

METODOLOGÍA DE LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA: ALGUNAS NOCIONES

José Ignacio Galán Zazo, jigalan@usal.es
Universidad de Salamanca

*“Desde los cuatro
puntos cardinales
de nuestro buen planeta
-joven, pese a sus múltiples arrugas-,
miles de inteligencias
poderosas y activas
para ensanchar los caminos de la Ciencia,
tan vastos ya que la razón se pierde
en sus frondas inmensas,
acuden a la cita que el progreso
les da desde su templo de cien puertas”*
Rosalía de Castro

1. INTRODUCCIÓN

Sin duda, el bello poema mostrado por **Rosalía de Castro** para la Ciencia en general hoy en día es perfectamente aplicable al desarrollo alcanzado por la Economía de la Empresa en particular¹. En este sentido, un ejemplo de excelencia en la producción, y de enorme y contrastado influjo en el desarrollo del pensamiento sobre la Economía de la Empresa en general y de su metodología en particular, se encuentra encarnado en la persona y obra del Profesor **Emilio Soldevilla**. Tuve el honor de oírle en algún encuentro o conferencia dentro de nuestra Asociación, en las que como Vicepresidente nos sirvió y honró con tan ejemplar conducta académica y comportamiento ético. Además, tuve el privilegio de poder adentrarme en su pensamiento a través de su magnífica y profunda obra a finales de la década de los 80, cuando como otros muchos profesores universitarios de aquel entonces emprendimos el más que difícil y duro reto de seguir la vida académica. Aquel grupo de profesores tuvimos que elaborar un Proyecto Docente en el que la “parte metodológica” era necesidad obligada, heredada de nuestra hermana mayor, la Teoría Económica, y en donde las citas a los trabajos del Profesor **Soldevilla** eran de naturaleza obligada, por la razón sencilla de que se constituían como los de alcance más profundo por aquel entonces y, me atrevo a decir, sin riesgo a equivocarme, que siguen siéndolo hoy en día².

En estos últimos 15 años es comúnmente aceptado que hemos asistido a un proceso de generación y transmisión de los conocimientos en Economía de la Empresa que se ha caracterizado por: (a) un progresivo debilitamiento de la docencia como consecuencia de un fallo en el ‘principio de igualdad de las compensaciones’, y (b) un cierto abandono de la actividad de pensar en torno al proceso de creación del conocimiento en Economía de la Empresa, al menos, en el sentido profundo y ético en que lo hizo el Profesor **Soldevilla**. Llegados aquí, el objetivo del presente estudio consiste en tratar de arrojar luz en este último sentido. En consecuencia, en este trabajo se pretende reflexionar sobre la metodología de la Economía de la Empresa en su estado actual. Así, la pregunta que se plantea es la siguiente: *¿Qué lecciones podemos extraer para la Comunidad científica de la Economía de la Empresa al estudiar y reflexionar sobre su metodología con base en el pensamiento del Profesor Soldevilla y, por tanto, más allá de la consideración parcial de una técnica o conjunto de técnicas?*

Para dar respuesta a la pregunta previamente formulada, el presente trabajo se desarrollará a modo de círculos concéntricos, siguiendo el método expositivo utilizado por **Ortega y Gasset**³. Por ello, en primer lugar, se presenta la conceptualización de la Economía de la Empresa, para a partir de ahí, con base en dichos conceptos y los necesarios fundamentos epistemológicos, derivar algunas nociones sobre su metodología.

2. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA?

La aproximación económica hacia el estudio de la *empresa* se ha preocupado de tres grandes cuestiones (al igual que ocurre con cualquier otro fenómeno natural o social): ¿Por qué existe? ¿Cuál es su naturaleza? ¿Cuáles son sus límites? Estas, pues, son las tres grandes cuestiones para cualquier objeto de estudio, que se sintetizan en la búsqueda de su *razón de ser*, su *naturaleza* (el ser) y los *límites* (el no ser). La mayor o menor capacidad de respuesta a las cuestiones previas es lo que a la Comunidad científica le permite discriminar entre paradigmas rivales. De acuerdo con el padre de la economía, **Adam Smith**, las empresas existen para coordinar y motivar las actividades económicas de las personas. Básicamente, apuntó que los mercados son un importante mecanismo que permite resolver los

¹ A partir del progreso científico alcanzado en general, **Santiago Ramón y Cajal** de forma persuasiva nos muestra que quienes normalmente contribuyen a expandir las fronteras del conocimiento científico no son las mentes prodigiosas, sino el Colectivo de académicos que disponen en su haber de los ‘tónicos de la voluntad’. Dicho pasaje tan estimulante para el común de los mortales, reza así: “Pero en las empresas científicas los *lentos* resultan tan útiles como los *rápidos*, porque al científico, como al artista, no se le juzga por la viveza del producir, sino por la excelencia de la producción. Aun osaríamos añadir que, por una compensación muy común, las *cabezas lentas* poseen gran resistencia para la atención prolongada, y abren ancho y profundo surco en las cuestiones, mientras que las *rápidas* suelen fatigarse pronto, después de haber desbrozado apenas el terreno”.

² Para un excelente trabajo que nos muestra una síntesis del legado del Profesor Soldevilla en torno a los Fundamentos Científicos de la Economía de la Empresa, Véase Rodríguez, Iturralde y Ayala (2002).

³ Parafraseando su obra de Ortega y Gasset (1957; pág. 87): “De aquella mi primera lección en la Universidad salvé aquí sólo dos puntos. Uno, el enunciado del tema titular de este curso; otro –que una y otra vez quisiera recordar-, mi propósito de no hacer vía rectilínea, sino desarrollar mi pensamiento en círculos sucesivos de radio menguante, en ruta, pues, espiral”.

problemas de coordinación y de motivación que surgen de las interdependencias derivadas de la especialización y la división del trabajo. A partir de ahí, la pregunta que se formuló el premio Nobel de economía, **Ronald Coase**⁴, fue, si los mercados resuelven tan bien dichos problemas ¿por qué existen fórmulas de acción colectivas alternativas denominadas *empresas*? Asimismo, Coase (1960) posteriormente sostuvo que incluso ante la inexistencia de mercados competitivos, la ‘negociación directa’, libre y voluntaria entre las partes interdependientes, persiguiendo cada uno su propio interés, puede producir el mismo resultado de eficiencia económica y social que el mercado competitivo. Por tanto, por analogía, cabe formularse la cuestión siguiente: si las operaciones voluntarias entre las partes funcionan tan bien ¿por qué se utilizan las *empresas* para coordinar y motivar la actividad económica de un modo tan extenso como se hace en la realidad? Recordando el trabajo de otro Nobel de economía, **Herbert Simon**⁵, el sistema económico actual, dada la profusión de organizaciones, debería denominarse ‘*economía de la organización*’ en vez de ‘economía de mercado’. La mayor parte de las transacciones del mundo avanzado actual se llevan a cabo a través de organizaciones denominadas *empresas*. Ello es debido, de acuerdo con otro galardonado con el Nobel, **Kenneth Arrow**⁶, a que los mercados son imperfectos o, en otros términos, a que existen ‘fallos del mercado’. Asimismo, existirán ‘fallos en la negociación voluntaria’ motivados por razones de ‘selección adversa’ y de ‘riesgo moral’.

El *corpus teórico* dirigido a dar respuesta los problemas de la empresa, en contraposición al mercado, ha venido dado por un conjunto de aportaciones “parciales” dentro de la teoría económica de la empresa, entre las que cabe destacar: los costes de transacción e ‘intervención selectiva’ de Williamson (1985); el enfoque de los derechos de propiedad de Grossman y Hart (1986) y Hart y Moore (1990); el acento otorgado a la autoridad y la jerarquía (Simon, 1951); la teoría de la agencia y la concepción de la empresa como un ‘nexo de contratos’ (Alchian y Demsetz, 1972; Jensen y Meckling, 1976), y la concepción vinculada con el poder y el control del acceso a los recursos de Rajan y Zingales (1998). Por tanto, una primera aproximación, con base en la teoría de la empresa en sentido estricto, conformaría el concepto de Economía de la Empresa en el sentido más literal del término, y procedería del conjunto de modelos económicos previos que integran lo que se conoce como “Teoría de la Empresa”.

El segundo enfoque, de carácter más reciente y con un futuro prometedor, se encuentra en fase emergente y es el que vincula la economía con la dirección de empresas, y viene ejemplificado en los recientes trabajos de los profesores de *Stanford*, Saloner, Shepard y Podolny (2000) y John Roberts (2004). Este enfoque emergente, parte de los problemas de coordinación y de incentivos e incluye la arquitectura organizativa, los procesos directivos y rutinas, la cultura y las personas. Además, enlaza la formulación de la estrategia (economía y pensamiento estratégico) con su puesta en práctica por medio de una organización (economía y pensamiento organizativo). Esta es la segunda caracterización del concepto de Economía de la Empresa, más conexas con la dirección de empresas tanto en su dimensión de pensamiento como de acción.

La tercera conceptualización de la Economía de la Empresa procede de su identificación con la dirección de empresas (‘management’), y viene ejemplificada por el posicionamiento y el trabajo desarrollado por la *Academy of Management* (USA) o la *British Academy of Management* (UK).⁷

Utilizando la misma metodología que la usada en el estudio de los supuestos de racionalidad limitada, supuestos de eficiencia de los mercados de capitales, supuestos de conducta en la acción humana o el grado de descuento de la estrategia de diversificación corporativa; atendiendo a la eficiencia y a la formalización del planteamiento se colige que la primera conceptualización presentada se corresponde con el supuesto de *forma fuerte*, la segunda con el supuesto de *forma semi-fuerte* y la tercera con el supuesto de *forma débil*.

Ahora bien, de acuerdo con Andrew Pettigrew (2001), la metodología científica de los temas relativos a la Economía de la Empresa en sus diferentes manifestaciones, debe combinar ‘rigor académico’ y ‘relevancia práctica’⁸. Así, las tres concepciones de la Economía de la Empresa varían en el grado en que se busca el rigor académico y la relevancia para la práctica (véase, figura 1). Representamos en el eje de ordenada las formas de definición de la Economía de la Empresa y medimos en el eje de abscisas el grado de rigor académico y de relevancia práctica. La recta, con pendiente positiva *MM'*, recoge la relevancia práctica de la Economía de la Empresa, en tanto que la recta *NN'*, con pendiente negativa, representa el grado de expresión formal correspondiente a las diferentes conceptualizaciones. De este modo, observamos que la *forma fuerte* de definición (punto A) se caracteriza por un elevado rigor académico y una escasa relevancia práctica. En el extremo opuesto, la *forma débil* de definición (punto C) se caracteriza por una elevada relevancia práctica y un menor rigor académico. Por su parte, el punto intermedio (punto B) se corresponde con la *forma semi-fuerte* y se caracteriza por un mayor equilibrio entre el rigor académico y la relevancia práctica. Esta corriente, por su propia naturaleza, requiere la combinación de los instrumentos proporcionados por la ciencia económica con un conocimiento profundo de la realidad, a la vez que exige un bagaje metodológico y disciplinar, lo que genera que su avance sea más complejo y lento.⁹ De las tres parcelas de estudio que se corresponden, respectivamente, con las tres formas de definición presentadas, sin duda, la menos desarrollada es la *forma semi-fuerte*. Cabe apuntar que, sin embargo, dado su mayor equilibrio entre rigor académico y realidad práctica se le ofrece un futuro prometedor en décadas venideras.

⁴ Véase Coase (1937).

⁵ Véase Simon (1991).

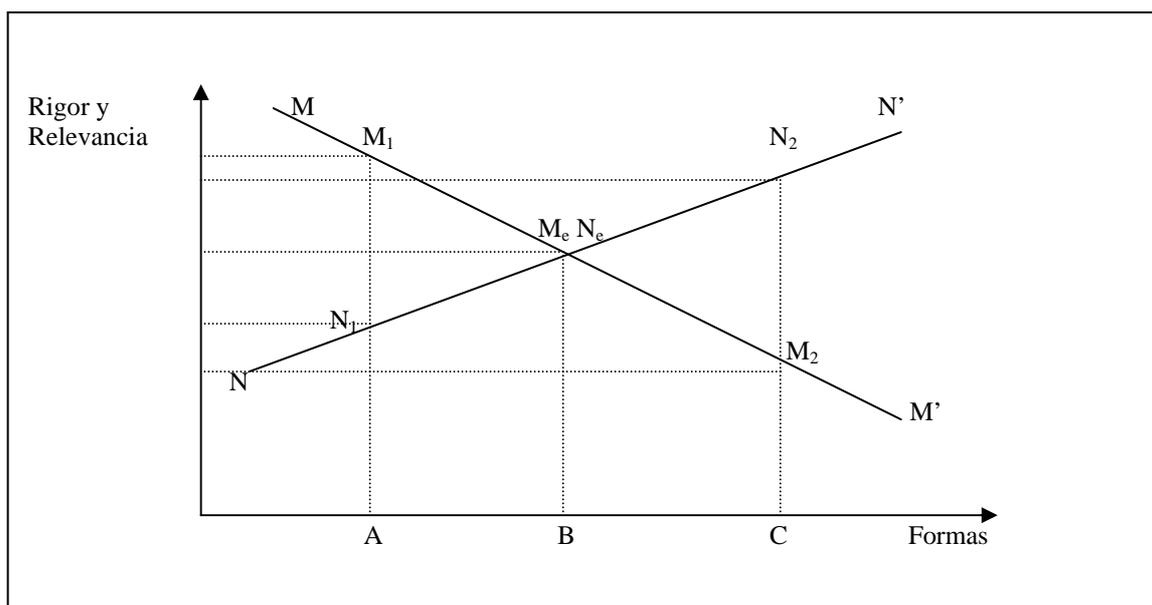
⁶ Véase Arrow (1974).

⁷ Esta conceptualización se corresponde con la noción de Economía de la Empresas en sentido amplio propuesta en los trabajos de Soldevilla (1979, 1986, 1995).

⁸ Véase Galán (2002).

⁹ Un excelente punto de referencia lo constituye el reciente trabajo del reputado economista académico de *Stanford* con una asentada experiencia colaborativa con *McKinsey*, John Roberts, en su reciente trabajo titulado ‘*The Modern Firm*’.

Figura 1. Formas conceptuales de Economía de la Empresa, rigor académico y relevancia práctica



Fuente: Elaboración propia

Desde el punto de vista metodológico, la relevancia de la clasificación previamente presentada procede del hecho de que la 'posición epistemológica' que adopte el investigador va a estar vinculada con la 'forma de definición' que el investigador implícitamente asuma. Por tanto, la metodología necesaria para el avance del conocimiento va a depender del supuesto conceptual así como de la epistemología que el investigador considere. Los puntos siguientes se dirigen a mostrar de un modo más amplio lo aquí expresado. Así pues, a modo de círculos concéntricos, primero, analizaremos la cuestión epistemológica y, en segundo término, estudiaremos la derivación del problema metodológico. No obstante, antes de avanzar, con base en lo previamente expuesto se desprende la conclusión siguiente.

Conclusión 1: *La forma conceptual que asuma el investigador en materia de Economía de la Empresa incidirá sobre el rigor académico y la relevancia práctica de su trabajo.*

Otra tarea necesaria e importante, escasamente analizada y estudiada, es el problema epistemológico. Las cuestiones epistemológicas y metodológicas son insolubles¹⁰. Un error común en la actualidad es la tendencia a utilizar o transmitir las cuestiones metodológicas al margen de las epistemológicas. Ello, sin duda, sesga el contenido y alcance metodológico de la propia Economía de la Empresa así como de sus técnicas de aplicación concretas.

3. FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS DE LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Epistemología es el estudio de los fundamentos y métodos del conocimiento científico: aborda su naturaleza, su validez, sus métodos y su alcance. ¿Cuál es la naturaleza del conocimiento que podremos generar con nuestras investigaciones? ¿Cómo podemos generar conocimiento científico? ¿Cuál es el valor y el *status* de este conocimiento? Son tres cuestiones relevantes que no pueden ser resueltas sin abordar el problema epistemológico.

A este respecto, existen tres paradigmas fundamentales que representan las principales corrientes epistemológicas sobre las que descansa la Economía de la Empresa: el *positivismo*, el *interpretacionismo* y el *constructivismo*. El paradigma positivista es el que predomina dentro de la Economía de la Empresa, aunque, como veremos, los otros dos paradigmas están adquiriendo una importancia creciente.

El paradigma positivista considera que la realidad existe por ella misma. Por tanto, la realidad es *objetiva* en su esencia y la tarea fundamental del investigador consistirá en conocer dicha realidad por medio del descubrimiento. Para esta corriente, la realidad (el objeto) y la persona que la investiga (el sujeto) son independientes. Por tanto, el investigador, de forma independiente al objeto investigado, tratará de observar o contrastar ciertas hipótesis con la realidad. **Karl Popper**¹¹ en su obra titulada *Objective Knowledge* adopta una posición epistemológica en la que propugna el 'principio de objetividad'. En este sentido, la pregunta que se nos plantea es ¿puede en verdad un sujeto observar una realidad sin alterar la propia naturaleza de la realidad? O ¿en qué medida la realidad está determinada por la percepción subjetiva de quien la trata de conocer y evaluar?

El conocimiento producido por los positivistas sería objetivo, es acontextual y considera la realidad como inmutable y externa al individuo. Por su parte, los paradigmas interpretacionista y constructivista otorgan un carácter de mayor complejidad a la realidad en sí misma. Para los constructivistas radicales, la realidad es una invención y como tal, 'no existe'. En cambio, los constructivistas moderados no se plantean si existe o no la realidad, y sostienen que ésta nunca va a ser independiente de la mente del que la observa o realiza contrastes sobre la misma. Para los interpretacionistas las realidades son 'múltiples' y sólo pueden ser estudiadas de un modo holista. Por ello, las predicciones y las variables de control pueden ser generalizables para unas determinadas realidades pero no para otras. Por

¹⁰ Este carácter insoluble entre el problema epistemológico y el metodológico se pone de manifiesto en Khun (1962).

¹¹ Véase Popper (1972)

ejemplo, los marcos institucionales provocarán que conclusiones posiblemente generalizables para un contexto no lo sean en otros. De igual modo, en materia de Economía de la Empresa las diferencias culturales y los aspectos histórico-temporales generarán múltiples realidades que merman la aplicabilidad de la naturaleza prescriptiva y de generalizaciones de carácter universal. Además, para los constructivistas e interpretativistas, la realidad (el objeto) no va a ser independiente del observador (sujeto) sino que va a depender del mismo. Así, un investigador con una disciplina base en matemáticas verá e interpretará la realidad de un modo distinto a un investigador con una disciplina base en sociología o antropología, o un investigador especializado en unos temas dentro de un área de conocimiento, observará la realidad desde otro enfoque, plano o perspectiva distinta a otro investigador especializado en otros temas de otro área de conocimiento. Si indagamos y reflexionamos vemos que no faltan visos de verosimilitud a estos paradigmas epistemológicos, ya que la empresa es una realidad económica, social y humana sujeta a una transformación permanente. Para los interpretativistas y constructivistas el conocimiento sobre la empresa debe ser necesariamente contextual y es, en cierto modo, subjetivo.

El resumen de las posiciones epistemológicas de los paradigmas previos se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Posiciones epistemológicas de los paradigmas positivista, interpretacionista y constructivista

| | <i>Paradigma</i> | | |
|---|---|--|--|
| | <i>Positivismo</i> | <i>Interpretacionismo</i> | <i>Constructivismo</i> |
| <i>Tipo de conocimiento</i> | Objetivo | Subjetivo | Subjetivo |
| <i>¿Cómo se genera el conocimiento?</i> | Descubrimiento | Interpretación | Construcción |
| <i>Relación entre el investigador y la realidad</i> | Independiente | Dependiente | Dependiente |
| <i>Tipo de hipótesis</i> | Deterministas | Contextuales | Intencionalistas |
| <i>Naturaleza de la realidad</i> | Ontológica | Fenomenológica | Fenomenológica |
| <i>Status privilegiado</i> | Explicar | Comprender | Construir |
| <i>Criterios de validación del conocimiento</i> | Grado de confirmación Refutabilidad Consistencia lógica | Credibilidad Transferibilidad Confirmación | Adecuado para ser enseñado y transmitido |
| <i>Referencia</i> | Kerlinger (1973) | Hirschman (1986) Hudson y Ozanne (1988) | Von Glaserfeld (1987) |

Fuente: Elaboración propia

En consecuencia, la naturaleza del conocimiento que esperamos producir así como las metodologías particulares que se apliquen para la producción del mismo van a depender de la posición epistemológica que adoptamos como investigadores. Es por ello que la metodología de investigación va a depender de la postura epistemológica seguida por el investigador. Así, el conjunto de argumentos previos conducen a la siguiente conclusión a modo de un segundo círculo.

Conclusión 2: *La forma de definición elegida va a estar vinculada con la posición epistemológica del investigador de Economía de la Empresa.*

4. METODOLOGÍAS PARA LA CREACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Al enfrentarnos a la realidad viva que constituye la Economía de la Empresa, los diversos procesos de generación de su conocimiento, por un lado, van a venir determinados por la posición epistemológica que tome el investigador y, por otro, van a depender de si la actividad de investigación se dirige a *explorar* o generar teoría o si la actividad investigadora se centra en *contrastar* hipótesis. La elección de la metodología o conjunto de metodologías concretas que el investigador de Economía de la Empresa lleve a cabo dependerá del problema de investigación específico y del diseño de investigación concreto elegido por él. La Economía de la Empresa se caracteriza por estar constituida por un conjunto de campos que difieren en su grado de cuantificación, en función de los problemas concretos que se aborden, y van, por ejemplo, desde la objetividad relativa propia de las medidas financieras (acorde con las preferencias en la valoración contable y/o los problemas de asimetrías informativas de los mercados) hasta las medidas subjetivas relativas en temas más vinculados con el comportamiento y la acción humana. El investigador deberá dedicar atención y tiempo al conocimiento del 'estado del arte', cómo se ha abordado el problema, qué metodología/s se han aplicado, sus ventajas e inconvenientes, resultados obtenidos, limitaciones que presentan, etc...

En este sentido, cuando sea factible, el uso de la ‘triangulación metodológica’ frente al ‘monismo metodológico’ creará valor, más consistencia y credibilidad. Por tanto, es bueno adoptar prudencia en presencia de dogmatismos metodológicos que, con aras a la elegancia formal, yerran en la especificación, la medida, la aproximación (‘proxy’) al concepto y se distancian del contexto de la realidad que se quiere observar.

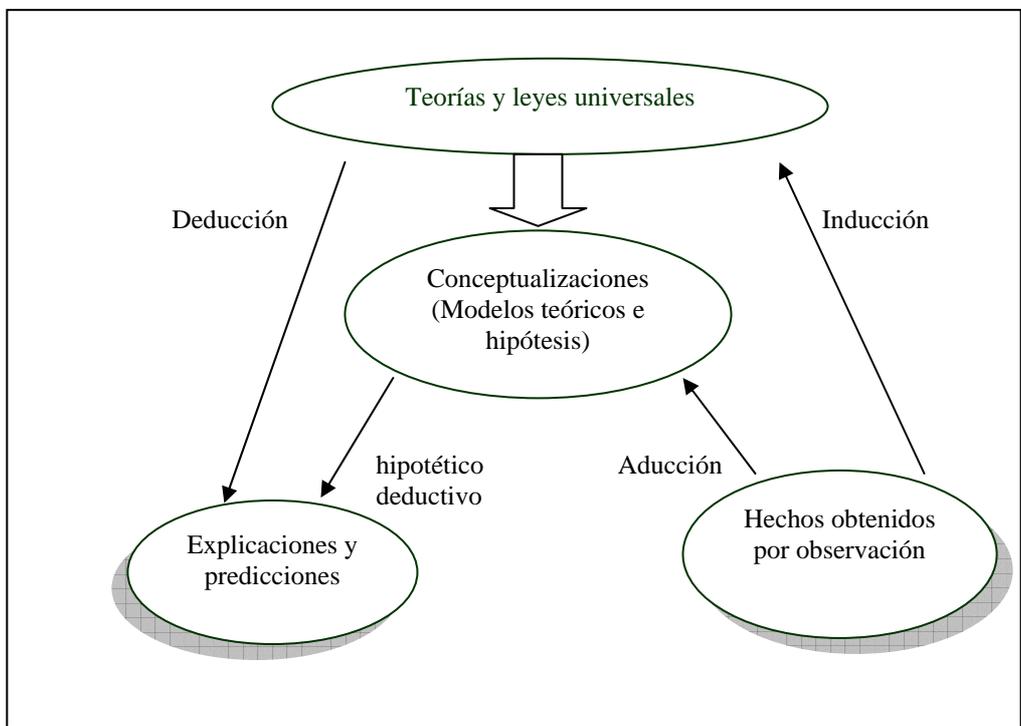
De lo previamente expuesto se colige que tan rigurosa y válida es una investigación que trate sobre “el impacto de la intensidad en I+D sobre la diversificación de producto: Efectos moderador del *free cash flow*”, utilizando un método confirmatorio en busca de explicación a partir de la base de datos *Compustat*, como puede serlo el estudio de “los procesos de cambio estratégico y organizativo” sobre dos casos de empresas en busca de la exploración y la comprensión del fenómeno, en la que se utilice una triangulación metodológica para conocer e indagar en profundidad sobre dichos procesos de cambio. Ninguna es mejor que la otra. Ambas son distintas y deben ser distintas. Una es de contenido la otra de proceso. En una existen datos disponibles mientras que en la otra se carece de información secundaria, etc... La primera está más próxima a la epistemología positivista en tanto que la segunda se aproxima más a la interpretacionista.

De acuerdo con el esquema de la figura 2 y tal y como se ha apuntado previamente, existen dos procesos centrales en la construcción del conocimiento en torno a la Economía de la Empresa: *exploración* y *contrastación*. Por medio de la exploración el investigador trata de formular proposiciones teóricas nuevas e innovadoras, mientras que por medio del contraste se pretende ver el grado de ajuste de las conjeturas teóricas con la realidad. En este sentido, cabe afirmar que tanto las actividades dirigidas a explorar como las destinadas a contrastar son necesarias para el avance del conocimiento en Economía de la Empresa. En consecuencia, son necesarias tanto las metodologías que conforman la una como la otra. Desde el punto de vista epistemológico, el proceso de contrastación se corresponde con el paradigma positivista, en tanto que el proceso de exploración no tiene una asociación o vínculo particular con ningún paradigma epistemológico individual. Las actividades de exploración pueden arrancar de posiciones epistemológicas positivistas, constructivistas o interpretacionistas.

Explorar y contrastar son dos procesos por medio de los cuales se construye el conocimiento. La actividad de exploración en Economía de la Empresa pasa por desarrollar dos actividades: la búsqueda de explicación (y predicción) y la búsqueda de comprensión. Por medio de la exploración los investigadores proponen resultados teóricos innovadores (crear nuevos vínculos teóricos entre conceptos o integrar conceptos nuevos en una determinada parcela de la Economía de la Empresa). Por su parte, testar es el modo en el que uno o más elementos teóricos son evaluados en la realidad. Así, la actividad de testar se utiliza con la finalidad de evaluar el significado de las hipótesis, modelos y teorías ante una explicación dada.

Como se aprecia en la figura 2 la lógica que subyace en ambos proceso (explorar y testar) es distinta. En la exploración el investigador utiliza unos procesos *inductivos* o/y *abductivos*, mientras que en la actividad de testar el método es *deductivo*.

Figura 2. Procesos y conocimiento científico de la Economía de la Empresa



Fuente: Elaboración propia a partir de Chalmers (1977)

La lógica deductiva subyace en el método hipotético-deductivo, el cual consiste en elaborar una o un conjunto de hipótesis y, a continuación, ponerlas a prueba y compararlas con una realidad particular, con la finalidad de validar o verificar el grado de validez de las hipótesis formuladas inicialmente. Este es el método más utilizado en la mayor parte de las parcelas de la Economía de la Empresa. Sin embargo, existe una opinión creciente entre académicos e investigadores de prestigio (entre otros, Van de Ven y Poole, 1995; Pettigrew, 1997, 2001) sobre la necesidad de avanzar en estos estudios que progresivamente van desconectando de la realidad.

Inducción ('induction') significa llegar a la verdad de una proposición por medio de casos particulares que la soportan. La inducción es 'sumativa' o 'completa' si se procede a enumerar todos los casos para los que las conclusiones son válidas. Por su parte, se dice que la inducción es 'amplificadora' o 'incompleta' cuando las conclusiones van más allá de las premisas. En este caso, las conclusiones no serán una consecuencia lógica de las premisas, y por tanto, la inducción 'amplificadora' es un argumento inconcluso. Los investigadores en Economía de la Empresa frecuentemente exploran contextos complejos procedentes de una gran cantidad de observaciones de diversa naturaleza que, en principio, son ambiguos. Ante esta situación, el investigador intentará estructurar sus observaciones para derivar sentido y significado de las mismas. En el terreno de las ciencias sociales y, por tanto, en el marco concreto de la Economía de la Empresa, el objetivo no consiste en producir leyes universales sino en proponer nuevas conceptualizaciones teóricas que sean válidas y robustas. De este modo, el investigador procederá por medio de la ('abduction') (Eco, 1990) o ('adduction') (Blaug, 1992).¹²

Por medio de la aplicación de un método abductivo el investigador en Economía de la Empresa puede utilizar la analogía y la metáfora para explicar fenómenos observados o para ilustrar o explicar proposiciones. De este modo, el objetivo es la utilización de la *comparación* como una ayuda para derivar significado.¹³

Tradicionalmente se considera que el razonamiento deductivo va de lo general a lo particular mientras que el inductivo se eleva de lo particular a lo general. En este orden de cosas, para **Mark Blaug** la inducción y la deducción se diferencian por el carácter demostrativo o no de las inferencias generadas. Las conclusiones del razonamiento inductivo o abductivo no serán demostrativas y representan relaciones que alcanzan el *status* de proposiciones válidas. Pero estas proposiciones, sin embargo, no son ciertas (no son tan ciertas como las que se elaboran por medio de la deducción). Por tanto, para **Blaug** estas inferencias son inciertas o inconclusas. Sin embargo, las inferencias sean 'ciertas' o 'inciertas' son consustanciales al proceso de construcción de nuevo conocimiento. Desde las observaciones podemos inferir la existencia de leyes (por medio de la inducción –una inferencia incierta) o, de un modo más razonable, inferir conceptualizaciones: explicaciones o conjeturas (por medio de la abducción –de nuevo incierta). Estas leyes o conceptualizaciones pueden, entonces, ser utilizadas como premisas y ser sometidas a la verificación empírica o contrastación. Por medio de la contrastación podríamos esperar desarrollar inferencias sobre las que tenemos certeza (a través de la deducción).

Con base en el conjunto de razonamientos previos llegamos a la siguiente conclusión.

Conclusión 3: *La forma conceptual y la posición epistemológica van a determinar los procesos metodológicos concretos que utilice el investigador.*

5. EL PAPEL DE LA TEORÍA EN LA METODOLOGÍA DE LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

La exploración puede conducir al investigador de Economía de la Empresa en materia vinculada con el *comportamiento* de la empresa (dada la naturaleza intangible y la dificultad de obtener información) a formular una o varias hipótesis de trabajo de carácter temporal. Esas hipótesis podrán ser utilizadas como fundamento para la reflexión posterior o con una finalidad de estructurar y generar un cuerpo 'conexionado' de observaciones. Ahora bien, ya que el resultado final del proceso de exploración (por el uso de una aproximación abductiva) toma la forma de hipótesis, modelos o teorías, éstas constituyen el punto de partida para el proceso de contrastación posterior (en el cual se utilizará la deducción) (Véase figura 2).

Hipótesis. Una hipótesis es una conjetura sobre por qué, cómo y cuándo ocurrirá un evento. Es una suposición acerca del comportamiento de diferentes fenómenos o de la relación que puede existir entre ellos. Por medio de una hipótesis se propone que un fenómeno es causa o consecuencia de otro, o permanece invariablemente vinculado a otro fenómeno dado. Se desarrollan por medio de la reflexión teórica y descansa en el conocimiento previo que el investigador ha adquirido sobre el fenómeno objeto de estudio. Las hipótesis expresan, de hecho, las relaciones que se establecen entre los conceptos teóricos. En el momento que se la formula reemplaza la cuestión de investigación inicialmente planteada y toma la forma de una *respuesta provisional*.

Modelos. Existen muchas definiciones sobre lo que se entiende por modelo. Podemos decir que, en ciencias sociales un modelo es una ilustración esquemática de las relaciones físicas o cognitivas entre los elementos. Los modelos son, pues, *esquemas*. En principio, el número de parámetros que se incorporan al mismo debe ser lo suficientemente limitado como para poder ser explicado. Los modelos son por naturaleza 'subjetivos': no tratan de representar todos los aspectos del objeto de estudio, ni incluso todos los factores dentro de una perspectiva o aproximación elegida. Por ejemplo, si estudiamos los factores determinantes del cambio estratégico (el modelo propuesto dependerá de si la perspectiva es la teoría de dependencia de recursos, la teoría institucional, el modelo cognitivo o la ecología de las poblaciones. De igual modo, si adoptamos una posición más económica va a depender de si partimos de la economía de los costes de transacción en el sentido Williamsoniano, o si tomamos como base la teoría de la agencia, o si consideramos la teoría de los derechos de propiedad, etc.). Lo mismo ocurre para la explicación de otros múltiples fenómenos empresariales como, por ejemplo, entre otros muchos, la elección del método de entrada en los mercados foráneos, la elección del método de crecimiento de la empresa, los factores determinantes de las formas organizativas o el tipo de innovación adoptada.

Teorías. En un sentido genérico son una parte o cuerpo de conocimientos que forman un sistema sobre un área o terreno de estudio en particular. Dada su dificultad implícita, no es atípica la confusión entre 'teoría' y 'modelo' por parte de la Comunidad científica de la Economía de la Empresa. De acuerdo con **Lakatos**¹⁴ una teoría es un sistema compuesto por un núcleo firme ('core') y un cinturón protector ('protective belt'). El núcleo firme abarca el conjunto de hipótesis esenciales que subyacen en la teoría y que no pueden ser rechazadas ni modificadas. En consecuencia, las decisiones metodológicas no pueden afectar a este núcleo teórico, que se encontrará protegido por el cinturón protector formado por un conjunto de hipótesis auxiliares. En sentido estricto, una teoría consiste en un sistema

¹² En consecuencia, la inducción es una inferencia lógica que confiere a un descubrimiento una consistencia a priori (otorgando el estatus de ley), mientras que la abducción confiere un status explicativo que necesita ser contrastado con posterioridad para ser considerado como una regla o ley.

¹³ Normalmente en la parte de discusión de resultados de la investigación.

¹⁴ Véase Lakatos (1974).

de hipótesis que requiere unos supuestos iniciales, axiomas y/o consecuencias lógicas derivadas de los supuestos iniciales. Normalmente, en Economías de la Empresa, a diferencia de las ciencias físicas, se carece de teorías en el sentido estricto del término.¹⁵ Por tanto, en la Economía de la Empresa se construyen o se contrastan teorías ‘sustantivas’. Así, es posible afirmar que el conjunto de teorías que conforman lo que se conoce como ‘Teoría de la Firma’, *forma fuerte*, adquieren un carácter más universal que ese otro conjunto de teorías que conforman, por ejemplo, el pensamiento estratégico o el pensamiento organizativo y la teoría de la organización, *forma débil*, que tienen un carácter más sustantivo¹⁶. En cualquier caso, dentro de estos múltiples esquemas teóricos, existe una amplísima, casi infinita, variedad de posibles modelos interpretativos.

En un modo similar a lo previamente apuntado, Glosier y Strauss (1967) efectúan la distinción entre ‘teorías sustantivas’ y ‘teorías formales’. Así, una teoría sustantiva es un desarrollo teórico en relación directa con un dominio empírico mientras que una teoría formal se vincula con un dominio conceptual. En nuestra aplicación, la *forma débil* de conceptualizar a la Economía de la Empresa se corresponde con la teoría sustantiva, en tanto que la *forma fuerte* de definición se vincula con las teorías formales de dicho esquema.

Del conjunto de argumentos desarrollados hasta aquí cabe derivar la siguiente conclusión.

Conclusión 4: *La posición conceptual adoptada, el paradigma epistemológico elegido, los procesos metodológicos utilizados y el tipo de teoría empleada se encuentran estrechamente vinculados y podrán ser analizados bajo el concepto de complementariedad.*

El siguiente apartado se dirige a mostrar de un modo ampliado los dos procesos metodológicos fundamentales en Economía de la Empresa

6. EXPLORACIÓN VERSUS CONTRASTACIÓN EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Exploración. En Economía de la Empresa los métodos empíricos relacionados con variedad en las formas de observación, entrevistas, simulaciones, cuasi-experimentos o triangulación metodológica se utilizan con más frecuencia para explorar y desarrollar nuevos *constructos teóricos* que en la contrastación. Mientras que al establecer el diseño metodológico el proceso de exploración no presupone en sí mismo la aplicación de un método cualitativo o cuantitativo, los métodos cualitativos se utilizan más comúnmente en las metodologías exploratorias. Además, por medio de la exploración un investigador no está limitado entre las elecciones epistemológicas disponibles.

La exploración teórica consiste en el desarrollo de conexiones entre dos o más campos teóricos que no han sido vinculados previamente. Como se ha expuesto previamente, la exploración teórica necesita del método inductivo que puede conducir al investigador a proponer analogías entre un cierto número de campos teóricos.

La exploración empírica consiste en investigar un fenómeno para generar nuevas inferencias cuando no conocemos apenas nada sobre ese fenómeno desde un punto de vista teórico. Así, es útil cuando la Comunidad académica conoce poco sobre el fenómeno o incluso si hasta ese momento ha permanecido desconocido (por ejemplo, un nuevo método, forma, sistema, instrumento, etc..., es equivalente a cuando surge una nueva especie en biología). Los métodos etnográficos posibilitan explorar fenómenos poco conocidos sin necesidad de establecer un marco conceptual rígido. Estos métodos se basan en el principio de *inmersión* del investigador en el contexto. Dado que la empresa es una realidad en continua transformación estos temas son relevantes para el estudio de nuevos fenómenos o contextos. Por ejemplo, en el SXXI aún existen contextos sobre los que nuestro conocimiento es muy escaso y no disponemos de información ni primaria ni secundaria o, incluso contextos para los que aún no existe una Comunidad científica suficientemente asentada en los temas de Economía de la Empresa. Esto lo he podido corroborar a través de mi experiencia vital con motivo de las actividades llevadas a cabo recientemente al otro lado del Atlántico, en el enorme paraíso natural que es Brasil, a través de la *Cátedra Iberoamericana Unicamp-Universidades Españolas*. Este método de exploración va en el sentido contrario (‘back-to-front’) respecto a los métodos tradicionales que venimos utilizando en Economía de la Empresa (en el cual un diseño teórico inicial guía e influye sobre la exploración). Asimismo, dentro de nuestras realidades más próximas, cuando se introduce el *tiempo* en el análisis, en muchas ocasiones, por la propia naturaleza del objeto de estudio, nos veremos abocados a realizar investigaciones de *proceso* y longitudinales en las que metodológicamente, con frecuencia, se recurre a explorar la dinámica del cambio del fenómeno objeto de estudio.

La exploración híbrida consiste en el cambio entre observaciones y conocimiento teórico en el transcurso del proceso de investigación. El investigador comienza revisando los conceptos relevantes en la literatura. A su vez, estos conceptos se utilizarán para poner orden y obtener sentido de las observaciones empíricas recogidas (en este sentido el método es deductivo). Este método tiende hacia un realismo teórico y a la producción de unos constructos teóricos firmemente enraizados en los hechos.

Contrastación. La contrastación pone a prueba elementos teóricos en una situación real concreta. Normalmente el proceso de verificación se lleva a cabo por medio de métodos de carácter cuantitativo. Como hemos visto con anterioridad, las hipótesis no son pruebas decisivas: son corroboraciones convincentes desde un punto de vista temporal. En ese orden de cosas, Carnap¹⁷ diseñó un método general para definir lo que él denominó ‘grado de confirmación’ de una hipótesis.

El modelo hipotético deductivo es el que se ha aplicado por regla general (aunque con más intensidad en EEUU y en España que en el centro y norte de Europa) y, en consecuencia, requiere de menos explicación. Los rasgos básicos son: se parte de la teoría y evidencia empírica existente (estado del arte). Si hay consistencia entre la teoría y la evidencia empírica existente entonces hay consistencia y *aceptamos la teoría existente*. Por el contrario, si encontramos divergencia hay que *generar nueva teoría*, derivar de ella nuevas hipótesis, a partir de éstas realizar los contrastes empíricos y refutar o no la nueva teoría en función de los resultados obtenidos. En caso de verificación de las nuevas hipótesis se *aceptaría esta nueva teoría de forma tentativa*.

¹⁵ A diferencia de los fenómenos físicos, en Economía de la Empresa es difícil encontrar regularidades que permitan la formulación de teorías o leyes universales. El término dificultad no implica imposibilidad. Véanse, por ejemplo, los principios del pago de incentivos que formulan Milgrom y Roberts (1992).

¹⁶ Cabría incluir aquí el desarrollo de los respectivos pensamientos especializados que conforman las diversas áreas funcionales de la empresa, como, por ejemplo, producción, recursos humanos, comercialización, finanzas y contabilidad. Todas ellas, al posicionarnos en la Ciencia Económica, arrancan del tronco común de la Teoría de la Firma o, en un sentido más amplio, del Análisis Económico de las Organizaciones.

¹⁷ Véase Carnap (1962).

Por regla general, los estudios de décadas pasadas han puesto un escaso énfasis en la primera fase y se han centrado directamente en el método de contrastación en sí. Hoy, sin embargo, buena parte de la dificultad y del contenido de las investigaciones tienen como base ese primer reto y paso. Por tanto, el dominio sobre el 'estado del arte' de cualquier parcela de la Economía de la Empresa, el estudio de su consistencia y, en su caso, la propuesta de generación de nueva teoría que permita posteriormente desgranarse por medio del proceso de contrastación de las hipótesis, se revela como un proceso más complejo que la simple aplicabilidad de una técnica. De los argumentos previos se colige que el investigador riguroso en materia de Economía de la Empresa debe dedicar esfuerzo y atención a profundizar en el conocimiento sobre la consistencia e inconsistencia existente entre la teoría disponible y la evidencia empírica disponible y obtenida. Adoptando un sentido crítico y autocrítico, este es uno de Nuestros principales retos. Sin una adecuada atención teórica es fácil caer en la modelización sin aportación. De acuerdo con Popper (1977), al contrastar elementos teóricos rivales *debemos retener* la teoría o el modelo *mejor*: aquel que mejor represente a la 'realidad'. Lo expresado previamente conduce a la siguiente afirmación:

Conclusión 5: *Es necesario dedicar esfuerzo y atención creciente al estudio de la consistencia/inconsistencia teórica y empírica previo a la aplicación de una técnica o conjunto de técnicas concretas de contrastación.*

7. CONCLUSIÓN

El conjunto de argumentos y reflexiones desarrolladas a lo largo del trabajo permiten llegar a la siguiente conclusión dirigida a integrar las sucesivas conclusiones parciales interconectadas entre sí, y que circularmente se han ido desarrollando a lo largo del trabajo. Así, la lección fundamental que puede extraerse del presente estudio es: *La técnica (s) a utilizar va a depender de la metodología (s) seguida por el investigador de Economía de la Empresa que, a su vez, es una función del objeto de estudio, estado de los conocimientos previos, pregunta de investigación concreta a responder, disponibilidad de información sobre la misma... y que de nuevo, a su vez, va a depender de la posición epistemológica tomada por el investigador. Por lo tanto, frente a una visión sesgada propiciada por el 'monismo metodológico', la riqueza y los frutos de la Economía de la Empresa se verán sustancialmente incrementados, en coherencia con el pensamiento del Profesor Soldevilla, con la incorporación de un pluralismo metodológico que combine en su justa medida rigor académico y relevancia práctica para hacer frente a Nuestro compromiso para con la Sociedad.*

Esperamos y es nuestro deseo haber aportado una gotita de agua en la inmensidad del océano a partir de la obra del Profesor Soldevilla, con la idea y el propósito de que Nuestra Comunidad científica continúe reflexionando sobre esta importantísima y relativamente poco estudiada parcela de conocimiento dentro de la Economía de la Empresa, ya que es un aspecto esencial de la misma y piedra angular de nuestra razón de ser como académicos.

Llegados aquí, finalizaremos el presente estudio con unos versos de **Fray Luis de León** de quien **Unamuno** gustaba meditar:

¡Qué descansada vida / la del que huye el mundanal ruido / y sigue la escondida /
senda por donde han ido / los pocos sabios que en el mundo han sido!
¡Oh, cómo es poderosa y vencedora / en todo la verdad!

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCHIAN, A. y DEMSETZ, H. (1972): "Production, Information Costs, and Economic Organization". *American Economic Review*, 62: 777-795.
- ARROW, K. (1974): *The Limits of Organization*. W. W. Norton & Company, Nueva York.
- BLAUG, M. (1992): *The Methodology of Economics: Or How Economics Explain*. Cambridge Surveys of Economic Literature, Cambridge.
- CARNAP, R. (1962): *Logical Foundations of Probability*. University of Chicago Press, Chicago.
- CHALMERS, A. F. (1976): *What is this Thing Called Science? An Assessment of the Nature and Status of Science and its Methods*. University of Queensland Press, St Lucio.
- COASE, R. H. (1937): "The Nature of the Firm". *Economica*, 4: 386-405.
- COASE, R. H. (1960): "The Problem of Social Cost". *Journal of Law and Economics*, 3: 1-44.
- ECO, U. (1990): *The Limits of Interpretation (Advances in Semiotics)*. Indiana University Press, Bloomington.
- FRAY LUIS DE LEÓN (2002): *Fray Luis de León. Pensamientos y Reflexiones*. Salamanca 2002 Ciudad Europea de la Cultura, Consorcio Salamanca 2002.
- GALÁN, J. I. (2002): *Discurso Premio AECA 2002*. Artículos de Contabilidad, Administración de Empresas y Sector Público, 19 de Junio, Madrid.
- GLASER, B. G. y STRAUSS, A. L. (1967): *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine De Gruyter, New Cork.
- GROSSMAN, S. J. y HART, H. (1986): "Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration." *Journal of Political Economy*, 94: 691-719.
- HART, O. y MOORE, J. (1990): "Property Rights and the Nature of the Firm." *Journal of Political Economy*, 98: 1119-58.
- HIRSCHMAN, E. C. (1986): "Humanistic Inquiry in Marketing Research: Philosophy, Method and Criteria". *Journal of Marketing Research*, 23: 237-249.
- HUDSON, L. y OZANNE, J. L. (1988): "Alternative Ways of Seeking Knowledge in Consumer Research". *Journal of Consumer Research*, 14: 508-521.
- JENSEN, M. C. y MECKLING, W. H. (1976): "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*, 3: 305-360.
- KERLINGER, F. N. (1973): *The Foundation of Behavioral Research*. Holt Rinehart and Wiston, Nueva York.
- KUHN, T. (1962): *The Structure of Scientific Revolutions*. University of Chicago Press, Chicago.
- LAKATOS, I. (1974): "Falsification and the Methodology of Scientific Research Programs", en Lakatos, I y Musgrave, A. (eds.): *Criticism and the Growth of Knowledge*. Cambridge University Press, Cambridge.
- MILGROM, P. y ROBERTS, J. (1992): *Economics, Organization and Management*. Prentice-Hall International Editions, Harlow.
- ORTEGA y GASSET, J. (1957): *¿Qué es Filosofía?* Espasa Calpe, Madrid.
- PETTIGREW, A. M. (1997): "What is Processual Analysis". *Scandinavian Journal of Management*, 13, 4: 337-348.
- PETTIGREW, A. M. (2001): "Management Research After Modernism". *British Journal of Management*, 12: Special Issue, 61-70.
- POPPER, K. R. (1972): *Objective Knowledge*. Oxford University Press, Londres.
- POPPER, K. R. (1977): *The Logic of Scientific Discovery*. Hutchinson, Londres.
- RAJAN, R. y ZINGALES, L. G. (1998): "Power in a Theory of the Firm". *Quarterly Journal of Economics*, 113: 387-432.
- RAMÓN Y CAJAL, S. (1991): *Reglas y Consejos sobre la Investigación Científica. Los Tónicos de la Voluntad*. Espasa Calpe, Madrid.
- ROBERTS, J. (2004): *The Modern Firm. Organizational Design for Performance and Growth*. Oxford University Press, Oxford.
- RODRIGUEZ, A.; ITURRALDE, T. y AYALA, J. C. (2002): "Fundamentos Científicos de la Economía de la Empresa: Una Síntesis según la Obra del Profesor Emilio Soldevilla García", en Rodríguez, A. (ed.): *Nuevos desafíos de la Economía de la Empresa. En memoria y homenaje al Profesor Dr. D. Emilio Soldevilla García*, Tomo II, 761-781.
- SALONER, G.; SHEPARD, A. y PODOLNY, J. (2001): *Strategic Management*. John Wiley & Sons, Nueva York.
- SIMON, H. E. (1951): "A Formal Theory of the Employment Relationship". *Econometrica*, 19: 293-305.
- SIMON, H. E. (1991): "Organizations and Markets". *Journal of Economic Perspectives*, 5: 25-44
- SOLDEVILLA, E. (1979): "La afirmación de la Economía de la Empresa como ciencia". En Cuervo, A., Ortigueira, M. y Suárez, A. S (eds.): *Lecturas de introducción a la Economía de la Empresa*. Pirámide, Madrid, 129-139.
- SOLDEVILLA, E. (1986): "Metodología científica de la Economía de la Empresa". *Gestión Científica*, 1 (3): 5-44.
- SOLDEVILLA, E. (1995): "Metodología de investigación de la Economía de la Empresa". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 1 (1): 13-63.
- VAN DE VEN, A. H. y POOLE, M. S. (1995): "Explaining Development and Change in Organizations". *Academy of Management Review*, 20 (3): 510-540.
- VON GLASERSFELD, E. (1987): *The Construction of Knowledge*. Intersystem Publications, Salinas.
- WILLIAMSON, O. E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism*. Free Press, Nueva York.