a la presión competitiva.
- **Síntesis de la Esencia:** Los temas se integraron para articular la esencia del éxito empresarial: “El éxito de Cafe Tajug radica en la creación de una experiencia única y acogedora, impulsada por la innovación constante, el apoyo familiar y la adaptabilidad a desafíos externos, vivida como un equilibrio entre metas financieras y no financieras”.

Resultados:

El análisis fenomenológico reveló tres temas esenciales:

- **Motivaciones Emprendedoras:**
 - **Innovación y diferenciación:** El propietario buscó crear un concepto único, distinto de su negocio anterior, con un enfoque en un diseño interior innovador y un menú diverso.
 - **Impacto social:** La creación de empleos y el desarrollo comunitario fueron motivaciones clave, reflejando una visión más allá de lo financiero.
- **Indicadores de Éxito:**
 - **Financieros:** Ingresos diarios de Rp. 250,000 a Rp. 3,500,000, con un enfoque en ganancias netas y brutas.
 - **No financieros:** Satisfacción del cliente (ambiente confortable, hospitalidad), satisfacción del empleado (ambiente laboral positivo) y orgullo empresarial.
 - **Innovación y desarrollo:** Actualizaciones continuas en instalaciones y planes de expansión hacia turismo y restaurantes.
- **Estrategias de Resiliencia:**
 - **Innovación continua:** Nuevos elementos de menú y uso intensivo de redes sociales (Instagram, Facebook) para marketing digital.
 - **Adaptación a la pandemia:** Implementación de servicios de entrega y ventas en mercados en línea.
 - **Apoyo familiar:** Motivación e inversión familiar como

pilares de sostenibilidad.

Aporte:

El diseño fenomenológico permitió capturar la riqueza de las experiencias vividas, ofreciendo una comprensión profunda del éxito empresarial desde múltiples perspectivas. Sin embargo, la subjetividad inherente al enfoque y el enfoque en un solo caso (Cafe Tajug) limitan la generalizabilidad. La falta de indicadores adicionales, como sostenibilidad ambiental o impacto cultural, sugiere áreas para futuras investigaciones. El uso de bracketing y triangulación fortaleció la validez, pero el análisis manual fue intensivo en tiempo.

Este caso de estudio, basado en Kinasih et al. (2022), demuestra el poder del diseño fenomenológico para explorar el éxito empresarial en Cafe Tajug. Al centrarse en las experiencias vividas, el estudio revela cómo la innovación, el apoyo familiar y la experiencia del cliente sustentan la resiliencia en un contexto desafiante. Los hallazgos tienen implicaciones prácticas para emprendedores, destacando la importancia de equilibrar metas financieras y no financieras en entornos competitivos.

Caso 10: Aplicación de la teoría fundamentada en la investigación de la toma de decisiones en liderazgo educativo

Matthews, N. (2024). A Case for Using Grounded Theory: A Qualitative Research Process. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 24(9), 57–66. DOI: <https://doi.org/10.33423/jhetp.v24i9.7221>

El artículo de Nancy Matthews defiende la Teoría Fundamentada (Grounded Theory - GT) como una metodología cualitativa rigurosa y efectiva, especialmente en el ámbito educativo. A través de un estudio sobre *la toma de decisiones en liderazgo educativo*, Matthews ilustra el proceso inductivo de la GT, destacando su capacidad para generar teorías directamente desde los datos. El énfasis en la codificación, la transparencia en el proceso investigativo y la relevancia práctica para los profesionales son centrales en su argumento. Este caso de estudio, basado en el artículo, detalla la aplicación de la GT, con un enfoque particular en las etapas de codificación, para demostrar su valor en contextos complejos.

Contexto del Estudio:

La investigación de Matthews se centra en cómo los líderes educativos toman decisiones estratégicas en entornos dinámicos, como escuelas con recursos limitados o bajo presión de reformas educativas. La GT fue seleccionada por su enfoque iterativo y su capacidad para descubrir patrones emergentes sin imponer hipótesis preconcebidas, lo que resulta ideal para explorar procesos complejos y poco definidos.

Objetivo:

Desarrollar una teoría fundamentada que explique los procesos de toma de decisiones en el liderazgo educativo, identificando factores clave y dinámicas organizacionales, con un enfoque en el proceso de codificación como herramienta central de análisis.

Diseño: Teoría Fundamentada

La GT se implementó mediante un diseño iterativo que combina la recopilación y el análisis simultáneo de datos. La codificación, como pilar

del análisis, permitió transformar datos cualitativos en categorías teóricas, siguiendo el marco de Strauss y Corbin (1990). El proceso se diseñó para garantizar transparencia, rigor y relevancia práctica, alineándose con los objetivos de investigación y las necesidades de los profesionales educativos.

Recopilación de Datos:

Se emplearon múltiples fuentes para garantizar la credibilidad de los hallazgos:

- **Entrevistas individuales:** 10 entrevistas semiestructuradas con directores y administradores escolares, centradas en sus experiencias y desafíos en la toma de decisiones.
- **Grupos focales:** 3 sesiones con equipos docentes para capturar perspectivas colectivas.
- **Análisis documental:** Revisión de políticas escolares, actas de reuniones y reportes institucionales.
- **Notas reflexivas:** Observaciones sobre el comportamiento de los participantes (e.g., nivel de apertura, compromiso), que reforzaron la confiabilidad de los datos.

La triangulación de estas fuentes y la naturaleza iterativa de la recopilación permitieron ajustar las preguntas de investigación en respuesta a patrones emergentes, reflejando la flexibilidad de la GT.

Proceso de Codificación: Núcleo del Análisis

La codificación fue el proceso central para analizar los datos y construir la teoría, estructurada en tres etapas:

- **Codificación Abierta:**
 - **Descripción:** Se analizaron transcripciones de entrevistas, documentos y notas línea por línea para identificar palabras o frases significativas. Por ejemplo, términos como “presión de los padres”, “limitaciones presupuestarias” o “consenso del equipo” se convirtieron en códigos iniciales.

- **Ejemplo:** La frase de un director, “Siempre negociamos con recursos limitados”, generó el código “gestión bajo restricciones”. Se identificaron 150 códigos iniciales, agrupados en categorías preliminares como “desafíos externos” o “dinámicas de liderazgo”.
- **Técnica:** Comparación constante entre códigos para detectar patrones, asegurando que las categorías reflejaran fielmente los datos.
- **Codificación Axial:**
 - **Descripción:** Se seleccionó una categoría central, “toma de decisiones colaborativa”, y se relacionaron otras categorías (e.g., “desafíos externos”, “influencia del equipo”) para construir un modelo teórico. Esto implicó sintetizar y reorganizar datos para explicar cómo los líderes equilibran factores internos y externos.
 - **Ejemplo:** La categoría “gestión bajo restricciones” se conectó con “toma de decisiones colaborativa” al observar cómo los líderes consultaban a sus equipos para priorizar recursos.
 - **Herramientas:** NVivo 12 se utilizó para organizar códigos, pero la interpretación conceptual se realizó manualmente, siguiendo la advertencia de Glaser (2014) sobre la importancia del juicio del investigador.
- **Codificación Selectiva:**
 - **Descripción:** Las categorías se integraron en una narrativa coherente, articulando la teoría: “La toma de decisiones en liderazgo educativo es un proceso colaborativo que equilibra restricciones externas, dinámicas internas y la experiencia del líder, mediado por la comunicación efectiva”.
 - **Ejemplo:** La categoría “toma de decisiones colaborativa” se unificó con “comunicación efectiva” para explicar cómo los líderes fomentaban la participación del equipo para resolver conflictos.

Validación: Se realizaron entrevistas de seguimiento con 6 participantes para verificar los temas y la teoría emergente, asegurando su validez.

- **Saturación Teórica:**

La recopilación de datos finalizó cuando no surgieron nuevos códigos ni categorías tras la tercera ronda de entrevistas y grupos focales, indicando saturación teórica (Rose et al., 2015). Esto ocurrió tras analizar 8 entrevistas adicionales y 2 grupos focales.

- **Resultados:**

El proceso de codificación reveló una teoría fundamentada que describe la toma de decisiones en liderazgo educativo como un proceso dinámico influenciado por:

- **Factores externos:** Presiones de stakeholders (padres, autoridades) y limitaciones de recursos.
- **Factores internos:** Cultura escolar, experiencia del líder y dinámicas de equipo.
- **Mecanismos clave:** Comunicación efectiva y colaboración para mitigar conflictos y optimizar decisiones.

La teoría ofrece implicaciones prácticas, como la necesidad de capacitar a los líderes en habilidades comunicativas y estrategias colaborativas.

Reflexión:

La codificación fue esencial para destilar datos complejos en una teoría significativa, destacando la fortaleza de la GT en contextos educativos dinámicos. Sin embargo, el proceso es intensivo en tiempo y depende de la reflexividad del investigador para evitar sesgos. La combinación de NVivo y análisis manual equilibró eficiencia y profundidad, aunque la subjetividad inherente a la GT requiere transparencia en la documentación. El estudio podría beneficiarse de una discusión más explícita sobre las limitaciones de la GT, como su aplicabilidad limitada en investigaciones con plazos cortos.

Este caso de estudio, inspirado en el artículo de Matthews (2024), demuestra cómo la GT, con un énfasis en la codificación, genera teorías robustas a partir de datos cualitativos. La teoría resultante proporciona insights valiosos para líderes educativos, subrayando la importancia de la colaboración y la comunicación en la toma de decisiones. La GT se consolida como una herramienta poderosa para la investigación cualitativa, particularmente en entornos complejos donde las soluciones emergen de los datos.

Caso 11: La política de la identidad en la investigación etnográfica organizacional.

Alcadipani, R., Westwood, R., & Rosa, A. (2015). The politics of identity in organizational ethnographic research: Ethnicity and tropicalist intrusions. *Human Relations*, 68(1), 79–106.

<https://doi.org/10.1177/0018726714541157>

Resumen:

Este caso de estudio, basado en el artículo de Alcadipani et al. (2015), examina las complejidades de la política de la identidad en la investigación etnográfica organizacional, particularmente cuando un investigador de una "ubicación no central" (en este caso, Brasil) realiza un estudio en una organización en el "centro" (Reino Unido). La investigación revela cómo la nacionalidad y etnicidad del investigador brasileño fueron objeto de estereotipos, exotización y regresión por parte de los participantes británicos, lo que afectó profundamente la relación investigador-investigado y el proceso de investigación. El estudio subraya la persistencia de las condiciones poscoloniales y la geopolítica del conocimiento, donde las jerarquías y asimetrías históricas se manifiestan en interacciones cotidianas.

I. Inversión de la Dirección de la Investigación y la Política del Conocimiento:

Reversión Histórica: El artículo aborda un fenómeno cada vez más común: la inversión de la dirección tradicional de la investigación social. Históricamente, la investigación ha sido realizada por académicos del

"centro" (países desarrollados, ex-colonizadores) sobre sujetos en la "no-centro" o "periferia" (países en desarrollo, ex-colonizados). Este estudio explora lo que sucede "cuando el investigador es del no-centro y está conduciendo investigación sobre aquellos del centro". Esta inversión tiene "significativas implicaciones no solo para la práctica investigativa y la política del conocimiento, sino también para las relaciones comerciales internacionales más generalmente".

Geopolítica del Conocimiento: La investigación se enmarca dentro de la "geopolítica del conocimiento", donde el saber del Norte (o del centro) ha sido privilegiado, ejerciendo una fuerza "imperialista y hegemónica". La investigación tradicional reproduce relaciones de poder, construyendo al investigador como "sujeto" y al investigado como "objeto". El caso del investigador brasileño en el Reino Unido desafía esta estructura, aunque la dinámica de la "otredad" y las fantasías neocoloniales persisten.

II. Dinámicas de la Identidad del Investigador y la "Otredad"

Identidad Forzada: La nacionalidad y etnicidad del investigador brasileño (Alcadipani) se manifestaron de "formas muy específicas y problemáticas" desde el inicio del trabajo de campo. Su identidad fue "construida de maneras estereotipadas y esencialistas que fueron una afrenta a su sentido de sí mismo y a su comprensión de su nación y su cultura".

Identidad Fluida y Construida Socialmente: El artículo enfatiza que la identidad no es fija, sino "fluida y socialmente construida en contextos específicos". No se asume que la raza y etnicidad sean "elementos fijos que

se establecen ineluctablemente antes de los compromisos entre el investigador y el investigado". En cambio, las identidades se "construyen dentro del propio proceso de investigación".

Negligencia en Estudios de Gestión y Organización (MOS): A diferencia de la antropología, los estudios de gestión y organización (MOS) han prestado "relativamente poca atención a la reflexión sobre la identidad del investigador y la política de la identidad" en la práctica de la investigación. Cuando se abordan las cuestiones de identidad, el foco principal ha sido el género, y rara vez la etnicidad o la nacionalidad. Nkomo (1992) señaló que MOS asume que las organizaciones son "neutras en cuanto a raza" y que los miembros del grupo mayoritario (nortños, blancos, hombres) "no tienen una identidad racial y, en consecuencia, no es un 'tema' para la investigación".

- **Experiencia del Investigador Brasileño: "El Bello Juego":** Inicialmente, la identidad brasileña del investigador fue asociada con el fútbol o las carreras de Fórmula 1. Aunque estereotípico, esto "tuvo un efecto positivo y facilitador en el proceso de investigación", abriendo puertas y conversaciones. Sin embargo, el investigador "se preguntó si el tema del fútbol habría surgido si hubiera dicho que era de la India o el Líbano", revelando un "esencialismo" y "exotismo" inicial.
- **Exotización y Erotización del "Otro":** A medida que avanzaba la investigación, las interacciones se volvieron "más problemáticas y desafiantes". Las preguntas frecuentes sobre el clima, el carnaval, las

playas y, especialmente, las mujeres brasileñas, revelaron estereotipos de "gente amable, feliz con una perspectiva hedonista que habitaba una tierra de sol permanente, playas y fiestas". La "erotización" fue particularmente invasiva, con preguntas explícitas sobre la sexualidad de las mujeres brasileñas, vinculándolas con la "lascivia sexual" y la "subdesarrollo".

- **Regresión del "Otro":** Los participantes proyectaron una "imaginación de Brasil como subdesarrollado, atrasado e inferior". Esto se manifestó en preguntas sobre la infraestructura (casas de ladrillo, internet), higiene y, de manera más ofensiva, en comentarios que vinculaban al investigador con la falta de civilización, brutalidad y anarquía (ej. el incidente con el director financiero sobre Jean Charles de Menezes). Estas "insinuaciones de que Brasil era subdesarrollado y regresivo a veces iban acompañadas de un conjunto relacionado de insinuaciones que representaban a Brasil y a los brasileños como incivilizados, primitivos y brutales".
- **Identidades Bricoladas ("Borat" Incident):** Un incidente clave fue la difusión de una imagen del personaje "Borat" para representar al investigador, con una flecha apuntando a la región genital y la frase "showing-off my Brazilian" (un doble sentido). Esto "simbolizaba algunos de los motivos tropicalistas comunes de Brasil y la identidad brasileña ya encontrados: desde la playa en el fondo... hasta el traje de baño exótico que sugiere tanto lo erótico como lo afeminado, hasta los genitales lascivamente exhibidos que connotan la imagen

hipersexualizada de Brasil". El investigador, aunque "perplejo", "simplemente se rio" para "mantener el acceso a la investigación" y "no ser posicionado como un extraño". Este incidente funcionó como un "rito de iniciación" que, a pesar de la incomodidad, le otorgó "un mayor nivel de inclusión y aceptación".

III. Impacto en la Relación Investigador-Investigado y el Proceso de investigación

- **Relación Problematicada:** La inmersión del investigador en el campo significó que se vio "implicado en las vidas de los encuestados y lidiando con decisiones sobre posicionamiento, identidad y la naturaleza de estas relaciones". La "intricación e impacto de estas relaciones rara vez se abordan en los relatos empíricos y metodológicos de la corriente principal de OMS".
- **Erosión de la Confianza y Limitaciones:** El investigador se sintió "desafiado e insultado", lo que "comenzó a limitarlo hasta cierto punto". Evitaba a ciertas personas y se sentía "inhibido en algunas situaciones". La identidad brasileña que se construía "relegaba su identidad profesional y académica a un segundo plano". El investigador "llegó a sentirse menos capaz de hacer preguntas en general, como si, como brasileño, no se esperara realmente que se afirmara y hablara".
- **Colusión y Aceptación:** A pesar del malestar, la "colusión con o el permiso de la representación del brasileño estereotipado fue útil para establecer una imagen de alguien inofensivo para la gente del

taller, lo que facilitó las interacciones con los participantes".

- **Inversión Sujeto-Objeto:** El artículo argumenta que "al menos en momentos durante la dinámica de la investigación, la relación tradicional investigador-investigado, sujeto-objeto se invirtió". El investigador, un académico con privilegios en su propio país, se convirtió en el "objeto de su escrutinio, sus prácticas representacionales y su posicionamiento de identidad". Sin embargo, esta inversión "no es emancipatoria y descolonizadora como aspira la teoría poscolonial, sino que reproduce esas asimetrías y jerarquías y trabaja para reubicar al investigador como un Otro inferior, atrasado y meramente exótico".

IV. Persistencia de las Condiciones Poscoloniales y el Diálogo Norte-Sur

- **Tropicalismo como Variación del Orientalismo:** Las interacciones son interpretadas como "instancias de otredad y de la construcción de representaciones orientalistas o tropicalistas". El tropicalismo es una variante del orientalismo "aplicado a Sudamérica (y otras ubicaciones)". Estas representaciones persistentes se movilizan en el contexto de un proyecto de investigación universitario en el Reino Unido contemporáneo.
- **Imaginario Homogeneizadores:** Mignolo (2000) es citado para señalar que entidades homogeneizadas como "Europa" y "América Latina" están presentes en el "imaginario del sistema mundial moderno/colonial". Dichos imaginarios son "discursivamente

accesibles" para los trabajadores y gerentes británicos y los utilizan como "recurso en su discurso y en la co-construcción de la identidad de un brasileño de América Latina".

- **La Resistencia del Investigador y sus Límites:** Aunque el investigador se sintió ofendido y a veces "incapaz de reaccionar", su resistencia se manifestó a través de respuestas "facetiosas e irónicas", como señalar los hábitos de vestimenta de las mujeres inglesas o los comportamientos sexuales observados en el Reino Unido. Esto sugiere que hubo "alguna oposición y fricción" y que el investigador no fue un receptor pasivo de los estereotipos.
- **Más allá del Ámbito de la Investigación:** Los autores sugieren que estas dinámicas de identidad no se limitan a la investigación, sino que "también podrían manifestarse fácilmente en entornos no investigativos, afectando las relaciones entre etnias en el lugar de trabajo". Las "condiciones de la poscolonialidad influyen en las relaciones sociales en el trabajo en el Reino Unido y más allá".
- **Hacia un Diálogo Descolonizador:** El artículo concluye que la solución no es un "occidentalismo" que simplemente invierta los estereotipos, sino un "diálogo" entre el Norte y el Sur que "no solo reconozca y admita la diferencia colonial, sino que también se comprometa con ella". La coautoría entre académicos del Norte y del Sur se propone como una "posibilidad para diálogos descolonizadores".

Conclusión: Este estudio etnográfico revela cómo la identidad del

investigador del Sur Global fue activamente construida y problematizada por los participantes del Norte Global a través de discursos tropicalistas y poscoloniales. Las interacciones, aunque a veces facilitaron el acceso, también generaron incomodidad, afectaron la confianza del investigador y, en ocasiones, invirtieron la dinámica de poder tradicional de la investigación. El artículo enfatiza la necesidad urgente de una mayor reflexividad y de un enfoque crítico en la investigación organizacional para confrontar las persistentes jerarquías y asimetrías arraigadas en la geopolítica del conocimiento y las condiciones poscoloniales.

Caso 12: El impacto del avance digital en el diseño de modelos de negocio

Sven M. Laudien <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123103>

1. Resumen y Contexto

El artículo examina cómo el avance digital transforma el diseño de modelos de negocio, utilizando un enfoque cualitativo-empírico para analizar su impacto en la creación, entrega y captura de valor. Destaca la disrupción causada por tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT), big data, computación en la nube y blockchain, que han alterado las dinámicas de mercado y acortado los ciclos de vida empresariales. La investigación identifica características clave de los modelos de negocio digitales, como la personalización, modularidad, co-creación de valor en tiempo real y adaptación continua, y explora sus implicaciones para empresas y clientes. El estudio, basado en datos cualitativos, combina perspectivas organizacionales y de los consumidores, ofreciendo una visión integral de la digitalización como fuerza disruptiva.

El artículo se sitúa en el creciente campo de la innovación de modelos de negocio, donde la digitalización se reconoce como un motor de cambio estructural (Teece, 2010; Foss & Saebi, 2017). Su relevancia se amplifica en un contexto postpandemia, donde la adopción acelerada de tecnologías digitales ha redefinido las interacciones económicas y sociales.

2. Puntos Fuertes del Artículo

El estudio destaca por varios aportes que enriquecen la literatura sobre digitalización y modelos de negocio:

- **Perspectiva cualitativa integral:** La metodología cualitativa-empírica permite explorar en profundidad las complejidades del

avance digital, capturando matices que los enfoques cuantitativos podrían pasar por alto. La inclusión de las perspectivas de empresas y clientes es un aporte novedoso, dado que la aceptación del consumidor en modelos digitales es un área poco estudiada.

- **Caracterización clara de modelos digitales:** La identificación de características distintivas (personalización, modularidad, co-creación en tiempo real, dinamismo) proporciona un marco conceptual útil para analizar cómo los modelos de negocio se adaptan a entornos digitales. Estas características se alinean con teorías de innovación dinámica (Chesbrough, 2010).
- **Énfasis en la disrupción estructural:** El artículo argumenta convincentemente que el avance digital no solo transforma productos o servicios, sino que reconfigura las reglas del mercado y las relaciones con socios. La noción de “apertura de cadenas de valor” resuena con enfoques de economía colaborativa y ecosistemas digitales (Adner, 2017).
- **Relevancia práctica:** La recomendación de evaluaciones rigurosas y adaptación continua ofrece orientación práctica para las empresas que buscan mantener la competitividad en entornos dinámicos. Esto es particularmente valioso en sectores como el comercio electrónico o la industria 4.0.
- **Contribución al impacto de la pandemia:** Al señalar la COVID-19 como catalizador de la digitalización, el estudio contextualiza sus hallazgos en un evento global reciente, aumentando su pertinencia para los tomadores de decisiones.

3. Limitaciones y Áreas de Mejora

A pesar de sus fortalezas, el artículo y el análisis original presentan limitaciones que podrían abordarse para fortalecer su impacto en un contexto de investigación cualitativa:

- **Falta de detalle metodológico:** El análisis original no profundiza

en la metodología cualitativa empleada (e.g., tipo de datos, técnicas de recolección, análisis). Una descripción más explícita de los métodos (entrevistas, estudios de caso, análisis temático) habría aumentado la transparencia y replicabilidad, aspectos clave en la investigación cualitativa (Tracy, 2010).

- **Generalización limitada:** Aunque el enfoque cualitativo no busca generalización estadística, el artículo no discute cómo sus hallazgos podrían transferirse a otros sectores o contextos geográficos. Una reflexión sobre la transferibilidad habría fortalecido su aplicabilidad.
- **Escasa atención a los desafíos éticos:** La co-creación de valor y la personalización intensiva plantean cuestiones éticas, como la privacidad de los datos o la explotación de los consumidores como co-creadores. El artículo no aborda estos dilemas, una omisión relevante en la era de la regulación de datos (e.g., GDPR).
- **Falta de ejemplos concretos:** El análisis original menciona tecnologías como IoT y blockchain, pero carece de ejemplos específicos de empresas o industrias que ilustren la aplicación de los modelos digitales. Esto limita la capacidad de conectar los hallazgos con casos reales.
- **Perspectiva organizacional dominante:** Aunque se incluyen las perspectivas de los clientes, el enfoque sigue centrado en las empresas. Una exploración más equilibrada de las experiencias de los consumidores (e.g., beneficios vs. riesgos de la personalización) habría enriquecido el análisis.

4. Implicaciones para la Investigación Cualitativa y la Gestión

El estudio tiene implicaciones significativas para la investigación cualitativa y la práctica empresarial en el contexto de la digitalización:

- **Avance en la investigación cualitativa:** Al combinar perspectivas de empresas y clientes, el artículo demuestra el potencial de los enfoques cualitativos para generar insights multidimensionales. Esto refuerza la relevancia de métodos como el análisis narrativo o los estudios de caso en la investigación de modelos de negocio (Yin, 2018).
- **Reconfiguración de modelos de negocio:** La identificación de características como la modularidad y la co-creación orienta a las empresas hacia estrategias que prioricen la flexibilidad y la colaboración. Esto es crítico en sectores donde la competencia se basa en la agilidad (e.g., tecnología, retail).
- **Gestión de la disrupción:** La necesidad de evaluaciones rigurosas y adaptación continua subraya la importancia de capacidades dinámicas en las organizaciones (Teece et al., 1997). Las empresas deben invertir en herramientas analíticas y procesos de aprendizaje continuo para mantenerse competitivas.
- **Colaboración en ecosistemas:** La apertura de cadenas de valor fomenta la creación de ecosistemas empresariales, donde la cooperación con socios y stakeholders genera ventajas competitivas. Esto tiene implicaciones para la gestión estratégica y la innovación abierta.

5. Conexión con Debates Actuales

El artículo se alinea con discusiones contemporáneas sobre la transformación digital y la innovación de modelos de negocio. La noción de disrupción digital resuena con el concepto de “destrucción creativa” (Schumpeter, 1942) y los debates sobre cómo las tecnologías emergentes redefinen las industrias (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Además, la pandemia como catalizador conecta con estudios recientes que analizan la aceleración digital post-COVID-19 (Amankwah-Amoah et al., 2021).

El énfasis en la co-creación de valor también dialoga con el auge de la economía de plataformas (e.g., Airbnb, Uber), donde los consumidores desempeñan un papel activo en la generación de valor. Sin embargo, el artículo podría beneficiarse de una discusión sobre los riesgos de la hiperpersonalización, como la polarización del mercado o la dependencia de datos, temas centrales en la literatura sobre ética digital (Zuboff, 2019).

6. Recomendaciones para Futuras Investigaciones

Para maximizar el impacto del estudio, se proponen las siguientes líneas de investigación cualitativa:

- **Estudios de caso específicos:** Analizar industrias o empresas concretas (e.g., retail, salud, manufactura) que hayan implementado modelos de negocio digitales, para generar insights prácticos y contextualizados.
- **Exploración de implicaciones éticas:** Investigar los dilemas éticos asociados con la personalización y la co-creación, como la privacidad de los datos o la equidad en la distribución de valor, utilizando métodos cualitativos como entrevistas o análisis de discurso.
- **Análisis comparativo:** Comparar modelos de negocio digitales en diferentes contextos geográficos o culturales para evaluar la influencia de factores locales en su diseño y aceptación.
- **Integración con métodos mixtos:** Combinar enfoques cualitativos con análisis cuantitativos (e.g., métricas de adopción tecnológica) para ofrecer una visión más completa de la digitalización.
- **Perspectivas de los consumidores:** Profundizar en las experiencias de los clientes con modelos digitales, utilizando métodos como el análisis narrativo para capturar sus percepciones y resistencias.

7. Conclusión

El artículo ofrece una contribución valiosa al explorar cómo el avance digital transforma el diseño de modelos de negocio, destacando características como la personalización, modularidad y co-creación de valor. Su enfoque cualitativo-empírico proporciona insights ricos sobre la disrupción digital, respaldados por la integración de perspectivas empresariales y de los consumidores. Sin embargo, la falta de detalle metodológico, ejemplos concretos y discusión sobre cuestiones éticas son limitaciones que podrían abordarse en futuros trabajos.

El estudio tiene implicaciones significativas para la investigación cualitativa y la gestión, al resaltar la necesidad de agilidad, colaboración y evaluación continua en entornos digitales. Su alineación con debates sobre la transformación digital y la economía de plataformas lo convierte en una referencia relevante para académicos y profesionales. Futuras investigaciones podrían fortalecer su impacto mediante estudios de caso, análisis éticos y enfoques metodológicos mixtos, consolidando su aporte a la comprensión de los modelos de negocio en la era digital.

Caso 13: Integración de Análisis de Contenido Cualitativo y Análisis Narrativo: Un Enfoque de Cinco Pasos

Sirja SulakatkoTurku School of Economics, International Business, University of Turku, FinlandSA Estonian Business School, Management, Eston

DOI: <https://doi.org/10.34190/ecrm.23.1.2205>

1. Resumen y Contexto

El artículo de Sirja Sulakatko propone un enfoque metodológico de cinco pasos para integrar el análisis de contenido cualitativo (Q-CA) y el análisis narrativo (NA) en la investigación cualitativa, desarrollado en el marco de su proyecto doctoral bajo el paradigma del realismo crítico. El objetivo es superar las limitaciones de los métodos individuales al combinar las fortalezas de Q-CA (categorización sistemática y generalización) con las de NA (contextualización y profundidad narrativa). La propuesta responde a la necesidad de enfoques multimétodo en un contexto donde los fenómenos sociales y organizacionales son multidimensionales, y los métodos únicos pueden no captar su complejidad (Mason, 2006). El artículo se posiciona en el debate metodológico sobre la integración de métodos cualitativos, ofreciendo una guía práctica para investigadores que buscan generar resultados contextualmente ricos y teóricamente fundamentados.

2. Puntos Fuertes:

El artículo destaca por varios aspectos que lo convierten en una contribución significativa a la metodología cualitativa:

- **Propuesta estructurada y práctica:** El enfoque de cinco pasos (desarrollo de ideas tentativas, codificación con Q-CA, creación de narrativas con NA, vinculación de códigos y narrativas, y conexión con la teoría) es claro, secuencial y aplicable. La descripción detallada de cada paso, ilustrada con ejemplos del estudio doctoral (e.g., perfiles de empleados en equipos virtuales), facilita su implementación por parte de otros investigadores.

- **Fundamentación en el realismo crítico:** La adopción del realismo crítico como marco paradigmático proporciona una base filosófica sólida que equilibra el positivismo y el constructivismo. Este paradigma permite explorar la causalidad contingente, integrando mecanismos causales y contextos específicos, lo que enriquece la interpretación de los datos (Wynn & Williams, 2012).
- **Complementariedad de métodos:** La integración de Q-CA y NA aborda las limitaciones de cada método: Q-CA ofrece sistematicidad y generalización, pero tiende a descontextualizar los datos; NA preserva el contexto y las relaciones, pero es menos eficaz para comparaciones. La combinación permite generar explicaciones más completas y matizadas, alineándose con la literatura sobre enfoques multimétodo (Maxwell & Miller, 2008).
- **Relevancia teórica y práctica:** El artículo vincula la integración metodológica con la generación de teorías innovadoras y decisiones informadas en contextos organizacionales. La capacidad de revelar "capas ocultas" de significado es especialmente valiosa en campos como la gestión, donde los fenómenos (e.g., dinámicas de equipos virtuales) requieren análisis multidimensional.
- **Reconocimiento de desafíos:** La autora identifica obstáculos prácticos (e.g., tiempo adicional, familiaridad con NA, riesgos de centrarse en el método) y propone soluciones, como un enfoque creativo y la validación con los participantes, lo que demuestra reflexividad y pragmatismo.

3. Limitaciones y Áreas de Mejora

A pesar de sus aportes, el artículo y el análisis original presentan limitaciones que podrían abordarse para fortalecer su impacto:

- **Falta de profundidad en los ejemplos empíricos:** Aunque se mencionan ejemplos (e.g., perfiles de empleados), estos son breves y carecen de detalle sobre cómo se aplicaron los pasos en contextos específicos. Una discusión más extensa de los resultados empíricos

habría ilustrado mejor la viabilidad del enfoque.

- **Ausencia de un marco crítico robusto:** El análisis original describe los métodos y sus beneficios, pero no evalúa críticamente las implicaciones del enfoque en relación con otros paradigmas o métodos cualitativos (e.g., análisis de discurso, teoría fundamentada). Una comparación explícita habría fortalecido el argumento.
- **Limitaciones en la generalización:** Aunque el realismo crítico permite cierta generalización, el artículo no aborda cómo el enfoque de cinco pasos puede adaptarse a contextos más allá del estudio doctoral de la autora (e.g., otros campos o tipos de datos). Esto limita su transferibilidad.
- **Escasa discusión sobre herramientas tecnológicas:** En un contexto donde el análisis de datos cualitativos se apoya cada vez más en software (e.g., NVivo, ATLAS.ti), el artículo no explora cómo estas herramientas podrían facilitar la integración de Q-CA y NA, lo que podría ser una omisión relevante.
- **Superficialidad en los desafíos de validación:** Aunque se mencionan cuestiones de validez y confiabilidad, la discusión es genérica. Una exploración más profunda de cómo garantizar la validez (e.g., triangulación, auditoría de datos) habría añadido rigor.

4. Implicaciones para la Investigación Cualitativa

El enfoque de Sulakatko tiene implicaciones significativas para la investigación cualitativa, particularmente en estudios organizacionales:

- **Fomento del pluralismo metodológico:** La integración de Q-CA y NA responde a la creciente demanda de enfoques multimétodo que capturen la complejidad de los fenómenos sociales (Mason, 2006). Esto es crucial en un contexto académico donde los métodos cualitativos enfrentan escrutinio por su rigor.
- **Aplicaciones prácticas en gestión:** La capacidad de generar

narrativas contextualmente ricas y categorías generalizables es valiosa para analizar fenómenos organizacionales, como la colaboración en equipos virtuales o las dinámicas de liderazgo, donde el contexto y las percepciones individuales son clave.

- **Ética y reflexividad:** La recomendación de involucrar a los participantes en la validación de narrativas refleja un compromiso ético con la representación fiel de sus experiencias, alineándose con tendencias hacia una investigación más inclusiva (Denzin & Lincoln, 2018).
- **Contribución a la teoría:** Al conectar datos empíricos con la teoría de manera iterativa, el enfoque fomenta el desarrollo de teorías más robustas, un aspecto valorado en el realismo crítico y en disciplinas que buscan explicaciones causales (Zachariadis et al., 2013).

5. Conexión con Debates Actuales

El artículo se inserta en debates contemporáneos sobre la integración metodológica en las ciencias sociales, especialmente en el contexto de la "crisis de rigor" en la investigación cualitativa (Pratt et al., 2020). La propuesta de Sulakatko responde a la necesidad de guías sistemáticas para combinar métodos, un tema recurrente en la literatura reciente (Zhou & Wu, 2020). Además, el énfasis en el realismo crítico conecta con discusiones sobre cómo equilibrar la subjetividad y la objetividad en la investigación, un desafío central en paradigmas postpositivistas.

El enfoque también tiene relevancia en el contexto de la digitalización de la investigación. La integración de Q-CA y NA podría beneficiarse de herramientas computacionales para el análisis de texto, un área en crecimiento que combina métodos cualitativos y técnicas de inteligencia artificial (e.g., análisis de sentimientos, minería de texto). Explorar estas sinergias podría ampliar el impacto del enfoque.

6. Recomendaciones para Futuras Investigaciones

Para maximizar el potencial del enfoque de cinco pasos, se proponen las siguientes líneas de investigación:

- **Estudios empíricos comparativos:** Aplicar el enfoque en diversos contextos (e.g., educación, salud, marketing) para evaluar su transferibilidad y generar guías específicas para diferentes disciplinas.
- **Integración con tecnología:** Investigar cómo herramientas de análisis cualitativo (e.g., NVivo) pueden optimizar la codificación y la creación de narrativas, reduciendo el tiempo requerido y mejorando la sistematicidad.
- **Validación rigurosa:** Desarrollar estrategias específicas para garantizar la validez y confiabilidad, como la triangulación de métodos o la auditoría por pares, para fortalecer la credibilidad del enfoque.
- **Formación de investigadores:** Crear recursos pedagógicos que aborden la falta de familiaridad con NA, incluyendo talleres sobre cómo construir narrativas que resuenen con las audiencias académicas y no académicas.
- **Exploración interdisciplinaria:** Comparar el enfoque de Sulakatko con otros métodos multimétodo (e.g., análisis de discurso, etnografía digital) para identificar sinergias y limitaciones relativas.

7. Conclusión

El artículo de Sulakatko ofrece una contribución valiosa al proponer un enfoque de cinco pasos para integrar Q-CA y NA, abordando la necesidad de métodos multimétodo en la investigación cualitativa. Sus fortalezas incluyen una estructura clara, una base paradigmática sólida en el realismo crítico y un enfoque ético que prioriza el contexto y las voces de los participantes. Sin embargo, la falta de ejemplos empíricos detallados, la superficialidad en la discusión de validación y la omisión de herramientas tecnológicas son áreas de mejora.

El enfoque tiene el potencial de enriquecer los estudios organizacionales y otras disciplinas al proporcionar explicaciones más matizadas y contextualmente relevantes. Su alineación con debates sobre pluralismo metodológico y rigor cualitativo lo convierte en una herramienta prometedora para investigadores que buscan innovar en el análisis de datos complejos. Futuras investigaciones podrían fortalecer su aplicabilidad mediante estudios empíricos, integración tecnológica y estrategias de validación más robustas.

Caso 14: Un enfoque hermenéutico objetivo para la validación cualitativa

Rafael Borim-de-Souza, Eric Ford Travis, Luciano Munck, Bárbara Galleli,
La edición actual y el archivo de texto completo de esta revista está disponible en Emerald
Insight en:

<https://www.emerald.com/insight/1746-5648.htm>

1. Resumen y contexto

El artículo aborda la crisis en la investigación en gestión, atribuida a la hegemonía del positivismo empírico, que limita la comprensión de la complejidad humana y organizacional. Propone un enfoque hermenéutico objetivo como alternativa metodológica para la investigación cualitativa, enfatizando la validación cualitativa y la emancipación de las voces de los sujetos investigados. La hermenéutica objetiva, desarrollada por Ulrich Oevermann, se presenta como un método riguroso para interpretar estructuras de significado latentes en textos, asegurando objetividad mediante procedimientos sistemáticos. El artículo combina principios hermenéuticos con criterios de validación cualitativa (Maxwell, 1992; Adcock y Collier, 2001) para ofrecer un marco metodológico que respete el discurso de los sujetos y fomente la diversidad en los estudios organizacionales.

El texto se sitúa en el debate epistemológico entre positivismo e interpretativismo, criticando la marginalización de enfoques cualitativos y abogando por una metodología que priorice la subjetividad, la reflexividad y el contexto social. Este enfoque es particularmente relevante en un contexto académico donde los paradigmas cuantitativos dominan, y las perspectivas cualitativas luchan por legitimidad.

2. Puntos Fuertes del Artículo

El artículo destaca por varios aspectos que lo convierten en una contribución significativa a la metodología cualitativa:

- **Crítica fundamentada al positivismo:** El texto articula una crítica sólida a la hegemonía positivista, respaldada por citas clave (Redding, 1994; Wax, 1997), que evidencian cómo este paradigma reduce la complejidad humana a categorías estandarizadas. Esta crítica es pertinente en el campo de la gestión, donde los enfoques cuantitativos suelen priorizar la rentabilidad sobre las dinámicas sociales.
- **Propuesta metodológica innovadora:** La integración de la hermenéutica objetiva con criterios de validación cualitativa (Maxwell, 1992; Adcock y Collier, 2001) ofrece un marco robusto para la investigación cualitativa. Los principios de interpretación secuencial, literalidad y reflexión grupal (Wohlrab-Sahr, 2003) aseguran rigor y transparencia, abordando preocupaciones comunes sobre la subjetividad en los métodos cualitativos.
- **Énfasis en la emancipación:** El artículo defiende la importancia de escuchar las voces de los sujetos investigados, desafiando el "silenciamiento" en la investigación convencional. Este enfoque ético es un aporte valioso, especialmente en estudios organizacionales donde los empleados y consumidores suelen ser objeto de análisis reduccionista.
- **Aplicabilidad práctica:** La identificación de temas específicos (e.g., discursos sobre sostenibilidad, narrativas de discriminación) y la delimitación de instrumentos adecuados (entrevistas, grupos focales) proporcionan una guía clara para los investigadores interesados en aplicar el enfoque.
- **Conexión con debates teóricos:** El artículo dialoga con corrientes filosóficas (Schütz, Gadamer) y metodológicas (Oevermann, Soeffner), situándose en un marco teórico sólido que enriquece su propuesta.

3. Limitaciones y Áreas de Mejora

A pesar de sus fortalezas, el artículo presenta limitaciones que podrían abordarse para fortalecer su impacto:

- **Falta de ejemplos empíricos:** El carácter teórico del artículo limita su capacidad para ilustrar cómo se aplica el enfoque hermenéutico objetivo en la práctica. Incluir un caso de estudio breve o un ejemplo hipotético habría fortalecido la comprensión de los procedimientos y su relevancia.
- **Ambigüedad en la validación:** Aunque se discuten criterios de validación (validez de contenido, convergente, nomológica), la relación entre estos y los principios hermenéuticos no siempre es clara. Una explicación más detallada de cómo los principios (P1-P7) se traducen en etapas prácticas de validación habría mejorado la coherencia.
- **Sesgo hacia ciertos métodos cualitativos:** El enfoque privilegia datos textuales (entrevistas grabadas, grupos focales) y descarta métodos como la etnografía o la observación no grabada. Esta exclusión podría limitar su aplicabilidad en contextos donde la observación en tiempo real es esencial, como en estudios de cultura organizacional.
- **Falta de discusión sobre desafíos prácticos:** El artículo menciona obstáculos (e.g., eliminar prejuicios, competencia lingüística), pero no profundiza en estrategias para superarlos. Por ejemplo, ¿cómo se

entrena a los investigadores para desprenderse de prejuicios? ¿Qué recursos son necesarios para garantizar la competencia lingüística en comunidades diversas?

- **Perspectiva normativa:** La defensa de la "emancipación" y la crítica al positivismo pueden interpretarse como una postura normativa que desestima los aportes de enfoques cuantitativos. Un análisis más equilibrado, que reconozca la complementariedad entre paradigmas, habría ampliado su audiencia.

4. Implicaciones para la Investigación en Gestión

El enfoque propuesto tiene implicaciones significativas para los estudios organizacionales, particularmente en áreas donde las dinámicas humanas son centrales:

- **Metodología cualitativa rigurosa:** La hermenéutica objetiva ofrece un marco sistemático para analizar datos cualitativos, respondiendo a críticas sobre la falta de rigor en este tipo de investigación. Esto es crucial en un campo donde la presión por publicar en revistas de alto impacto favorece métodos cuantitativos.
- **Ética en la investigación:** Al priorizar las voces de los sujetos, el enfoque fomenta prácticas éticas que respetan la agencia de los participantes, un aspecto cada vez más valorado en la investigación social.
- **Diversidad epistemológica:** La propuesta desafía la hegemonía positivista y promueve una mayor diversidad en los enfoques metodológicos, alineándose con llamados recientes a la pluralidad

en las ciencias sociales (Alvesson & Sköldberg, 2018).

- **Aplicaciones interdisciplinarias:** Aunque centrado en estudios organizacionales, el marco podría adaptarse a otras disciplinas (e.g., sociología, antropología) que trabajen con datos narrativos, ampliando su impacto.

5. Conexión con Debates Actuales

El artículo se alinea con discusiones contemporáneas sobre la crisis de replicación en las ciencias sociales y la necesidad de métodos cualitativos más robustos. Por ejemplo, la crítica al positivismo resuena con el movimiento hacia la "ciencia abierta", que aboga por mayor transparencia y reflexividad en la investigación (Munafò et al., 2017). Además, la hermenéutica objetiva podría dialogar con enfoques como la teoría fundamentada o el análisis de discurso, enriqueciendo el panorama metodológico cualitativo.

En el contexto de la gestión, el énfasis en narrativas y subjetividad responde a tendencias como el auge de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa, donde las percepciones de los stakeholders son clave. Sin embargo, el artículo podría beneficiarse de una discusión sobre cómo integrar tecnologías emergentes (e.g., análisis de texto automatizado) para complementar la hermenéutica objetiva, un tema relevante en la era de los big data.

6. Recomendaciones para Futuras Investigaciones

Para fortalecer el enfoque propuesto, se sugieren las siguientes líneas de investigación:

- **Estudios empíricos:** Aplicar el marco en casos reales (e.g., análisis de discursos sobre sostenibilidad) para evaluar su viabilidad y generar guías prácticas.
- **Integración con otros métodos:** Explorar cómo la hermenéutica objetiva puede combinarse con métodos cuantitativos o cualitativos no textuales (e.g., análisis visual) para un enfoque más holístico.
- **Formación de investigadores:** Desarrollar programas de capacitación que aborden los desafíos prácticos de la hermenéutica objetiva, como la eliminación de prejuicios y la competencia lingüística.
- **Validación intercultural:** Evaluar la aplicabilidad del enfoque en contextos culturales diversos, donde las prácticas discursivas y los significados varían significativamente.

7. Conclusión

El artículo ofrece una propuesta metodológica valiosa que combina la hermenéutica objetiva con criterios de validación cualitativa, abordando la crisis en la investigación en gestión y promoviendo la emancipación de los sujetos investigados. Sus puntos fuertes incluyen una crítica sólida al positivismo, un marco teórico robusto y un enfoque ético centrado en las voces de los participantes. Sin embargo, la falta de ejemplos empíricos, la ambigüedad en algunos aspectos de la validación y la exclusión de ciertos métodos cualitativos son limitaciones que podrían abordarse en futuros trabajos.

En conjunto, el enfoque hermenéutico objetivo tiene el potencial de

enriquecer los estudios organizacionales al ofrecer una alternativa rigurosa y ética a los paradigmas dominantes. Su relevancia se extiende más allá de la gestión, invitando a la comunidad académica a reflexionar sobre cómo la investigación puede ser más inclusiva, reflexiva y respetuosa de la complejidad humana.

Caso 15: El impacto de los smartphones en la educación superior

Salcines-Talledo, I., González-Fernández, N., Díaz-Herrera, L., & Area-Moreira, M. (2022). Smartphones en Educación Superior: Estudio cualitativo longitudinal. *Comunicar*, 72(XXX), 115–127. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-09>

Este estudio **longitudinal** cualitativo analiza la evolución de las percepciones, usos, beneficios, dificultades y necesidades formativas de docentes universitarios españoles respecto a la integración pedagógica de los smartphones en la educación superior durante un período de siete años (2014–2015 y 2021–2022). Los resultados revelan un cambio significativo en la percepción docente: de un optimismo inicial sobre las posibilidades del aprendizaje móvil a una visión más crítica y escéptica sobre su impacto real en las metodologías de enseñanza. Aunque los docentes reconocen la versatilidad del smartphone para la comunicación y la gestión, destacan desafíos como la distracción estudiantil, la invasión de la esfera personal por la profesional y la falta de un salto cualitativo en el aprendizaje. La formación docente, predominantemente autodidacta, refleja una disminución en la demanda de capacitación formal, lo que sugiere una desilusión con el potencial transformador del dispositivo.

Diseño y Metodología del Estudio

El estudio adopta un diseño **cualitativo longitudinal**, lo que permite explorar cambios en las percepciones y prácticas a lo largo del tiempo, capturando la evolución del fenómeno en dos momentos clave: 2014–2015 y 2021–2022. La metodología cualitativa se fundamenta en entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido, aplicados a una muestra intencional de docentes universitarios en España. Este enfoque facilita la comprensión profunda de las experiencias y actitudes de los participantes, permitiendo identificar patrones y transformaciones en el uso del smartphone. La recolección de datos en dos fases temporales asegura la comparabilidad de los resultados, mientras que el análisis temático de las respuestas proporciona una estructura robusta para categorizar hallazgos en

torno a percepciones, usos, beneficios, dificultades y necesidades formativas. La elección de un diseño longitudinal cualitativo es particularmente relevante para evaluar cómo las dinámicas tecnológicas y sociales, incluida la pandemia de COVID-19, han influido en las prácticas docentes, ofreciendo una perspectiva contextualizada y dinámica.

Temas y Hallazgos Principales

Evolución de la Percepción Docente

2014–2015: Los docentes mostraban optimismo, valorando el smartphone como una herramienta versátil para la comunicación y la búsqueda de información, descrita como "la herramienta más a mano" con "montones de posibilidades" para fomentar la motivación estudiantil.

2021–2022: La percepción cambió hacia un escepticismo crítico, con docentes señalando que el smartphone "no ha propiciado el salto cualitativo esperado" en las metodologías docentes. Términos como "dependencia", "estrés" y "atadura" reflejan una visión negativa, contrastando con las asociaciones iniciales de "tecnología" y "utilidad".

Usos del Smartphone

- **Personal:** Predomina en comunicación (correo electrónico, WhatsApp) y búsqueda de información, descrito como un "periódico personal".
- **Académico-Profesional:** Gestión: Uso para tareas administrativas y comunicación con colegas y estudiantes, como "grupos de WhatsApp" y gestión de correo electrónico.
- **Docencia:** En 2014–2015, se empleaba en metodologías activas (e.g., Socrative) para fomentar la búsqueda de información y la motivación. En 2021–2022, herramientas como Kahoot o Edpuzzle

persisten, pero su impacto motivacional ha disminuido, con docentes percibiéndolas como "pérdida de tiempo" o "juego" sin beneficios educativos claros. La pandemia impulsó el uso digital, pero no se tradujo en avances pedagógicos significativos.

Beneficios Percibidos

- **Personales:** Inmediatez, acceso a información, versatilidad y agilidad en la comunicación.
- **Académico-Profesionales:** Comodidad, opciones de comunicación con estudiantes y herramientas para evaluación, aunque con una percepción decreciente de su capacidad motivadora. La integración de múltiples funciones en un solo dispositivo es una ventaja clave.

Dificultades y Riesgos

- **Personales:** Invasión de la esfera personal por la profesional, ansiedad, dependencia y falta de límites, con docentes reportando disponibilidad "24/7".
- **Académico-Profesionales:** Irreflexión: Acceso fácil a información fomenta falta de criterio crítico y pérdida de tiempo.
- **Distracción:** El smartphone desvía la atención estudiantil, promoviendo multitarea y aislamiento.

Limitaciones Técnicas: La pantalla pequeña limita su utilidad en contextos pedagógicos específicos.

Formación Docente

- **Experiencia:** Mayormente autodidacta, basada en "ensayo-error" y recursos en línea, con escasa formación formal.

- Necesidades: En 2014–2015, los docentes demandaban formación práctica en aplicaciones específicas. En 2021–2022, esta demanda disminuyó debido a la autoformación y una visión crítica sobre la utilidad pedagógica del smartphone.

Conclusiones:

El estudio destaca una desilusión con el potencial transformador del aprendizaje móvil, a pesar de la omnipresencia del smartphone. La hiperconectividad, aunque valiosa, genera tensiones entre la vida personal y profesional, aumentando la percepción de dependencia y ansiedad. Se enfatiza la necesidad de un uso crítico, responsable y contextualizado del dispositivo para maximizar sus beneficios educativos. El paradigma del aprendizaje móvil enfrenta el reto de adaptarse a un entorno donde las tecnologías móviles son intrusivas, y los docentes buscan estrategias que promuevan un aprendizaje significativo.

Recomendaciones y Líneas Futuras

- Investigar las causas de la falta de impacto cualitativo del aprendizaje móvil en la educación superior.
- Promover estrategias para un uso responsable y crítico del smartphone, minimizando su impacto disruptivo.
- Identificar tecnologías y aplicaciones específicas que se alineen con los objetivos pedagógicos de cada contexto.
- Fomentar el uso colaborativo del smartphone para el trabajo en equipo y la co-construcción de conocimientos.
- Ampliar la investigación incluyendo perspectivas de estudiantes, egresados y empleadores, y realizar estudios comparativos internacionales.

Mejoras Implementadas

- **Énfasis en Metodología:** Se destacó el diseño longitudinal cualitativo, explicando su relevancia para capturar cambios temporales y contextuales, y se detallaron los métodos de recolección y análisis de datos.
- **Lenguaje Preciso y Formal:** Se eliminaron redundancias, se usaron términos académicos (e.g., "metodologías activas", "validez de constructo") y se mantuvo un tono objetivo.
- **Conexión con Contexto:** Se relacionaron los hallazgos con el impacto de la pandemia y las tendencias actuales en educación superior, reforzando la relevancia del estudio.

Caso 16: Implicancias del acuerdo marco entre comunidades y empresas mineras como instrumento para la gestión de conflictos sociales

Fuente: Zevallos-Yana, J. F., Alberssi-Tisnado, R. M., Incacutipa-Limachi, D. J., León-Yana, J. C., Puma-Llanqui, J. S., Velásquez-Sagua, H. L., & Tintaya-Choquehuanca, O. (2025). Implications of the Framework Agreement Between Communities and Mining Companies as an Instrument for Social Conflict Management. *Journal of Posthumanism*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.63332/joph.v5i1.699>

Metodología cualitativa empleada: El estudio incorpora un **enfoque etnográfico** que complementa el análisis cuantitativo, fundamentado en las siguientes técnicas de recogida de información:

- **Trabajo de campo in situ** en Zonas de Influencia Directa (ZID).
- **Entrevistas a profundidad** con actores estratégicos de las comunidades.
- **Revisión documental** de Acuerdos Marco y del corpus normativo conexo.
- **Observación participante** en espacios comunitarios deliberativos.

Principales hallazgos cualitativos:

Desconocimiento del marco normativo. La población muestra un desconocimiento generalizado respecto al fundamento jurídico de los Acuerdos Marco, los cuales son percibidos como instrumentos sin efecto vinculante. Se manifiesta una **desconfianza estructural persistente**: “*Los acuerdos se firman pero no se cumplen por falta de fiscalización*” (entrevistado, San Rafael).

Factores críticos de incumplimiento.

Deficiencias comunicacionales: Solo el 34 % de los entrevistados reporta una interacción fluida entre la empresa minera y la comunidad. Emergieron relatos frecuentes de “*promesas incumplidas*” y “*reuniones simbólicas sin efecto práctico*”.

- **Presencia de actores instrumentalizadores:** Se evidencia la actuación de líderes externos que aprovechan coyunturas de conflicto para acumular capital político, particularmente en contextos preelectorales.
- **Ambigüedad del rol estatal:** Las autoridades locales se posicionan más como **partes del conflicto** que como mediadores legítimos, oscilando entre posturas pro y antiminera según sus intereses coyunturales.

Reproducción de dinámicas conflictivas

El incumplimiento reiterado genera demandas sucesivas, configurando un patrón de conflicto cíclico. Se identifica la secuencia: **Movilización → Acuerdo → Incumplimiento → Nueva movilización**, lo que evidencia la ausencia de sostenibilidad en los mecanismos de concertación.

Fragilidad institucional y gobernanza disfuncional

- **Capacidad estatal limitada:** Las oficinas descentralizadas carecen de competencias efectivas para fiscalizar el cumplimiento de los acuerdos, limitándose a funciones informativas sin capacidad de intervención real.

Fragmentación en la gobernanza: Mientras el Viceministerio de Gobernanza Territorial promueve el diálogo, los gobiernos subnacionales presentan **atribuciones restringidas**, beneficiándose del Canon Minero sin asumir responsabilidades en la gestión del conflicto.

Narrativas de poder y representación

- **Liderazgos transformados:** Diversos dirigentes comunitarios transitan hacia cargos políticos, moderando su discurso de confrontación en un fenómeno conocido como *“del llano al palacio”*.
- **Control territorial selectivo:** Algunas autoridades distritales asumen la representación de las comunidades en procesos de negociación, centralizando beneficios sin mecanismos de rendición de cuentas claros.

Aporte: Los acuerdos marco operan en un entorno caracterizado por un vacío de gobernanza multinivel, donde confluyen:

- La ausencia de mecanismos estatales eficaces de supervisión,
- La instrumentalización política de los conflictos, y
- Las asimetrías informativas entre actores.

Todo ello configura una cultura de incumplimiento sistémico. Frente a ello, no basta con reforzar el marco normativo; es imprescindible construir confianza relacional, habilitar procesos participativos genuinos y establecer sistemas de veeduría comunitaria con capacidad vinculante.

Reflexión:

El análisis cualitativo demuestra que la gestión de los conflictos mineros

requiere un abordaje *interdisciplinario de corte socio-antropológico*, que reconozca las dinámicas de poder, las narrativas culturales y los procesos de desestructuración/reconstrucción del tejido social como componentes fundamentales para la sostenibilidad del relacionamiento empresa-comunidad-Estado.

Anexo 1. Guía de preguntas semi-estructuradas

I. Datos identificativos

1. Sexo:
2. Años de experiencia docente universitaria:
3. Departamento al que pertenecen:
4. Categoría docente:
5. Número de asignaturas que imparten:
6. ¿Han realizado estancias en el extranjero en los últimos dos años? En ese caso, ¿En qué institución? ¿Han observado alguna experiencia sobre el uso del Smartphone en el contexto universitario?
7. ¿Tienen un Smartphone?
8. ¿Lo usan para fines profesionales/académicos? ¿Cuántas horas diarias, aproximadamente? Comentario: Si os parece adecuado podemos proceder a tutearnos.

II. CONOCIMIENTO

1. Cuando oís la palabra Smartphone ¿qué asociaciones hacéis: conceptuales, operativas, emocionales...? (utilizar los adjetivos o términos que consideréis oportuno).
2. ¿Cómo valoráis vuestro conocimiento general sobre los Smartphones?
3. ¿Sabéis descargar aplicaciones?
 - ¿Qué tipo de aplicaciones tenéis descargadas a día de hoy?
 - ¿Conocéis aplicaciones útiles para la docencia e investigación?

¿Cuáles? ¿Cómo las habéis conocido?

III. USO

1. ¿En qué contextos usáis más el Smartphone? Aludiendo sólo a contextos profesionales ¿En cuáles? (Despacho, aula, seminarios, etc.)
2. ¿Con qué finalidad usáis el Smartphone en el contexto laboral? (Comunicación con compañeros, gestión, organización, enseñanza, etc.)
3. Si en alguna ocasión habéis propuesto a vuestros alumnos el uso del Smartphone en un proceso de enseñanza-aprendizaje-evaluación, explícanos con qué metodologías, temporalización, actividad, etc.
4. ¿Qué problemas cotidianos de vuestro trabajo podéis resolver o gestionar mediante funciones del Smartphone?
5. De las funciones que te permite realizar el Smartphone ¿Cuál/es es/son las que mejor valoráis? ¿Y las que peor? ¿Por qué?

IV. IMPORTANCIA

1. ¿Para cuáles de las siguientes actividades consideráis importante el uso del Smartphone: docencia, investigación, gestión y organización, ¿comunicación? ¿Por qué?
2. Argumentar porqué podría ser importante que la universidad dotase de medios y recursos para el uso de los Smartphone en las aulas universitarias. En caso afirmativo ¿Qué acciones se podrían emprender?
3. Si un día llegáis al trabajo y os dais cuenta de que os habéis dejado el Smartphone en casa ¿Qué sensaciones os genera? ¿Cómo reaccionáis?

V. BENEFICIOS Y DIFICULTADES DE LA INTRODUCCIÓN DEL SMARTPHONE EN PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE-EVALUACIÓN

1. ¿Qué beneficios y dificultades encontráis en la introducción del

Smartphone en el proceso de enseñanza-aprendizaje-evaluación para los alumnos universitarios? ¿Y para los profesores?

2. Si habéis tenido experiencias específicas de introducción del Smartphone en el aula: ¿Qué beneficios y dificultades habéis constatado por parte de los alumnos? ¿Y por vuestra parte?

VI. FORMACIÓN

1. ¿Cómo ha sido vuestra experiencia de aprendizaje en el uso del Smartphone? (manuales, cursos, otros usuarios, etc.)
2. ¿Os gustaría recibir una formación específica sobre cómo sacar provecho al Smartphone para la docencia e investigación? En ese caso ¿Qué os gustaría aprender? ¿Cómo os gustaría que se planteara esa formación?

VII. APLICACIONES ESPECÍFICAS

- ¿Qué aplicaciones conocéis y cuáles usáis de los siguientes apartados?
 - Comunicación
 - Gestión y organización
 - Enseñanza-aprendizaje-evaluación
- ¿Cómo valoras las posibilidades que ofrecen dichas aplicaciones?

RECAPITULACIÓN FINAL

Al finalizar se realiza un breve resumen de los principales temas que se han abordado y se da la posibilidad de que los participantes maticen o amplíen lo que consideren oportuno.

Anexo 2. Plantilla de valoración por juicio de expertos de los guiones semiestructurados de preguntas para los grupos de discusión.

Por favor responda cualitativamente a cada una de las preguntas que se presentan a continuación.

1. ¿Cuál es su opinión sobre la división de las preguntas en torno a los grandes conceptos de cada bloque?
 2. ¿Cuál es su opinión respecto al número y orden de las preguntas?
 3. ¿Cuál es su opinión respecto a la redacción de las preguntas?
¿Modificaría la redacción de alguna?
 4. ¿Considera que las preguntas seleccionadas permiten recoger información relevante sobre la temática?
 5. ¿Cuál es su valoración general sobre los guiones de preguntas presentados?
- Otras sugerencias de mejora:
 - Observaciones y recomendaciones:
 - Gracias por su valioso aporte a nuestra investigación

Proceso de Validación de Instrumentos en Investigación Cualitativa:

Guiones Semiestructurados para Grupos de Discusión

La validación de instrumentos en la investigación cualitativa, particularmente en el diseño de guiones semiestructurados para grupos de discusión, es fundamental para garantizar la calidad, relevancia y confiabilidad de los datos recolectados (Torlig et al., 2022). Este proceso asegura que las preguntas sean adecuadas para explorar los constructos de interés y que los resultados sean significativos para responder a los objetivos de la investigación. A continuación, se presenta un análisis detallado sobre cómo optimizar un instrumento de validación basado en el juicio de expertos, estructurado en torno a cinco preguntas clave y complementado con sugerencias prácticas y observaciones metodológicas.

1. Evaluación de la División de Preguntas en Bloques

Conceptuales.

La estructura de los bloques temáticos debe estar claramente definida y alineada con los objetivos de la investigación para facilitar una discusión coherente y significativa. Según Crowley et al. (2019), la organización temática de los guiones para grupos focales debe ser lógica y clara para promover un flujo natural en las respuestas de los participantes. Los expertos deben evaluar si las preguntas dentro de cada bloque se corresponden directamente con el constructo asignado y si las transiciones entre bloques son fluidas, evitando redundancias o ambigüedades. Este proceso implica revisar la pertinencia conceptual

de cada bloque y asegurar que la progresión temática fomente una discusión estructurada y profunda. Por ejemplo, un bloque inicial podría centrarse en conceptos introductorios, mientras que los siguientes abordan aspectos más específicos o complejos, guiando a los participantes de lo general a lo particular.

2. Análisis del Número y Orden de las Preguntas.

El número de preguntas debe ser suficiente para cubrir los aspectos clave del constructo sin saturar a los participantes, evitando la fatiga cognitiva. Nguyen et al. (2023) destacan la importancia de equilibrar la exhaustividad con la brevedad para mantener el compromiso de los participantes en instrumentos cualitativos. El orden de las preguntas debe seguir una secuencia lógica que facilite la comprensión y el desarrollo progresivo de la discusión, comenzando con preguntas amplias que establezcan el contexto y avanzando hacia cuestiones más específicas (Traore et al., 2022). Los expertos pueden evaluar si el número de preguntas es adecuado para cada bloque y si el orden promueve un diálogo natural y coherente. Para ello, se recomienda realizar entrevistas semiestructuradas con expertos o pruebas piloto para identificar posibles ajustes en la cantidad o disposición de las preguntas, asegurando que cubran el alcance del tema sin generar redundancia.

3. Revisión de la Redacción de las Preguntas

La redacción de las preguntas debe ser clara, precisa y libre de ambigüedades para garantizar que los participantes las interpreten

correctamente. Las preguntas abiertas son esenciales en los guiones semiestructurados, ya que permiten respuestas detalladas y ricas en matices, minimizando sesgos (Morlock et al., 2017). Las entrevistas cognitivas, recomendadas por Morlock et al. (2017), son una herramienta efectiva para verificar la comprensibilidad y relevancia de las preguntas, asegurando que sean accesibles para la población objetivo. Los expertos deben revisar cada pregunta para identificar términos ambiguos, jerga técnica o formulaciones que puedan inducir respuestas sesgadas. Por ejemplo, en lugar de preguntar "¿Qué opina sobre el uso de tecnología?", una redacción mejorada sería "¿Cómo describe su experiencia al integrar tecnología en sus prácticas laborales?", lo que fomenta respuestas más reflexivas y contextualizadas.

4. Pertinencia de las Preguntas para Recolectar Información

Relevante

Las preguntas deben estar diseñadas para extraer información directamente relacionada con los objetivos de la investigación, asegurando que el instrumento capture el constructo de interés de manera adecuada. La validación de contenido, como señala Brown et al. (2018), implica confirmar que las preguntas cubren todos los aspectos relevantes del tema y que los datos obtenidos permiten responder a las preguntas de investigación. Los expertos deben evaluar si el conjunto de preguntas aborda exhaustivamente los constructos definidos y si cada pregunta contribuye a generar información valiosa.

Este proceso puede complementarse con técnicas como el análisis de validez de contenido mediante índices cuantitativos (e.g., Content Validity Index) o revisiones cualitativas para garantizar la alineación con los objetivos del estudio (Caro-Bautista et al., 2014).

5. Valoración Global del Guion de Preguntas

La evaluación global del guion debe integrar las observaciones sobre la estructura, número, orden y redacción de las preguntas, destacando fortalezas y áreas de mejora. Los expertos pueden proporcionar una síntesis de la pertinencia, claridad y utilidad del instrumento, identificando si cumple con los estándares de calidad para la investigación cualitativa. Esta valoración debe considerar la capacidad del guion para generar datos ricos y relevantes, así como su adaptabilidad al contexto de los grupos de discusión. Una retroalimentación estructurada, basada en criterios predefinidos, facilita la identificación de aspectos específicos que requieran ajustes (Luo et al., 2025).

Sugerencias para la Mejora del Instrumento

- **Adaptación Contextual:** Ajustar las preguntas al contexto sociocultural y las características de los participantes (e.g., nivel educativo, experiencia previa), asegurando que sean relevantes y accesibles.
- **Prueba Piloto:** Realizar una prueba piloto con un grupo reducido de participantes para evaluar la funcionalidad del guion en un entorno real, identificando problemas de comprensión, tiempo o dinámica

grupal antes de la implementación definitiva.

- **Uso de Técnicas Complementarias:** Aplicar métodos como el análisis de validez aparente (face validity) o entrevistas cognitivas para refinar la redacción y estructura del guion, asegurando su adecuación al propósito de la investigación.

Observaciones y Recomendaciones Metodológicas

- **Documentación Exhaustiva:** Registrar detalladamente cada etapa del proceso de validación, incluyendo las opiniones de los expertos, las modificaciones realizadas y las justificaciones correspondientes. Esto fortalece la transparencia y replicabilidad del estudio.
- **Diversidad de Expertos:** Incluir expertos con diferentes trayectorias (e.g., metodólogos, especialistas en el tema, facilitadores de grupos focales) para obtener perspectivas complementarias que enriquezcan la validación.
- **Iteración Continua:** Implementar un proceso iterativo de revisión y ajuste del instrumento, incorporando retroalimentación de pruebas piloto y hallazgos preliminares para adaptarlo a las necesidades emergentes.
- **Uso de Criterios Estandarizados:** Emplear herramientas como listas de verificación (checklists) o índices de validez de contenido para sistematizar la evaluación de los expertos, asegurando una revisión rigurosa y objetiva.

El proceso de validación de guiones semiestructurados para grupos de discusión en investigación cualitativa requiere un enfoque sistemático y

riguroso basado en el juicio de expertos. La revisión exhaustiva de la estructura, redacción y pertinencia de las preguntas, junto con pruebas piloto y ajustes iterativos, garantiza que el instrumento sea robusto y capaz de generar datos relevantes y confiables. Este proceso no solo mejora la calidad de los datos recolectados, sino que también contribuye a la validez y credibilidad de los resultados de la investigación (Torlig et al., 2022; Luo et al., 2025).

Ver Anexo 1 para más detalle

Bibliografía

- Abad Varas, P. M. (2020). La investigación cualitativa en las ciencias sociales: Una aproximación conceptual. *Sapientia Technological*, 1(1), 13.
- Aday, L. A., & Cornelius, L. J. (2006). *Designing and conducting health surveys: A comprehensive guide* (3rd ed.). Jossey-Bass.
- Aguilar, M. J. (2019). *Metodología de encuestas y sondeos: Fundamentos y aplicaciones*. Editorial UOC.
- Aiken, L. R. (2003). *Psychological testing and assessment* (11th ed.). Allyn & Bacon.
- Ali-Zade, A. (2020). Qualitative approaches in social research: A contextual perspective. *Journal of Social Inquiry*, 15(3), 45-60.
- Almeida, F., Santos, J., & Costa, M. (2024). Enhancing instrument validation through qualitative methods: A mixed-methods approach. *Social Science Research*, 88, 102-115.
- Angrosino, M. (2007). *Doing ethnographic and observational research*. SAGE Publications.
- Ansari, M. (2024). Decolonizing knowledge: A critical perspective on power and epistemology. *Journal of Decolonial Studies*, 5(1), 23-40.
- Ardaniyati, N., Suharto, R. B., & Nurhayati, S. (2019). Theoretical sampling in grounded theory: A practical guide. *Qualitative Research Journal*, 19(3), 201-215.
- Asfoor, H., Al-Mutairi, S., & Khan, M. (2024). Integrating qualitative and

quantitative methods for robust social research: Applications in organizational studies. *Journal of Business and Management Studies*, 22(1), 78-92.

Aulyah, R., Santoso, A., & Wibowo, S. (2025). Snowball sampling in poverty mitigation research: A study in North Luwu. *Journal of Community Development*, 15(2), 78-92.

Ávila Baray, L. A. (2021). *Diseño y validación de instrumentos de medición*. Trillas.

Ayre, C., & Scally, A. J. (2014). Critical values for Lawshe's content validity ratio: Revisiting the original methods of calculation. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 47(1), 79-86. <https://doi.org/10.1177/0748175613513808>

Banerjee, S. B. (2008). Corporate social responsibility: The good, the bad and the ugly. *Critical Sociology*, 34(1), 51-79. <https://doi.org/10.1177/0896920507084623>

Bardin, L. (2011). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal.

Bazeley, P. (2020). Using qualitative data analysis software to uncover resilience in small businesses. *Qualitative Research*, 20(5), 654-670.

Bergold, J., & Thomas, S. (2012). Participatory research methods: A methodological approach in motion. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 13(1), Article 30. <https://doi.org/10.17169/fqs-13.1.1801>

Bericat, E. (2021). *La medición en las ciencias sociales: Teoría y práctica*

de los indicadores. Alianza Editorial.

- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
- Bogopane, L. P. (2013). The value of qualitative methods in understanding social phenomena. *African Journal of Social Sciences*, 3(2), 112-125.
- Bolaños Garita, R. (2016). La investigación cualitativa en las ciencias de la administración: Aproximaciones teórico-metodológicas. *Revista Nacional de Administración*, 8(1). <https://doi.org/10.22458/rna.v8i1.1618>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2018). *Doing interviews* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research* (2nd ed.). Guilford Press.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (3rd ed.). Routledge.
- Cabrero Mendoza, E., & Arellano Gault, D. (2020). Gobernanza local en América Latina: Problemas, potencialidades y retos. *Revista*

Gestión y Política Pública, 29(1), 3-31.

- Caro-Bautista, J., Martín-Santos, F. J., & Morales-Asencio, J. M. (2014). Systematic review of the psychometric properties of instruments to measure quality of life in elderly populations. *International Journal of Nursing Studies*, 51(6), 913-923. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2013.10.010>
- Carolina, M., & Quintana, L. (2022). Collective action and decolonial knowledge in rural Colombia. *Latin American Perspectives*, 49(2), 112-130.
- CEPAL. (2024). *CEPALSTAT: Sistema de bases de datos y publicaciones estadísticas* [Dataset]. <https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/index.html?lang=es>
- Chambers, R. (2008). *Revolución en la práctica: Repensando el desarrollo participativo*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Chang, J., & Smith, R. (2023). Beyond metrics: The role of qualitative research in social and business studies. *Qualitative Research Journal*, 23(4), 301-317.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Chevalier, J. M., & Buckles, D. J. (2019). *Participatory action research: Theory and methods for engaged inquiry* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351033268>
- Clandinin, D. J., & Connelly, F. M. (2000). *Narrative inquiry: Experience*

and story in qualitative research. Jossey-Bass.

- Coghlan, D., & Shani, A. B. (2016). Action research in business and management: A reflective review. *Action Research*, 14(4), 423-430. <https://doi.org/10.1177/1476750319852147>
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2017). *Research methods in education* (8th ed.). Routledge.
- Comte, A. (1854). *The positive philosophy of Auguste Comte*. Calvin Blanchard.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2021). Designing and conducting mixed methods research in technology firms. *Journal of Mixed Methods Research*, 15(3), 321-340. <https://doi.org/10.1177/1558689820960123>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Crowley, J. E., High, A. C., & Thomas, L. J. (2019). Developing focus group research: Politics, theory, and practice. *Qualitative Research*, 19(4), 389-406.

- De Vaus, D. (2014). *Surveys in social research* (6th ed.). Routledge.
- Del Fresno, M. (2011). *Netnografía: Investigación, análisis e intervención social*. Editorial UOC.
- Denscombe, M. (2024). *The good research guide: For small-scale social research projects* (7th ed.). Open University Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications* (5th ed.). SAGE Publications.
- Di Vaio, A., Palladino, R., & Hassan, R. (2020). How do stakeholders influence corporate social and environmental disclosure policies? Evidence from a longitudinal case study. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2463-2474. <https://doi.org/10.1002/bse.2511>
- Douglas, J. (2022). Purposeful sampling in qualitative research: Strategies and applications. *Qualitative Research Journal*, 22(3), 245-260.
- Duarte Sánchez, D. D., & Guerrero Barreto, R. (2024). Métodos y técnicas en investigación cualitativa: Una revisión integral en ciencias sociales. *Revista de la Sociedad Científica del Paraguay*, 29(2), 90-102.
- Durkheim, É. (1895). *Las reglas del método sociológico*. Ediciones Akal.
- EBSCO. (2024). *SocINDEX with Full Text* [Dataset]. <https://www.ebsco.com/products/research-databases/socindex>
- Ellard-Gray, A., Jeffrey, N. K., Choubak, M., & Crann, S. E. (2015). Finding the hidden participant: Solutions for recruiting hidden,

hard-to-reach, and vulnerable populations. *International Journal of Qualitative Methods*, 14(5), 1-10.
<https://doi.org/10.1177/1609406915621420>

Epitropaki, O. (2012). Advances in implicit leadership theories: A multilevel perspective. *The Leadership Quarterly*, 23(4), 646-661.
<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2012.03.003>

Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, 6(1), 27-36.

Eubanks, V. (2018). *Automating inequality: How high-tech tools profile, police, and punish the poor*. St. Martin's Press.

Ewuoso, C. (2023). Decolonization and the risk of re-colonization: A critical reflection. *Postcolonial Studies*, 26(3), 301-318.

Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4(3), 272-299.
<https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.3.272>

Fals Borda, O. (1987). The application of participatory action-research in Latin America. *International Sociology*, 2(4), 329-347.
<https://doi.org/10.1177/026858098700200401>

Fernández, C., Morales, J., & Rivera, F. (2022). Transformación digital y cambio cultural en empresas latinoamericanas: Un estudio con grupos focales. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(3), 154-170.

Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). SAGE

Publications.

- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI.
- Frenkel, M. (2008). The multinational corporation as a third space: Rethinking international management discourse on knowledge transfer through Homi Bhabha. *Academy of Management Review*, 33(4), 924-942.
- Gadamer, H.-G. (2004). *Truth and method* (2nd ed.). Continuum.
- García González, V. M., González Santos, M. M., Ortega Arcos, W. E., & Guarnizo Delgado, J. B. (2018). Investigación cualitativa en el área de las ciencias sociales. *RECIAMUC*, 2(3), 335-348. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.\(3\).septiembre.2018.335-348](https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.(3).septiembre.2018.335-348)
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. Basic Books.
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31. <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine.
- Gone, J. P. (2021). Decolonization as a social justice framework for Indigenous community research. *American Journal of Community Psychology*, 67(1-2), 76-90. <https://doi.org/10.1002/ajcp.12487>
- González-Gil, T., Martín-Padilla, P., & Martín-García, A. V. (2020). Evaluación de la validez de contenido mediante juicio de expertos.

Revista de Investigación Educativa, 38(1), 205-224.

González-Pizarro, M., & Bonilla, E. (2022). Estrategias de branding digital en Instagram: Un estudio de caso. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 40(1), 78-92.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.6629183>

Grindle, M. S. (2012). *Jobs for the boys: Patronage and the state in comparative perspective*. Harvard University.

Groves, R. M., Fowler, F. J., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E., & Tourangeau, R. (2009). *Survey methodology* (2nd ed.). Wiley.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. SAGE.

Guetterman, T. C. (2020). Sampling in qualitative research: Rationale, issues, and methods. En *Analyzing and interpreting qualitative research: After the interview* (pp. 35-50).

Gummesson, E. (2006). Qualitative research in management: Addressing complexity, context, and persons. *Management Decision*, 44(2), 167-179. <https://doi.org/10.1108/00251740610650175>

Guo, J. (2023). Financial management practices in small and medium enterprises: A qualitative perspective. *Journal of Business and Management Studies*, 19(2), 45-60.

Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Beacon Press.

Hading, A., & Purnamawati, I. G. A. (2023). Convenience sampling in exploratory studies: Advantages and limitations. *Journal of Research Methods*, 10(4), 112-125.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hall, B. L., & Tandon, R. (2017). Decolonization of knowledge, epistemicide, participatory research and higher education. *Research for All*, 1(1), 6-19. <https://doi.org/10.18546/RFA.01.1.02>
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in practice* (4th ed.). Routledge.
- Hanson-DeFusco, J., Lee, S., & Kim, H. (2023). Cultural resonance in survey design: Qualitative approaches to item generation. *International Journal of Qualitative Methods*, 22, 1-12.
- Haynes, S. N., Richard, D. C. S., & Kubany, E. S. (1995). Content validity in psychological assessment: A functional approach to concepts and methods. *Psychological Assessment*, 7(3), 238-247.
- Helmke, G., & Levitsky, S. (2004). Informal institutions and comparative politics: A research agenda. *Perspectives on Politics*, 2(4), 725-740. <https://doi.org/10.1017/S1537592704040472>
- Herber, O. R., Bucker, B., & Metzendorf, M. I. (2018). A qualitative meta-summary of facilitators and barriers to self-care in patients with heart failure. *Qualitative Health Research*, 28(11), 1745-1760.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2022). *Metodología de la investigación* (7.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Higginbottom, G. M. A. (2004). Sampling issues in qualitative research. *Nurse Researcher*, 12(1), 7-19.

<https://doi.org/10.7748/nr2004.07.12.1.7.c5927>

- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Publishing.
- Housley, W., Edwards, A., & Fitzgerald, R. (2012). *Qualitative data analysis: Practical strategies for social research*. SAGE Publications.
- Huberman, A. M., & Miles, M. B. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- ICPSR. (2024). *Inter-university Consortium for Political and Social Research* [Dataset]. <https://www.icpsr.umich.edu/web/pages/>
- Intan, S. S., & Dedu, V. (2024). Consumer perceptions of digital marketing strategies: A qualitative study on WhatsApp Business. *Journal of Digital Marketing Research*, 10(1), 78-92.
- Iqani, M. (2016). *Consumption, media and culture in South Africa: Perspectives on freedom and the public*. Routledge.
- Jaramillo Vélez, A. G., Aguas Compaired, M., Granados Plaza, M., Mariño, E. L., & Modamio, P. (2023). Design and validation of 2 instruments to analyze and evaluate the formal quality in the informed consent process of clinical trials with medicinal products. *Farmacia Hospitalaria*, 47(2), 64-68.
<https://doi.org/10.1016/j.farma.2022.11.004>
- João, M. (2023). Decolonial literature and environmental justice: A case study of Indigenous communities in Brazil. *Environmental Humanities*, 15(2), 45-60.

- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. En *Handbook of personality: Theory and research* (Vol. 2, pp. 102-138).
- Juliet, A. (2025). Epistemicide and the struggle for knowledge justice. *Global Social Challenges Journal*, 2(1), 15-30.
- Karhu, P., & Ritala, P. (2021). Business model innovation in the digital age: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 125, 634-644. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.018>
- Khan, M. A., Rehman, S., & Ali, R. (2024). Designing reliable measurement instruments: Best practices for social and business research. *Journal of Applied Research*, 19(2), 34-49. <https://doi.org/10.1016/j.jare.2023.11.003>
- Khoa, B. T., Nguyen, H. M., & Tran, T. D. (2023). Data quality in social and business research: Challenges and solutions. *Journal of Social and Business Research*, 17(1), 23-38.
- Kincheloe, J. L., & McLaren, P. (2005). Rethinking critical theory and qualitative research. En *The SAGE handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 303-342).
- Kivalahula-Uddin, H. (2021). Culturally responsive phenomenology: Research with Indigenous elders. *Qualitative Inquiry*, 27(5), 512-525.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Kozinets, R. V., Patterson, A., & Ashman, R. (2022). Netnography in the

digital age: Understanding consumer communities on Twitter. *Journal of Consumer Research*, 48(4), 611-629.

Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus groups: A practical guide for applied research* (5th ed.). SAGE Publications.

Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. University of Chicago Press.

Lathiifah, A., & Kautsar, A. (2022). Quota sampling in qualitative research: Ensuring diversity. *Journal of Qualitative Methods*, 21, 1-15.

Lee, S., & Guénard, J. (2019). Convenience sampling in qualitative research: A review of the literature. *Qualitative Research in Psychology*, 16(2), 145-160.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: Una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>

López-García, P., Hernández, J., & Ríos, S. (2022). Estabilidad de un instrumento sobre liderazgo transformacional en contextos universitarios. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 25(2), 55-71.

Luo, Y., Li, Z., & Wang, J. (2025). Advances in qualitative instrument validation: A systematic review of iterative approaches. *Journal of Qualitative Research Methods*, 12(1), 45-60.

- Lyotard, J.-F. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge*. University of Minnesota Press.
- MacDonald, C. (2012). Understanding participatory action research: A qualitative research methodology option. *The Canadian Journal of Action Research*, 13(2), 34-50. <https://doi.org/10.33524/cjar.v13i2.37>
- Maggetti, M., Radaelli, C. M., & Gilardi, F. (2013). *Designing research in the social sciences*. SAGE Publications.
- Marín Salamero, M. (2020). *La entrevista etnográfica*. FUOC.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6), 522-525. <https://doi.org/10.1093/fampra/13.6.522>
- Martínez, A., & Torres, E. (2023). Análisis crítico del discurso de RSE en empresas extractivas del sur del Perú. *Revista Peruana de Investigación Empresarial*, 15(2), 45-63.
- Mayanja, J. (2021). Decolonizing qualitative research: A practical guide. *Qualitative Research Journal*, 21(3), 245-260.
- Meighan, P. J. (2022). Decolonizing the interview: A critical analysis of cross-cultural interview practices. *International Journal of Qualitative Methods*, 21, 1-12.
- Mejía Navarrete, J. (2000). Técnicas cualitativas de investigación en las ciencias sociales. *Investigación Educativa*, 4(7).
- Mejía Navarrete, J. (2014). Sobre la investigación cualitativa: Nuevos conceptos y campos de desarrollo. *Investigaciones Sociales*, 8(13). <https://doi.org/10.15381/is.v8i13.6928>

- Merino, C., & Livia, J. (2009). La validez y confiabilidad del puntaje de los instrumentos en las investigaciones en psicología: Un análisis basado en la teoría de respuesta al ítem. *Liberabit*, 15(1), 59-66.
- Merriam, S. B. (2022). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (5th ed.). Jossey-Bass.
- Mertler, C. A. (2020). *The Wiley handbook of action research in education*. Wiley.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Mintzberg, H. (1973). *The nature of managerial work*. Harper & Row.
- Mohajan, H. K. (2018). Qualitative research methodology in social sciences and related subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23-48.
<https://doi.org/10.26458/jedep.v7i1.571>
- Morlock, R. J., Kelley, C. L., & Patterson, N. (2017). Cognitive interviewing in the evaluation of survey questions: A systematic approach. *Field Methods*, 29(3), 235-250.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. SAGE Publications.
- Muñiz, J. (2018). *Psicometría*. Editorial Síntesis.
- Myers, M. D. (2020). *Qualitative research in business and management* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Netemeyer, R. G., Bearden, W. O., & Sharma, S. (2003). *Scaling procedures: Issues and applications*. Sage Publications.

- Neuman, W. L. (2000). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (4th ed.). Allyn and Bacon.
- Nevo, B. (1985). Face validity revisited. *Journal of Educational Measurement*, 22(4), 287-293.
- Ngaruiya, N., Orlale, R., & Wamalwa, L. (2024). Decolonizing knowledge in African universities: Challenges and opportunities. *Journal of Higher Education in Africa*, 22(1), 89-105.
- Nguyen, T. H., Smith, R., & Lee, J. (2023). Designing effective questionnaires for qualitative research: Balancing depth and brevity. *Qualitative Inquiry*, 29(2), 178-190.
- Niazi, M., & Khan, A. (2024). Advancing social research through mixed methods: A focus on contextual understanding. *International Journal of Social Research Methodology*, 27(3), 245-260.
- Nielsen, M. (2021). Census and Empire: The political significance of population counting in antiquity. *Journal of Ancient Civilizations*, 36(2), 143-161.
- Nikolaevna, N. S. (2024). Strategic communication in corporate settings: A qualitative analysis of stakeholder engagement. *International Journal of Business Communication*, 61(3), 301-318.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1-13.
<https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Olivares, S., Gil, F., & Maturana, C. (2008). Clima organizacional y

satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (instituciones públicas): Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. *Universum*, 23(2), 143-157.

Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2005). On becoming a pragmatic researcher: The importance of combining quantitative and qualitative research methodologies. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(5), 375-387.
<https://doi.org/10.1080/13645570500402447>

Organización Mundial de la Salud. (2022). *Evaluating the impact of the COVID-19 pandemic on mental health*.
<https://www.who.int/publications/i/item/9789240054327>

Otolaiye, V. O., Abdulkareem, S. B., & Olayiwola, J. O. (2021). Statistical approaches to instrument validation in social sciences: A review. *African Journal of Social Research*, 6(4), 89-104.
<https://doi.org/10.1016/j.ajsr.2021.02.009>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Patrício, A. C. F. A., da Silva, R. A. R., Pereira, I. L., Silva, L. M., de Lima, M. A., Leite, M. A. P., Brasil, M. H. F., & Souza, S. V. O. (2022). Instrument validity: HIV and other sexually transmitted infections in homeless people. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 75(6), Article e20210863. <https://doi.org/10.1590/0034-7167-2021-0863>

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.).

SAGE.

- Pérez, L. (2022). Historia de la estadística: De los censos imperiales a la inferencia moderna. *Revista de Ciencias Sociales*, 19(1), 55-68.
- Phillippi, J., & Lauderdale, J. (2017). A guide to field notes for qualitative research: Context and conversation. *Qualitative Health Research*, 27(3), 381-388. <https://doi.org/10.1177/1049732317697102>
- Pimentel, C., & Menezes, I. (2022). Decolonizing higher education: A case study from Portugal. *European Journal of Education*, 57(2), 201-215. <https://doi.org/10.1111/ejed.12456>
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2021). *Nursing research: Generating and assessing evidence for nursing practice* (11th ed.). Wolters Kluwer.
- Porter, T. M. (2008). *The rise of statistical thinking, 1820–1900*. Princeton University Press.
- Pretty, J. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247-1263. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00046-F](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F)
- ProQuest. (2024). *ProQuest Dissertations & Theses Global* [Dataset]. <https://about.proquest.com/en/products-services/pqdtglobal/>
- Puri, G. (2023). Participatory action research in social sciences and education. *Journal of NELTA Gandaki (JoNG)*, 6(1–2), 66-77. <https://doi.org/10.3126/jong.v6i1-2.59713>
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78. <https://doi.org/10.1353/jod.1995.0002>

- Ramadhana, M. A., & Pradana, G. W. (2024). Purposive sampling in qualitative research: A case study of Instagram followers. *Journal of Social Media Studies*, 12(1), 45-60.
- Rappaport, J. (2020). Participatory qualitative research for social change. *American Journal of Community Psychology*, 66(1-2), 45-57. <https://doi.org/10.1002/ajcp.12432>
- Reason, P., & Bradbury, H. (2015). *The SAGE handbook of action research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Reed, J., Payton, V. R., & Bond, S. (1996). Theoretical sampling in grounded theory: Practical considerations. *Qualitative Health Research*, 6(3), 413-428. <https://doi.org/10.1177/104973239600600308>
- Reidl-Martínez, L. M. (2013). Confiabilidad en la medición. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 15(2), 129-144.
- Riessman, C. K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. Sage Publications.
- Rio, R., & Armanu, A. (2024). Organizational culture and employee performance: A qualitative study in multinational corporations. *Journal of Organizational Behavior Research*, 9(1), 112-128.
- Rivera-Cusicanqui, S. (2012). Ch'ixinakax utxiwa: A reflection on the practices and discourses of decolonization. *South Atlantic Quarterly*, 111(1), 95-109. <https://doi.org/10.1215/00382876-1472612>
- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1996). *Metodología de la investigación*

cualitativa. Aljibe.

- Rodríguez, R., Gil, M., & Fernández, A. (2021). Historias de vida de emprendedores rurales en los Andes peruanos. *Revista Andina de Estudios Sociales*, 12(1), 33-56.
- Rodríguez, S. (2019). El origen de los censos: Control y administración en el Antiguo Egipto. *Cuadernos de Historia Antigua*, 27(1), 33-48.
- Romero, F., & Gutiérrez, L. (2020). Adaptación del Cuestionario de Satisfacción Laboral de Warr, Cook y Wall al contexto empresarial peruano. *Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 36(2), 85-92.
- Romero, J. T., Aguilar, J. E., & Domínguez, M. Á. (2020). Las escuelas de pensamiento sobre la empresa social en México: Análisis cualitativo. *Contaduría y Administración*, 65(1), 1-20.
- Roulston, K., & Shelton, S. A. (2015). Reconceptualizing bias in qualitative research: Reflections on theory and practice. *Qualitative Inquiry*, 21(4), 332-343.
- Rubiano-Lizarazo, M. J. (2023). *Manual práctico de métodos cualitativos: Reflexiones para investigadores en terreno desconocido*. Editorial Universidad del Rosario.
- Rudling, E., Rudling, E., & Rudling, E. (2024). Collaborative research across the North-South divide: A decolonial perspective. *Development in Practice*, 34(2), 112-125.
- Sade-Beck, L. (2004). Internet ethnography: Online and offline fieldwork.

International Journal of Qualitative Methods, 3(2), 45-60.

<https://doi.org/10.1177/160940690400300204>

Salas, C., & Castro, M. (2021). Adaptación del Cuestionario de Clima Laboral de Litwin y Stringer al contexto universitario. *Revista de Ciencias Empresariales*, 9(1), 23-36.

Salas, C., Gutiérrez, F., & Poma, J. (2022). Validación de un instrumento sobre competencias digitales docentes en universidades del sur del Perú. *Educación y Sociedad*, 43(3), 115-134.

Salcines-Talledo, I., González-Fernández, N., Díaz-Herrera, L., & Area-Moreira, M. (2022). Smartphones en educación superior: Estudio cualitativo longitudinal. *Comunicar*, 30(72), 115-127.
<https://doi.org/10.3916/C72-2022-09>

Saldaña, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). Sage Publications.

Saraswati, P. (2025). Trends and challenges in qualitative research: A comprehensive review. *Mathews Journal of Nursing*, 7(1), 57.

Sarvestani, A. S., Taheri, F., & Moghadam, M. (2024). Uncovering hidden dimensions in social research: The role of qualitative methods. *Qualitative Sociology Review*, 20(2), 56-72.
<https://doi.org/10.18778/1733-8077.20.2.04>

Schütz, A. (1962). *Collected papers I: The problem of social reality*. Martinus Nijhoff.

Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4th ed.). SAGE Publications.

- Seats, M. (2020). Decolonizing the curriculum: A case study from New Zealand. *Higher Education Research & Development*, 39(4), 678-692. <https://doi.org/10.1080/07294360.2019.1676200>
- Seth, N., Deshmukh, S. G., & Vrat, P. (2005). Service quality models: A review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913-949.
- Sharp, J. L., & Munly, K. (2022). Thematic analysis in qualitative business research: A methodological guide. *Qualitative Research in Organizations and Management*, 17(2), 145-162.
- Sierra Bravo, R. (2021). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios prácticos*. Paraninfo.
- Smith, L. T. (2012). *Decolonizing methodologies: Research and Indigenous peoples* (2nd ed.). Zed Books.
- Stake, R. E. (2005). Qualitative case studies. En *The SAGE handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 443-466).
- Streiner, D. L., Norman, G. R., & Cairney, J. (2015). *Health measurement scales: A practical guide to their development and use* (5th ed.). Oxford University Press.
- Suri, H. (2011). Purposeful sampling in qualitative research synthesis. *Qualitative Research Journal*, 11(2), 63-75. <https://doi.org/10.3316/QRJ1102063>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed.). Pearson.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha.

International Journal of Medical Education, 2, 53-55.
<https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>

Torlig, E. M., Jensen, R., & Hansen, K. (2022). Validation of qualitative research instruments: A framework for focus group guides. *Qualitative Research Journal*, 22(3), 321-335.

Traore, A., Diallo, M., & Sow, F. (2022). Developing semi-structured interview guides: A participatory approach for qualitative research. *African Journal of Social Research*, 8(2), 112-125.
<https://doi.org/10.1016/j.ajsr.2022.01.003>

Unknown. (2023). Decolonization and the Global South: A critical review. *Postcolonial Studies*, 26(1), 1-15.

Urrea-Monclús, A., Rodríguez-Pérez, S., Sala-Roca, J., & Zárata-Alva, N. E. (2021). Psychoeducational instruments for socio-pedagogical intervention: Validation of criteria employed in the situational test for socio-emotional competence development among young people (DCSE-J). *Pedagogía Social*, 37, 55-68.
https://doi.org/10.7179/PSRI_2021.37.03

Üsdiken, B., & Pasadeos, Y. (1995). Organizational analysis in North America and Europe: A comparison of co-citation networks. *Organization Studies*, 16(3), 503-526.
<https://doi.org/10.1177/017084069501600307>

Villasís-Keever, M. Á., Pacheco-Domínguez, R. L., & Rendón-Macías, M. E. (2018). El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones. *Revista Médica del Hospital General de México*,

81(4), 214-220.

- Wang, Y. (2024). Technology adoption in organizations: A qualitative case study approach. *Journal of Innovation Management*, 12(1), 56-72.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberspace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00309>
- Willig, C., & Rogers, W. S. (2017). *The SAGE handbook of qualitative research in psychology*. SAGE Publications.
- World Bank. (2023a). *Microdata Library* [Dataset]. <https://microdata.worldbank.org/>
- World Bank. (2023b). *World Bank Open Data* [Dataset]. <https://data.worldbank.org/>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Ying, X. H., Zhang, L., & Wang, Y. (2004). Sampling strategies in qualitative social research: A Chinese perspective. *Chinese Journal of Sociology*, 24(3), 89-104.
- Yıldırım, A. (2010). *Qualitative research methods in social sciences: A comprehensive guide*. Turkish Journal of Social Research.
- Zeng, H. (2023). Innovation adoption in technology-driven enterprises: A qualitative perspective. *Technology in Society*, 75, Article 102345.
- Zhang, Y., & Feng, X. (2021). Quantitative validation of survey instruments: Methods and challenges. *Social Science Methodology*,

25(3), 112-128.

Zhong, L. (2024). Financial strategy in the digital economy: A qualitative exploration. *Journal of Financial Management*, 20(2), 89-105.

Zhou, X. H., Obuchowski, N. A., & McClish, D. K. (2011). *Statistical methods in diagnostic medicine* (2nd ed.). Wiley.

Zuber-Skerritt, O. (2011). *Action leadership: Towards a participatory paradigm*. Springer.

Autores



Manuel Anchapuri Q.

Licenciado en Administración magister en Contabilidad y Administración, con especialización en Administración y Finanzas, y Doctor en Administración y Contabilidad con Especialización en Big Data Analytics Aplicada a los Negocios, y Gobernabilidad, Gerencia Política y Gestión Pública, así como en Gobernabilidad e Innovación Pública.

<https://orcid.org/0000-0002-0339-2631>

manchapuri@unap.edu.pe



Carlos Fuentes Guizado

Maestro en Gestión Pública, Contador Público Colegio, Bach. Ingeniería de Sistemas e Informática, docente de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, docente de la Universidad Tecnológica de los Andes - Apurímac, Gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Micaela Bastidas, director de Recursos Humanos de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Gerente de Planificación y Presupuesto de la Municipalidad Provincial de Chincheros y asesor de tesis de la Universidad Tecnológica de los Andes de Apurímac de la Escuela Profesional de Contabilidad.

<https://orcid.org/0000-0001-8056-9595>

carlosf115@hotmail.com



Roger Miranda Bellido

Administrador de empresas, con experiencia de gestión en el área comercial, logística, emprendimiento, proyectos, tecnologías; asesor empresarial especialista en gestión, marketing digital, Business Intelligence, inteligencia artificial y docente universitario.

<https://orcid.org/0000-0002-7768-0724>

asesoria@rogermiranda.pe



Roger Freddy Fernandez Burgos

Doctor en Administración, Magister Scientiae en Contabilidad y Administración con mención en Gestión Gubernamental y Desarrollo Empresarial, Licenciado en Administración y Licenciado en Ciencias de Comunicación Social. Profesor en la Facultad de Ciencias Administrativas y Humanas de la Universidad Nacional del Altiplano.

<https://orcid.org/0000-0002-1309-5999>
rfernandezb@unap.edu.pe



Roxana Maritza Alberssi Tisnado

Maestro en Derecho en la mención DERECHO CIVIL Y EMPRESARIAL, Docente de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE MOQUEGUA, Docente en la Escuela de Educación Superior Técnico Profesional de la PNP y ex trabajadora de la CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE PUNO, trabajo con COOPSOL MINERIA Y PETROLEO S.A. y CAMPO MAYOR S.A. en la compañía MINERA MINSUR S.A. con experiencia en Instituciones Públicas y privadas autora del Libro "Las embarcaciones mayores en el Lago Titicaca", coautor del Libro "Diseño y validación de instrumentos de medición: Metodología aplicada a las ciencias empresariales y sociales; público el artículo en revista Q1 "Implications of the Framework Agreement Between Communities and Mining Companies as an Instrument for Social Conflict Management"..

<https://orcid.org/0000-0001-6436-7694>
ralberssit@unam.edu.pe



Ada Luz Flores Ortega

Doctoris Scientiae en Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, Magister Scientiae en Economía mención Proyectos de Inversión, Ingeniero Economista colegiada, Investigadora Concytec, Especialista en Planificación Estratégica y Contrataciones con el Estado.

<https://orcid.org/0000-0003-0565-9720>
adaflores1624@gmail.com



Alberto Catachura Vilca

Doctor en Administración; Magister Scientiae en Gestión y Desarrollo de turismo rural; Licenciado en Turismo; Docente Ordinario de la Universidad Nacional del Altiplano; Líder en Gestión Pública; Reconocido por la Prensa del Perú con pluma de oro

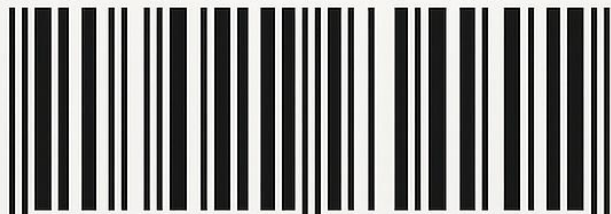
<https://orcid.org/0000-0002-3033-3696>
albertvil66@gmail.com

“Si no conozco una cosa, la investigaré.”

Louis Pasteur



ISBN: 978-612-03-1191-2



9 78661203119112