

## Capítulo 2: Metodología de la Investigación

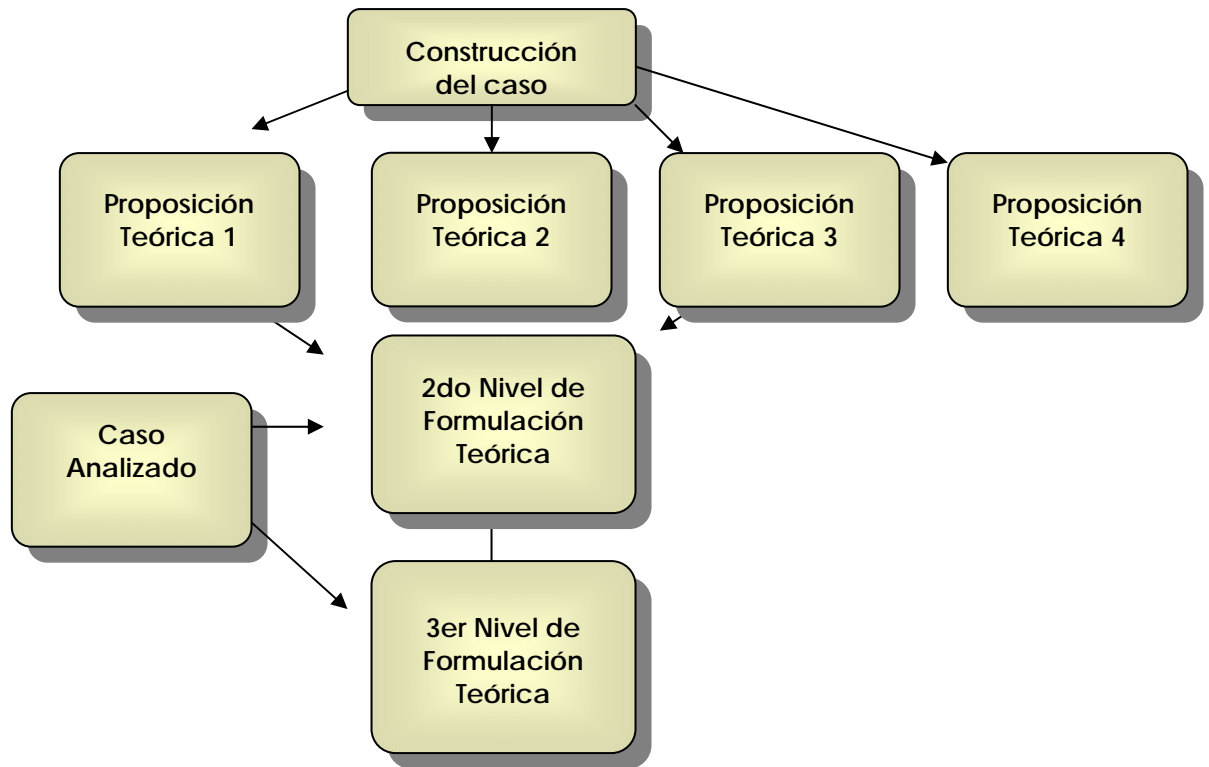
### 2.1 Introducción

La metodología de investigación que se utiliza en este trabajo es el Método Histórico Comparativo (cf. Buendía, 2000). En el siguiente apartado se resume el mismo y se explica la forma en la que éste se usó para lograr los objetivos del presente estudio. Posteriormente, se especifica el proceso de recolección de información que se utilizó para el análisis de caso de la empresa Starbucks Coffee. Para finalizar se darán algunas conclusiones.

### 2.2 Método Histórico Comparativo

La metodología para la elaboración y análisis teórico que se utiliza en este trabajo es el Método Histórico Comparativo (cf. Buendía, 2000). Este método consiste en diferentes niveles de construcción teórica. El primer nivel se logra mediante la descripción del tema a estudiar; en las ciencias administrativas, al resultado de la descripción se le llama “caso de estudio”. El segundo nivel está constituido por la formulación teórica, es decir, una descripción de las teorías ya existentes. Esta formulación se compara con el caso de estudio analizado y haciendo esto pueden aparecer limitaciones conceptuales que podrían llegar a constituir la base de proposiciones teóricas nuevas. Se pueden repetir estos pasos las veces que sea conveniente. Este sistema se ha usado comúnmente en las ciencias naturales y sociales y evoca la metodología científica tradicional. Todo lo anterior se puede ver de forma resumida en la Figura 1.

La elaboración de casos de estudio relacionados con la administración se puede realizar mediante la utilización de algo que se conoce como *grounded theory methodology*. Esta metodología contempla la posibilidad de construir los casos mediante métodos documentales con los cuales se pueden lograr descripciones detalladas acerca de diferentes situaciones de negocios. Es más, Schumpeter (1949), una autoridad en el análisis industrial, sugirió el uso de las fuentes secundarias relacionadas con los negocios, como por ejemplo, las biografías, reportes de empresas, casos de estudio, etcétera, con información relevante que puede contribuir en gran medida a la comprobación de hipótesis y a la ratificación de teorías.

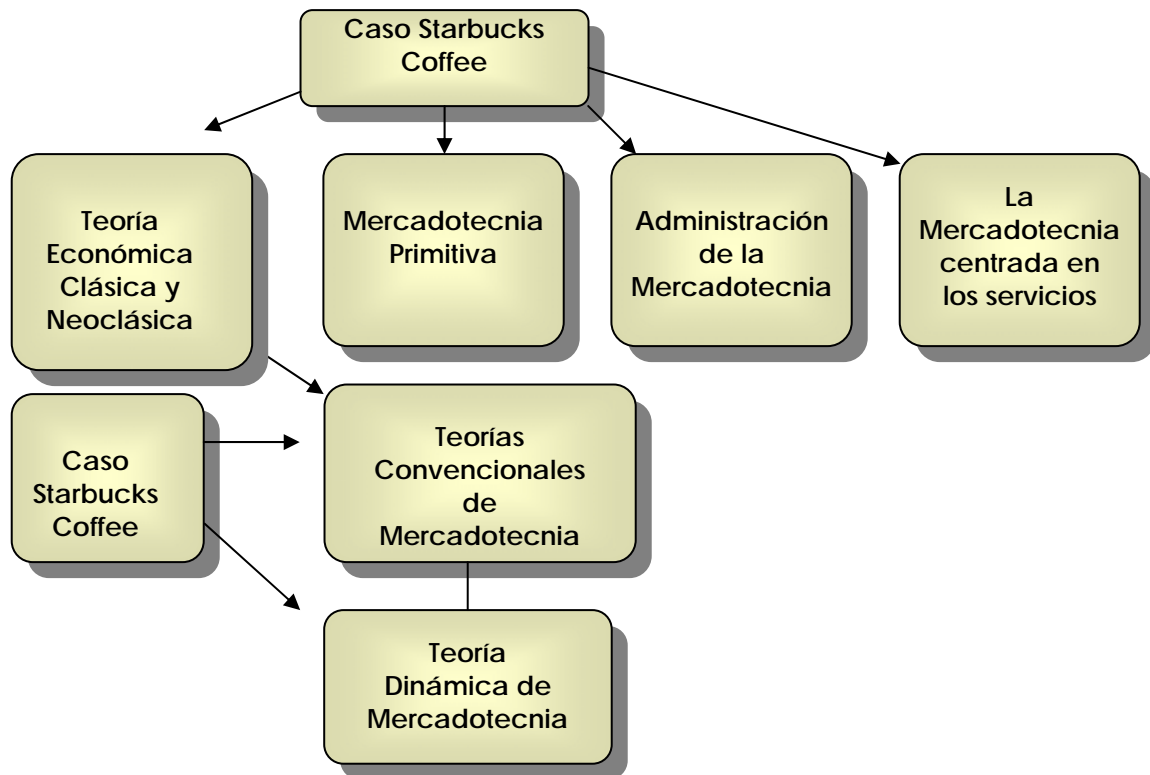


**Figura 1. Método Histórico Comparativo**

**Fuente: Buendía (2000)**

Este método parece adecuado para el desarrollo de esta tesis pues el caso objeto de este estudio se elaboró con fuentes secundarias, artículos, reportes financieros de la empresa, evolución de la empresa desde su creación hasta ahora y algunos libros de apoyo. Con respecto al segundo nivel de construcción teórica, el caso de Starbucks Coffee se compara con las principales teorías de mercadotecnia que se han sugerido a partir de Adam Smith.

Una vez detectadas las limitaciones de estas teorías en el tercer nivel de construcción teórica, el caso de Starbucks Coffee se analiza utilizando la Teoría Dinámica de Mercadotecnia, la cual se sugiere como la más adecuada para explicar casos semejantes a éste. La conclusión a la que se llega luego de aplicar la Teoría Dinámica de Mercadotecnia consiste en cómo un nuevo paradigma se adecua lo suficiente para dar una explicación más precisa del funcionamiento estratégico de la empresa Starbucks. La manera en la cual se adapta este modelo se muestra en la Figura 2.



**Figura 2. Método Histórico Comparativo aplicado a este estudio**

**Fuente: Elaboración propia basado en Buendía (2000)**

### 2.3 Metodología para la Recolección de Datos

Como ya se mencionó anteriormente, la construcción del caso de estudio de esta tesis se hará a través del método que en inglés se llama *grounded theory methodology*. Esta metodología tiene una versión documental que Schumpeter recomienda utilizar para el desarrollo de teorías y que consiste en utilizar los innumerables estudios que existen acerca de los negocios. En el caso de estudio utilizado, la metodología documental ha sido analizada por medio de las principales teorías de mercadotecnia que han evolucionado a través de un siglo.

Existen tres aspectos importantes que hay que tomar en cuenta al desarrollar un análisis de caso basado en la teoría. El primero es determinar lo que se está buscando y que a la vez sirva como un lineamiento efectivo en la investigación. El segundo es cómo ordenar secuencialmente los datos y tercero, obtener los reportes anuales de la empresa a estudiar.

Las fuentes secundarias que se pueden consultar son: la historia de la empresa, la cual provee una perspectiva general de ésta; los reportes anuales, los cuales indican cómo está la

empresa en el área financiera y una amplia variedad de publicaciones de negocios que reportan datos importantes de la empresa. El análisis del caso Starbucks Coffee, que es objeto del capítulo cuarto, se llevó a cabo a través de la versión documental de la metodología de campo utilizando el proceso de recolección de datos estudiado en esta sección.

## **2.4 Conclusiones**

En este capítulo se analizó la metodología utilizada en el proceso de la construcción teórica para el análisis de la empresa a estudiar. Se pueden sacar algunas conclusiones, en primer lugar, cabe mencionar que el Método Histórico Comparativo es una metodología científica que se utiliza en las ciencias naturales y sociales, no se da una justificación explícita de por qué se usa. La segunda conclusión es que la versión documental del estudio de campo para el análisis del caso tiene la ventaja de estar basada en una amplia variedad de estudios y documentos ya existentes que facilita la tarea del recolectar datos acerca de la empresa.