

Desarrollo empresarial a través de un modelo estratégico sustentado por el método de teoría fundamentada estudios de casos: empresas micro y pequeñas

Business development through an strategic model based on the grounded theory method investigations of cases: micro and small business

Eduardo Alejandro Rico Banderas¹

Resumen

En la presente investigación se estableció el objetivo de realizar un razonamiento a través de la conformación de un esquema condicional mediante un enfoque cualitativo bajo el sustento del método de Teoría Fundamentada (TF) (Grounded Theory) para constituir el modelo estratégico que deben implementar los propietarios de empresas micro y pequeñas para el desarrollo empresarial de sus negocios. Los empresarios descritos se encuentran en una constante búsqueda de requerimientos que permitan encaminar a sus negocios, en primer término, a sobrevivir para posteriormente dirigirlos a un desarrollo empresarial constante. Como resultado de esta indagación y con base en la información obtenida a través de un proceso de entrevistas a los empresarios descritos se estructuró una propuesta del modelo estratégico que se debe implementar en este gremio para impulsar su desarrollo empresarial.

Palabras clave: Desarrollo empresarial, empresas micro y pequeñas, modelo estratégico, Teoría Fundamentada.

Clasificación JEL: M140

¹ Director de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Marista de Querétaro. eduardorico24@gmail.com

Abstract

This investigation has established the aim at the reasoning through the structure of a conditional frame using a quality approach based on the Grounded Theory to build up the strategic model to be implemented by the owners of both micro and small businesses. This classification of business owners keeps constantly searching requirements that allow their businesses, as the first stage, to survive so that they can take off towards a constant development. As a consequence of this research based on the information gathered from a process of interviewing the business owners, a proposal of the strategic model was presented that ought to be implemented within this guild to boost the business development.

Keywords: Business development, micro and small business, strategic model, Grounded Theory.

JEL Codes: M140

Introducción

Las empresas son entidades que deben influir en el desarrollo económico de sus localidades; para lograr esta función requieren estar en una constante transformación atendiendo variables endógenas y exógenas que afectan su funcionamiento y definen su desarrollo.

El estudio de las empresas, como actores económicos, cobra relevancia en nuestro país desde 1990, ello es evidente cuando se analiza la literatura al respecto, específicamente en los Planes Nacionales de Desarrollo, en ellos se plasman las condiciones necesarias para impulsar su desarrollo económico; sin embargo, este apoyo decidido no ha sido eficaz (De la Rosa, 2004).

Como consecuencia de lo mencionado anteriormente surge la necesidad de indagar sobre los requerimientos de los propietarios de empresas micro y pequeñas acerca de cuáles son las circunstancias que demandan para impulsar el desarrollo empresarial de sus negocios.

Para la realización de este trabajo se utilizó información que proviene del contenido del proyecto de investigación doctoral del autor. Utilizar datos obtenidos del estudio señalado permite abrir una línea nueva de análisis e interpretación de la información para construir TF la cual contribuye a una nueva aportación y generación de conocimiento de la situación actual de las empresas descritas en lo referente a su desarrollo empresarial.

Materiales y métodos

Revisión literaria



Desarrollo empresarial

El desarrollo de una empresa es el esfuerzo sistemático para rediseñar su operación de tal manera que le ayude a adaptarse a los cambios en el medio ambiente interno y externo de la misma, así como para lograr nuevas metas organizacionales (Stoner, 1995, como se citó en Frías, 2008).

El impulso al desarrollo de la empresa pretende provocar una evolución en el modelo de empresa implementando estrategias que busquen garantizar la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad optimizando su competitividad mediante la satisfacción de los clientes y la eficiencia económica. (Ruíz-Canela, 2004).

Empresas micro y pequeñas

En el Diario Oficial de la Federación publicado el 30 de junio de 2009 se dio a conocer la estratificación de empresas en territorio nacional. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015) en el informe de los Censos Económicos 2014 (p. 14) exhibe el cuadro en el cual se establece la categorización para definir el tamaño de una empresa con base en el número de empleados y al sector productivo al que pertenecen, en la tabla 1 se presenta esta clasificación.

Tabla 1 Clasificación de las empresas

Tamaño sector	Industria	Comercio Número de empleados	Servicios
Micro	0 - 10	0 - 10	0 - 10
Pequeña	11 - 50	11 - 30	11 - 50
Mediana	51 - 250	31 - 100	51 - 100
Grande	251 - en adelante	101 - en adelante	101 - en adelante

Nota. Adaptado de estratificación de empresas (p. 14), por INEGI 2015. Censos Económicos 2014. El número 0 (cero) significa que la empresa está integrada solo por el propietario

Modelo estratégico

Porter (2015) señala que una estrategia consiste en crear una fórmula general de cómo una empresa competirá, cuáles serán sus metas y qué políticas se requerirán para alcanzarlas. La esencia de la formulación de la estrategia es relacionar una empresa con su ambiente interno y externo.

Para desarrollar un modelo estratégico de acuerdo con el planteamiento de Michael. E Porter es necesario definir qué acciones deben implementar los dueños de empresas para impulsar su desarrollo.

La creación de un modelo estratégico permitirá enfrentar con mayor pertinencia un entorno cada vez más dinámico, diferenciado, incierto y hostil. El modelo deberá ocupar un lugar importante en el proceso administrativo-organizacional de las micro y pequeñas empresas para enfrentar la actual complejidad del desarrollo empresarial (Montaño, 2002).

Para poder definir, en forma general, el modelo estratégico que permitirá fomentar el progreso de las empresas descritas es necesario, en primer término, realizar un diagnóstico de la situación actual que viven estas conforme al juicio de sus propietarios.

Teoría Fundamentada (TF) (Grounded Theory)

La TF es una postura de investigación en las ciencias sociales que ha evolucionado de manera diacrónica de tal forma que se han desarrollado varias corrientes de esta.

Inicialmente la TF se estructuró con base en las propuestas epistemológicas diseñadas por Barney G. Glaser y Anselm Strauss. Las aportaciones intelectuales de los autores citados se conjugan para definir una teoría que esta enraizada (grounded) en información sistemáticamente recogida y analizada (Soneira, 2007).

Posteriormente Glaser y Strauss se separan y cada uno de ellos prosigue con sus estudios y aportaciones. De forma subsiguiente se incorporan al análisis y desarrollo de la TF principalmente autores como: John W. Creswell, Juliet Corbin, Ian Dey entre otros.

Creswell (como se citó en Álvarez-Gayou, 2008) propone los principios más destacados de la TF:

- La teoría se enfoca en la manera en que los individuos interactúan con el fenómeno que se estudia.
- La teoría se deriva de datos obtenidos en el trabajo de campo por medio de entrevistas.
- El análisis de datos se realiza por la identificación de categorías y estableciendo relaciones o conexiones entre ellas.
- La teoría resultante puede presentarse dentro de un marco narrativo o como un grupo de proposiciones.



Álvarez-Gayou (2008) señala que, en consonancia con Creswell, una teoría es un esquema abstracto y analítico de un fenómeno que se relaciona con una situación particular, en consecuencia, hay que dejar que la información y los datos fluyan para que vaya emergiendo la teoría que en ellos se sustenta.

La TF provee un sentido de comprensión sólido porque se une adecuadamente a la situación bajo estudio, trabaja de manera práctica, es sensible a las expresiones de los individuos del contexto considerado, además representa el fenómeno descubierto en el proceso de investigación (Creswell, 2013b; Draucker et al, 2007; Glaser y Strauss, 1967, como se citó en Hernández; Fernández; Baptista, 2014).

Existen tres diseños para desarrollar TF, la forma utilizada en este estudio es el diseño sistemático y está basado en el procedimiento propuesto por Anselm Strauss y Juliet Corbin el cual consiste en desarrollar un esquema condicional y los datos se agrupan en tres categorías: abierta, axial y selectiva. La categoría abierta radica en agrupar la información inicial sobre el fenómeno estudiado segmentando el conjunto de datos para dimensionar las propiedades de estos. En la categoría axial se comienza a asociar la información conforme van emergiendo los temas relacionados al fenómeno de estudio. Finalmente, la categoría selectiva se basa en encontrar y seleccionar el tema central que sobresale del análisis de la información obtenida, la mayor parte de los conceptos contemplados en el esquema condicional deben vincularse con esta categoría lo cual le proporciona la calidad del tema central del estudio (Hernández et al, 2014; Soneira, 2007).

Para que surja una teoría adecuada es necesario en primer término, categorizar los datos obtenidos en las entrevistas ya que este proceso abre la puerta al análisis interpretativo de la información (Dey, 1999, como se citó en Álvarez-Gayou, 2008).

Una vez realizada la categorización es necesario identificar una categoría central la cual tendrá el rango de línea principal que ayudará a integrar el análisis alrededor del contexto de la TF (Álvarez-Gayou, 2008).

Retomando lo propuesto por Creswell y considerando la información obtenida en el trabajo de investigación previo a este estudio se establece lo siguiente:

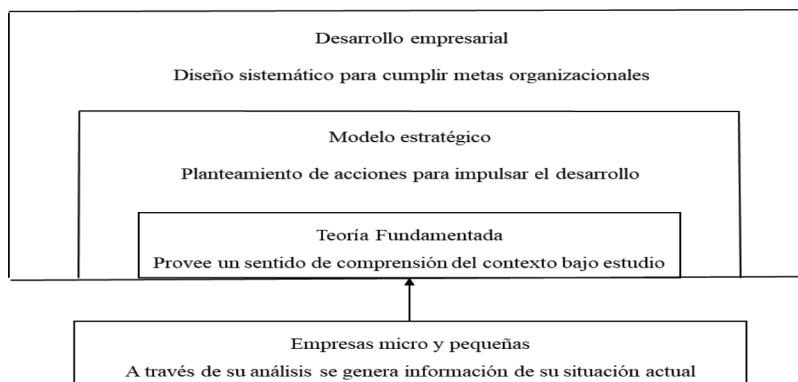
- Dentro de las diferentes acepciones de la investigación se consideró conocer cuáles son los elementos que consideran importantes los integrantes del sector empresarial para generar desarrollo empresarial.
- Se realizaron entrevistas a propietarios de micro y pequeñas empresas en el Municipio de Querétaro.
- Se determinaron ocho categorías de análisis para agrupar la información de las entrevistas.
- La información obtenida se generó a través de la reflexión de los empresarios.

Modelo conceptual de la investigación

Se define como objetivo de este estudio realizar un razonamiento a través de la conformación de un esquema condicional mediante un enfoque cualitativo bajo el sustento del método de Teoría Fundamentada (TF) (*Grounded Theory*) para establecer el modelo estratégico que deben implementar los propietarios de empresas micro y pequeñas para el desarrollo empresarial de sus negocios.

Con la finalidad de relacionar el ámbito en el cual se conceptualiza el modelo de investigación planteado se exhibe a continuación la interrelación que guardan los elementos del estudio.

Figura 1 Contexto de la investigación



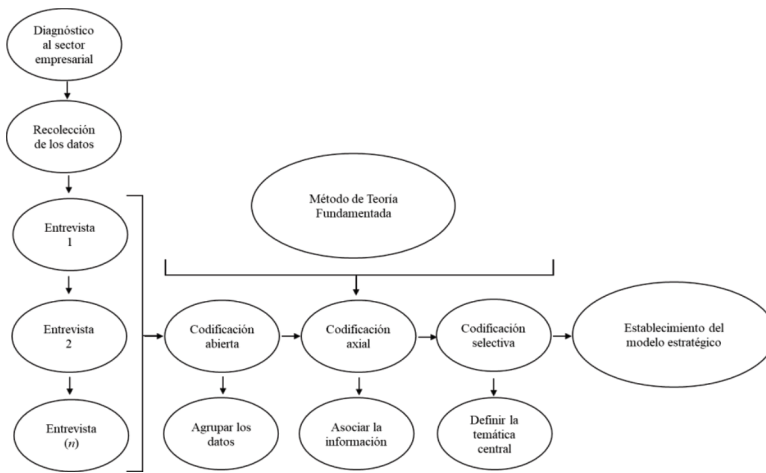
Nota. Adaptado de *Justificación* (p. 79), por Curcio Borrero, C. L.; 2002, Editorial Kinesis

En la figura 2 se exhibe la forma en que se sistematizó la información obtenida en las entrevistas para establecer el modelo estratégico de desarrollo empresarial con base en el método de la TF. Para efectuar el diálogo con cada uno de los empresarios se realizó una entrevista semiestructurada. Este tipo de instrumento se elabora con base en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir comentarios adicionales durante la entrevista para precisar conceptos u obtener más información sobre los temas deseados.



Figura 2

Diseño del modelo estratégico



Nota. Adaptado de *proceso de un diseño sistemático* (p. 473), por Hernández et al, 2014, McGraw-Hill Interamericana Editores

Para efectos de la presente investigación se determinó el uso de un muestreo no probabilístico de juicio secuencial hasta delimitar una saturación de categoría.

El análisis de la información obtenida se realizó a través del software Atlas.ti. Una de las funciones principales del Atlas.ti es que contiene un conjunto de herramientas para el análisis cualitativo de datos textuales. Puede segmentar la información ingresada en unidades de significado a través de la codificación de datos de acuerdo con el contexto conceptual del diseño de la investigación; el sistema realiza conteos y relaciona los códigos de análisis a través de diversas perspectivas y diagramas. Las funciones para el análisis ayudan a organizar, reagrupar y gestionar la información de manera sistemática.

Resultados

Se realizaron 16 entrevistas a dueños de empresas, se presenta en la tabla 2 información relacionada con las características de las empresas visitadas.

Tabla 2 Características de las empresas

Años de operación	Número de empresas
1 - 5	3
6 - 10	5
11 - 15	0
16 - 20	5
21 o más	3
Tamaño	
Micro	12
Pequeña	4
Sector	
Industria	2
Comercio	7
Servicios	7

Nota. Elaboración propia

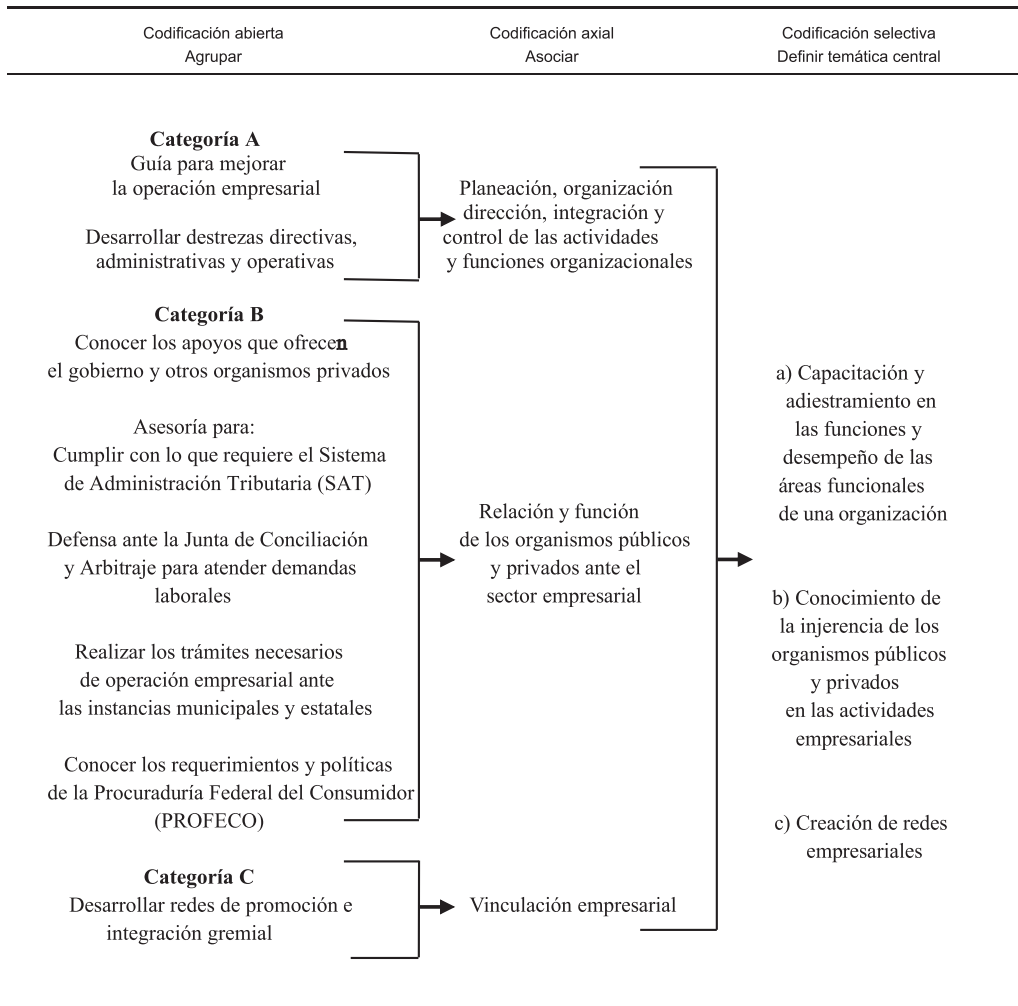
Del total de las respuestas obtenidas se establecen las declaraciones más relevantes surgidas de las opiniones y reflexiones emitidas por los empresarios entrevistados con referencia a los elementos y temas que consideran importantes conocer y fortalecer para el desarrollo empresarial de sus negocios; esta información se presenta en la sección de codificación abierta.

La codificación axial y selectiva permite agrupar los datos con cierto orden para comenzar a conformar el modelo estratégico.

En la tabla 3 se muestran los resultados obtenidos, de acuerdo al planteamiento anterior, presentándose las categorías más significativas conforme al esquema condicional del proceso de diseño sistemático del método de TF



Tabla 3 Esquema condicional del proceso de diseño sistemático

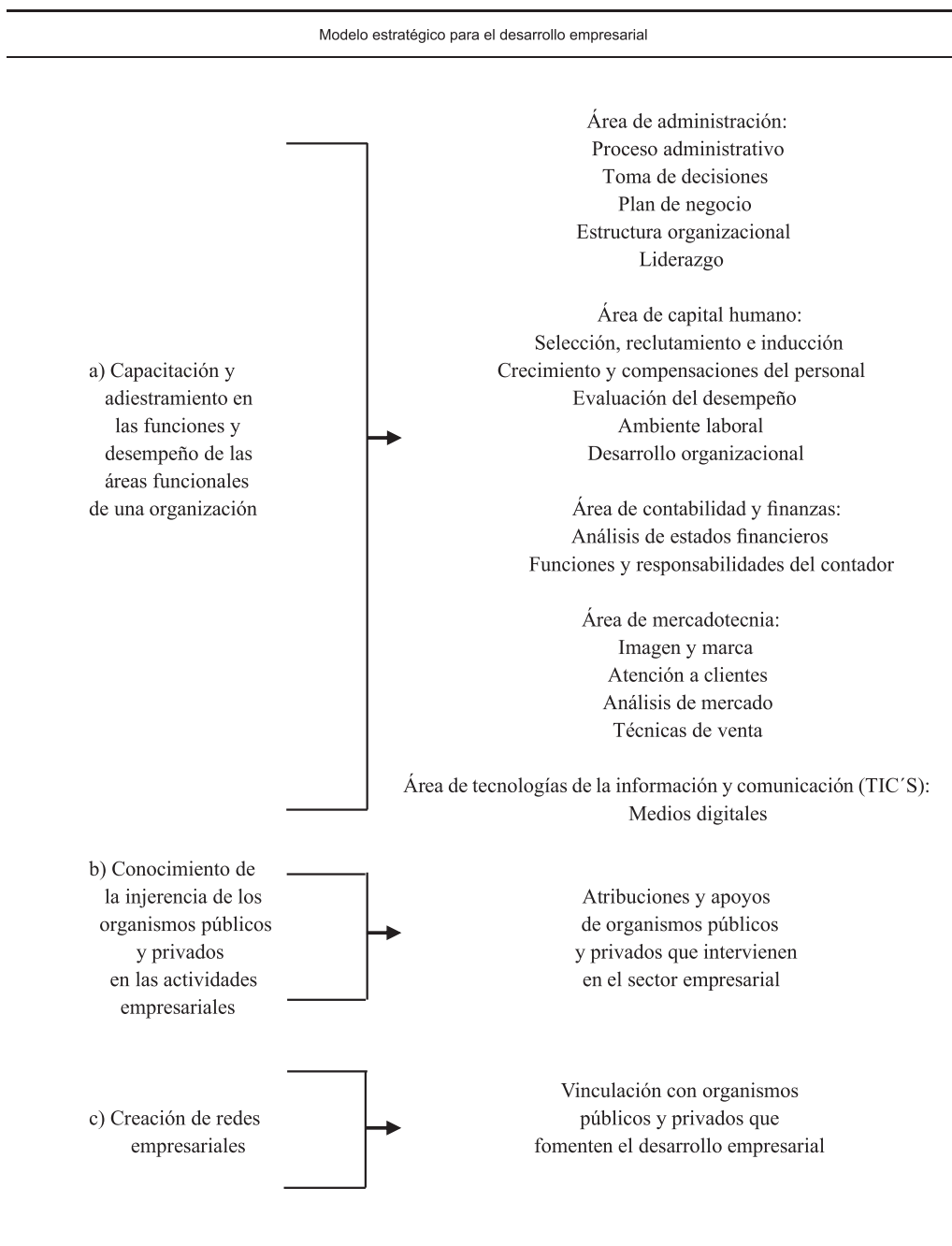


Nota. Elaboración propia

El diseño sistemático presentado en la tabla 3 permite proponer la construcción del modelo estratégico sugerido para que los dueños de las empresas analizadas establezcan directrices que les permitan impulsar el desarrollo empresarial de sus negocios.

En la tabla 4 se expone el modelo estratégico que surge de esta investigación y que se recomienda implementar en la dinámica empresarial para cumplir con el objetivo de este trabajo.

Tabla 4 Modelo estratégico



Nota. Elaboración propia



Este modelo considera 3 secciones que surgen de la codificación selectiva; en el apartado “a” se establecen temas de las áreas funcionales de las organizaciones y en los cuales los empresarios deben capacitarse y tienen una injerencia al interior de los negocios. En los apartados “b” y “c” se determinan procesos y actividades que se presentan de manera externa a los negocios y que de alguna forma pueden condicionar su desarrollo.

Discusión

El sector empresarial, de las micro y pequeñas empresas, experimenta una fuerte transformación derivado de los cambios socioeconómicos y de la globalización; ante esta situación, se requiere de un cambio en la gestión empresarial de los propietarios de estos tipos de empresas que les permita un desarrollo sostenido de sus negocios. Este cambio de gestión debe enfocarse al impulso de nuevas estrategias para adaptarse a un contexto de intensa competencia y transformación empresarial (Elizagarate, 2007). Desde este enfoque resulta significativo analizar los resultados obtenidos en esta investigación acerca de cómo los empresarios entrevistados manifiestan las necesidades que tienen para encaminar a sus empresas a un desarrollo empresarial.

Es importante señalar que a pesar de los años de operación de las empresas visitadas los empresarios coinciden en sus apreciaciones sin importar si tienen de 1 a 10 años o de 11 o más años de existencia, así como no existe una diferencia con relación al sector productivo al que pertenecen. Las necesidades de los empresarios para impulsar el desarrollo empresarial de sus negocios coinciden de acuerdo con los resultados obtenidos en esta investigación.

Con relación al uso de la metodología cualitativa a través del método TF se corrobora la validez de su estructura para realizar investigación con información analizada sistemáticamente. El estudio de campo y los resultados obtenidos han permitido conocer cuáles son los elementos que, desde la perspectiva de los propietarios de micro y pequeñas empresas, requieren impulsar y ejecutar para lograr un desarrollo empresarial. De esta manera se confirma lo manifestado por Creswell, Draucker et al, Glaser y Strauss sobre el método de la TF el cual permite establecer un sentido de comprensión sobre la situación objeto de estudio.

El modelo estratégico, propuesto en esta investigación, permitirá alinear acciones y actividades que los dueños de empresas micro y pequeñas deben fomentar para lograr un desarrollo empresarial de sus organizaciones; esta aseveración se vincula con las propuestas de Porter y Ruiz-Canela quienes señalan que en las empresas se deben implementar estrategias de desarrollo que relacionen su ejecución con su ambiente interno y externo provocando así una evolución del modelo empresarial optimizando su competitividad.

Conclusiones

El objetivo que se definió para esta investigación se ha cumplido; derivado del proceso de diagnóstico y de las entrevistas realizadas a los propietarios de las empresas visitadas, se ha generado conocimiento sistemático acerca de las circunstancias que demandan para impulsar el desarrollo empresarial de sus negocios. Como resultado de la información obtenida se establece una propuesta del modelo estratégico que permita impulsar un desarrollo empresarial de las micro y pequeñas empresas. Este modelo estratégico considera los elementos que, desde mi consideración, se deben fomentar para que el sector empresarial objeto de estudio tenga los elementos básicos para su desarrollo.

Los resultados obtenidos, hasta ahora, arrojan similitudes significativas a pesar del número de la muestra. La presente propuesta de investigación puede continuar ampliando la muestra de empresarios entrevistados para fortalecer y corroborar la información generada y sus resultados.

El modelo de investigación propuesto en el presente estudio puede establecer un criterio de transferencia para analizar empresas medianas y grandes.

Desde el ámbito universitario, esta investigación, genera los lineamientos necesarios para desarrollar cursos y talleres que fortalezcan la actividad de educación continua del área de extensión y vinculación con el sector empresarial. Esta labor puede atender las secciones “a” y “b” del modelo estratégico propuesto; para el apartado “c” será fundamental promover la participación del sector empresarial, objeto de este estudio, con los organismos públicos y privados que fomenten el desarrollo empresarial y como resultado se impulsará el modelo de la Triple Hélice que se caracteriza por la colaboración conjunta y comprometida entre el sector educativo, gobierno y organismos empresariales.

Bibliografía

- Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2011). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y Metodología*. Paidós Educador, México.
- Curcio Borrero; C. L. (2002). Investigación Cuantitativa. *Una Perspectiva Epistemológica y Metodológica*. Universidad de Caldas, Editorial Kinesis, Colombia.
- De la Rosa Alburquerque, A. (2004). *Hacia la Emergencia de un Nuevo Objeto de estudio: La micro, pequeña y mediana organización*. La Dimensión Institucional en el análisis organizacional. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. Año 25, noviembre, Núm. 56 (pp. 129–174). Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa, México.



- Elizagarate, V. (2007). Comercio y Ciudad. La Misión del Marketing de Ciudades en el Desarrollo de la Competitividad del Comercio Urbano. Revista Colección Mediterráneo Económico. Nuevos Enfoques del Marketing y la Creación del Valor. Universidad de la Rioja. España. Obtenido el 8 de abril de 2011, desde: <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me1115.pdf>. En Rico Banderas, E.A. (2018). *Cámaras Empresariales: Correspondencia de su función institucional en el impacto y desarrollo del sector empresarial*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Querétaro.
- Frías Adán, J. A. (2011). Reflexiones Acerca de lo Imprevisto en el Proceso de Gestión Estratégica. Revista Ciencia y Técnica Administrativa. Vol. 7, Núm. 2. Universidad de la Rioja, Fundación Dialnet, Argentina. Obtenido el 9 de mayo de 2011, desde: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2562190>. En Rico Banderas, E.A. (2018). *Cámaras Empresariales: Correspondencia de su función institucional en el impacto y desarrollo del sector empresarial*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Querétaro.
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C; Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ta. Edición. McGraw-Hill Interamericana Editores, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015). *Censos Económicos 2014. Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos*, México.
- Montaño Hirose, L. (2002). *Estrategias empresariales de modernización frente al proceso de globalización. El caso de México*. Revista Gestión y Política Pública. Vol. XI, Núm. 1 (pp. 67-83). División de Administración Pública del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), México.
- Porter. M. E. (2015). *Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria, México.
- Ruíz-Canela López, J. (2004). La Gestión por Calidad Total en la Empresa Moderna. Alfa-Omega Grupo Editor, México. En Rico Banderas, E. A. (2018) *Cámaras Empresariales: Correspondencia de su función institucional en el impacto y desarrollo del sector empresarial*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Querétaro.
- Soneira, A. J. (2007). La Teoría Fundamentada en los datos (*Grounded Theory*) de Glaser y Strauss. En Vasilachis de Gialdino, I. (coordinadora). *Estrategias de Investigación Cualitativa* (pp. 153-173). Biblioteca de Educación Gedisa, Argentina.