

# OBJETO Y METODO EN LA CIENCIA DE LA EMPRESA

ORLANDO SALINAS GOMEZ\*

## RESUMEN

Con el objeto de proporcionar mayor claridad en el abordaje del estudio de la ciencia de la empresa se enfatizará en este trabajo en dos elementos fundamentales: su objeto de estudio y la metodología. La concreción de un objeto de estudio para la ciencia empresarial planteada en el primer numeral permite establecer los límites de análisis y los lugares comunes de trabajo a partir de su valoración científica.

Analizar qué clase de ciencia es y las metodologías usadas por la ciencia empresarial, numeral segundo, facilitará los instrumentos usados para establecer el para qué se utilizan los conocimientos que se aplican en el acercamiento al objeto de estudio. Con la claridad conceptual aprehendida en los numerales anteriores, el acápite tres plantea la problemática contemporánea que el status epistemológico de la ciencia empresarial suscita desde un enfoque normativo. Aquí se enfatizará en el «deber ser» a partir de la detección de desarrollos temáticos futuros.

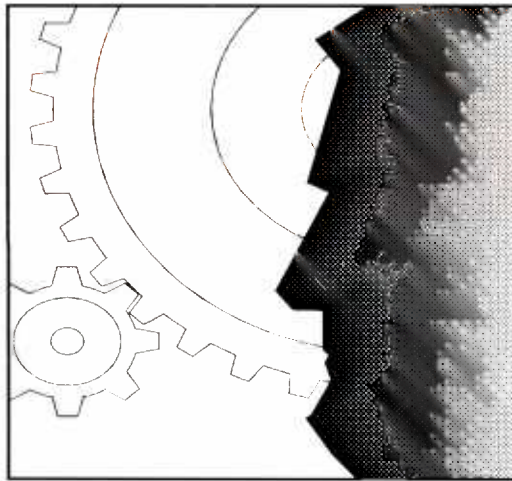
Por último a manera de conclusiones el escrito presenta un resumen de las reflexiones básicas focalizadas en el recorrido discursivo. Durante el avance de la problematización se acudirá a autores preferentemente europeos que no sólo por sus aportes teóricos sino por su nivel de profundidad representan una alternativa al predominio, hasta cierto punto pragmático, de los autores norteamericanos.

\* Profesor titular de la Escuela de Administración de Negocios EAN.  
E-mail OSALINAS@impsat.net.co

## ACERCA DEL OBJETO DE ESTUDIO.

El tema del objeto de estudio de la ciencia de la empresa responde a lo que se aborda como tal. Para algunos escépticos aún no está definido, para otros es el comportamiento gerencial, la teoría de la empresa y, para unos cuantos es la empresa en si misma.

A continuación se hará referencia a cada una de las posiciones mencionadas.



### 1.1 El Empresario.

Para el caso de quienes consideran el empresario como objeto de estudio de la ciencia empresarial, es la persona quien interesa. Por tanto conocer su forma de actuar y de pensar son elementos para determinar perfiles ideales, roles que desempeña y tareas específicas que ejecuta.

En consecuencia las aproximaciones principales a este respecto provienen de la psicología y del estudio del comportamiento en el trabajo, auspiciados en cierta forma por el auge de la teoría de las relaciones humanas en la década del 60.

En este sentido se pueden destacar los trabajos del economista Joseph Shumpeter<sup>1</sup> caracterizando al empresario como un innovador; Henry Mintzberg<sup>2</sup> con su trabajo sobre los roles del directivo, agrupados en relaciones interpersonales, transferencia de información y toma de decisiones.

También se pueden mencionar los estudios de Chester Barnard<sup>3</sup> sobre las funciones de los dirigentes; la teoría motivacional de Logro, poder y afiliación de David Mc.Clelland<sup>4</sup> y los recientes trabajos de Warren Bennis<sup>5</sup> resaltando el liderazgo como razón de ser del gerente contemporáneo. Algunos estudios actuales están indagando sobre el cerebro y para ello diferencian funciones de análisis racionales y de creación en el hemisferio izquierdo y derecho, respectivamente; para su posterior utilización en el estudio de las funciones directivas.

Considerando su rol directivo el distinguido autor norteamericano Peter Drucker<sup>6</sup> concibe al empresario como un gerente eficaz que persigue a través de otras personas la consecución de objetivos para la empresa.

Al margen de cuál consideración sea la más acertada, la ubicación del empresario como objeto de la ciencia empresarial está precariamente desarrollada. Persiste la confusión conceptual entre administrador, gerente, gestor, empresario, manager, etc. y lo que es más incierto cae en el exagerado psicologismo el cual origina un relativismo subjetivo lejano de una pretensión científica.

En este orden de ideas Mintzberg considera que la gestión no puede considerarse ciencia ya que se carece de una ciencia del trabajo

directivo resaltando el hecho de que ninguna actividad del directivo ha sido programada explícitamente, requiriéndose que se identifiquen programas directivos, se especifique su contenido y se haga simulación para reprogramar su trabajo. Así pues, según él no se dispone de una ciencia de gestión porque los directivos no trabajan de acuerdo con procedimientos prescritos por el análisis científico.<sup>7</sup>

### 1.2 La teoría de la Empresa.

Un punto de partida al considerar las teorías empresariales como ciencia es determinar cuál es el concepto de ciencia que se asume y así establecer consecuentemente a qué clase de ciencia se refiere.

En términos amplios se expresa lo científico como aquello que tiene fiabilidad, está fundamentado y posee autoridad a nivel de comunidad.

Siendo más profundos se acepta el presupuesto ontológico de que la realidad es una construcción social y por tanto la ciencia es una sistematización cultural de

<sup>1</sup>Especialmente en su obra Capitalismo, Socialismo y Democracia.  
<sup>2</sup>Recomiendo Mintzberg, Henry. El trabajo de la Administración: fantasías y realidades. En: Mintzberg, H. El Proceso estratégico. México: Prentice Hall 1993 pp.25-37.  
<sup>3</sup>Véase: Barnard, Chester. Las funciones de los elementos dirigentes. Madrid, Instituto de Estudios Políticos. 1959.  
<sup>4</sup>Véase: Mc.Clelland, David. La sociedad ambiciosa. Madrid: Guadarrama.1968.  
<sup>5</sup>Véase: Bennis, Warren en sus obras Cómo llegar a ser líder (1990) y Beyond Leadership: balancing economics, ethics and ecology (1994).  
<sup>6</sup>Su prolífica obra aborda muchos temas; para el efecto del análisis del empresario y el gerente se recomiendan: El gerente eficaz (1967); La innovación y el empresario innovador; y Management, task, responsibilities, practices (1974).  
<sup>7</sup>Mintzberg, Henry. La naturaleza del trabajo directivo. Barcelona, Editorial Ariel. 1973. p.214

## OBJETO Y METODO

la realidad<sup>8</sup> y su objeto, en palabras de Popper, es proporcionar explicaciones satisfactorias que permitan el desarrollo científico a partir del aumento de conocimiento que va de viejos a nuevos problemas.<sup>9</sup>

El acogimiento del concepto popperiano de ciencia desliga la interpretación del positivismo lógico en el sentido de apartarse de que sólo son válidas y tienen significado las teorías que se pueden verificar a través de hechos observables.

Por el contrario se plantea que una teoría debe preceder a todos los enunciados observacionales que pueden ser falibles tal como las teorías que los soportan.

Desde esta óptica y para el análisis de la ciencia empresarial el punto de partida en la teoría de la empresa no son los hechos empresariales (datos, experimentos, observaciones) sino la construcción teórica que los anteceden y que proporcionan discusión crítica sobre su verdad.

En palabras de Recio<sup>10</sup> una teoría son enunciados que nos informan sobre hechos que en la medida en que se relacionen con la realidad adquieren validez, lo que significa de otro modo que toda teoría está sujeta al rechazo en el sentido de considerarse como una suposición, conjetura o hipótesis.

En este orden de ideas la teoría de la empresa como objeto de estudio de la ciencia empresarial debe construirse a partir de la realidad empresarial y por tanto sin un conocimiento objetivo de la empresa la teoría será más débil, susceptible de ser fácilmente refutada.

Así la realidad empresarial puede ser analizada desde diferentes modelos teóricos que son el resultado de un desarrollo histórico y de una permanente dinámica de buscar la verdad de lo que sucede en la empresa.

Como ejemplo de lo anterior se pueden citar las diferentes teorías organizacionales que de acuerdo con una concepción de empresa, la describen.

Es el caso de la teoría fayolista; la teoría de la administración científica de Taylor; la teoría de la administración Burocrática de Weber; la doctrina de las Relaciones Humanas de Elton Mayo; la teoría de Sistemas de Katz y Kahn; la teoría de la Contingencia

basada en los estudios de Woodward; y algunas teorías nacientes como el aprendizaje organizacional y la teoría del caos, entre otras.

Construídas en la realidad, las teorías organizacionales se convierten en un instrumento de conocimiento que elimina el falso dilema entre teoría-práctica.

Por un lado corroboran el desligue de la inducción, que en este caso estaría dado por observar en la empresa para luego arribar a leyes generales sobre ella; y por otro lado, afianza el convencimiento de que toda observación sobre la empresa está orientada por la teoría que no es más sino un intento de solucionar problemas encontrados en el comportamiento empresarial.

Dicho de otro modo, los solo hechos empresariales no nos pueden conducir a una teoría general de la empresa sino a la detección de problemas que originan constructos teóricos que se comprueban luego por la observación y la experimentación.

Entender la relación realidad-empresa responde de alguna manera a afrontar la larga lista de problemas identificados en la interacción teoría -sector productivo o también llamada en un sentido más general teoría-praxis.

Como objeto de estudio de la ciencia empresarial, la teoría de la empresa pierde significado. Una teoría es un conjunto de conceptos acerca de la empresa que se formula en afirmaciones que pueden ser verdaderas y por ende tienen un carácter instrumental para entender un objeto de estudio específico. Con base en ello la construcción teórica se profundizará un poco más en los aspectos metodológicos analizados en el numeral dos.

### 1.3 La Empresa.

Además de tener como marco de referencia un concepto de ciencia para la construcción de teorías empresariales es necesario poseer un concepto de empresa que

<sup>8</sup>La construcción social de la realidad es una tesis defendida por Berger y Lukman. En cuanto a la conceptualización de ciencia se acoge a Acordagoicechea, Juan. Cambio científico y dogma.1978.

<sup>9</sup>Véase Popper, Karl. El desarrollo del conocimiento científico. Conjeturas y Refutaciones. Editorial Paidós, Buenos Aires. 1963.

<sup>10</sup>Véase: Recio, Eugenio. Metodología de las ciencias sociales. s.f. p.135.



## OBJETO Y METODO

establezca límites de análisis y elimine ambigüedades y tergiversaciones.

Uno de los problemas de la ciencia empresarial es la vaguedad terminológica que influye negativamente en la operatividad de los conceptos. En efecto, comúnmente se confunden gerencia, management, administración, gestión empresa, organización, business administration, etc. En aras de la definición del objeto de estudio de la ciencia empresarial se asumen como sinónimos, sin grandes cambios semánticos entre ellos;

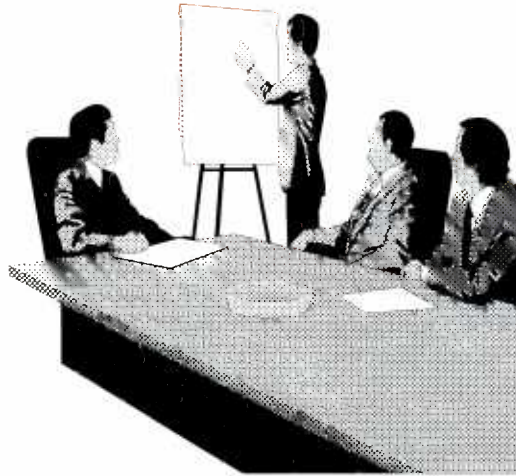
algunos tratadistas opinan que el término management está acuñado para empresas privadas y el de gestión para las públicas. Sin embargo en palabras de Popper «...no permitas la inclinación de tomar en serio los problemas acerca de las palabras y sus significados. Lo que ha de tomarse en serio son las cuestiones de hecho y las aserciones sobre hechos: teorías e hipótesis; los problemas que resuelven; y los problemas que plantean.»<sup>11</sup>

Sin descuidar este asunto terminológico se debe ser consciente de que la confusión entre designaciones, conceptos o palabras pueden originar enunciados o teorías que carecen de significado y por lo tanto permiten una libre interpretación. A este respecto en la teoría empresarial son muy corrientes los casos de conceptos como éxito, fracaso, aprendizaje, empresario, resultado, meta, filosofía, etc.

Para efectos explicativos se concibe una empresa como un grupo de personas reunidas con fines económicos que no son necesariamente rentabilidad económica sino la optimización de los recursos.

Para el equipo de profesores de HEC (París) la empresa es una entidad que persigue unos objetivos propios, por las vías y los medios que ella misma se procura, y si se acepta que puede ser objeto científico, entonces la política de empresa es la ciencia de la libertad de empresa.<sup>12</sup>

Desde una óptica económica dirigida a la productividad, Erich Gutenberg logró que la economía de la empresa fuese considerada como ciencia en Alemania; este autor considera que el objeto de la teoría empresarial es la empresa, entendida como una combinación de factores basada en la función de producción. Su argumentación



se sustenta en tres aspectos destacados por Albach:<sup>13</sup> La solución a las oscilaciones del valor monetario, la solución a los problemas de la causalidad de los costos y los problemas de la incertidumbre en las decisiones sobre política de ventas.

Para Gutenberg la empresa es un sistema socio-técnico equivalente a «unidades económicas»; esta posición cae en un antihistoricismo muy marcado en el sentido de su estaticismo, al desconocer la influencia del contexto socioeconómico y los consecuentes efectos de las

revoluciones científico-técnicas.

Por su parte el profesor alemán Horst Albach acoge los planteamientos de Gutenberg enfatizando su preocupación en la relación teoría-práctica y por ello considera que la economía de la empresa es una ciencia en la medida en que se base en datos de la empresa. Para él la formación teórica orientada a la práctica significa el continuo intento de contrastar la teoría con siempre nuevos segmentos de la realidad cercana a la praxis.<sup>14</sup>

Dentro de este recorrido por autores europeos es importante destacar a Hans Jensen. Además de ser rector de una prestigiosa Escuela de Negocios en Suecia, este autor plantea una novedosa clasificación teórica en la que se ubica a las ciencias empresariales dentro del paradigma de la Teoría de la Firma. A este respecto pertenecen las teorías de tipo T3 que son las que permiten aplicar los conocimientos a la realidad de acuerdo con una intencionalidad de solucionar problemas concretos de la realidad teniendo en cuenta un conocimiento general. «Theories in the management and business sciences are very often of type T3.»<sup>15</sup>

Al igual que Gutenberg y Albach, Jensen comparte la idea de que se puede hablar de ciencia empresarial si

<sup>11</sup>Popper, Karl. Búsqueda sin término. Una autobiografía intelectual. Madrid, editorial Tecnos 1987. pp.25-42.

<sup>12</sup>Strategor. Estrategia, estructura, decisión. Identidad. Biblio empresa. Barcelona, 1995. p.xix.

<sup>13</sup>Albach, H. La economía de la empresa como ciencia. Ediciones Universidad de Alcalá de Henares. 1993 p.5.

<sup>14</sup>Albach, H. La formación orientada a la praxis en economía de la empresa. sf. p.2.

<sup>15</sup>Jensen, Hans. Paradigms of theory-building in business studies. En: European Research paradigms in Business studies. Handelshojkolen forlag. Denmark. 1995. p.21.

por un lado se relacionan conocimientos con aplicación en la solución de problemas empresariales y por otro, distinguimos los paradigmas de aplicación práctica.

Por su parte otro tratadista alemán, Hans Ulrich, no ve la ciencia de la empresa con un solo objeto de estudio y por ello propugna por la necesidad interdisciplinaria alrededor de la idea del management.<sup>16</sup>

Según Ulrich la ciencia empresarial requiere de la interdisciplinaria dada por la teoría de los sistemas y por eso define la empresa como un sistema socioeconómico caracterizado por una racionalidad económica y, por ser una unidad económica que no constituye un objeto de estudio de una ciencia única.

Contrariamente a los planteamientos de Ulrich el profesor alemán Gunter Wohe considera que se puede hablar de ciencia empresarial ya que por sí sola ésta tiene una tradición que se enriquece con otras ciencias empresariales que no consiguen eliminar la identidad de la empresa a partir del tratamiento interdisciplinario.<sup>17</sup>

De acuerdo con Wohe si se asume la ciencia empresarial como interdisciplina, el objeto de estudio se diluye y la economía de la empresa sería un mero recetario.

Parece ser que los tratadistas de la ciencia empresarial coinciden en que su objeto de estudio es la empresa que debe caracterizarse específicamente y con unos límites perfectamente definidos que permita su identidad como una ciencia unitaria con un objeto de estudio propio.

Lo anterior no significa un abordaje monodisciplinario de la empresa sino que el concepto de empresa como objeto de estudio posibilite su aproximación desde distintas ópticas. Wohe trabaja algunas: The decision-oriented approach (DOA); behaviour-oriented approach (BOA); System-oriented approach (SOA); Labour oriented approach (LOA) y situative approach.<sup>18</sup>

Sobre la empresa se puede decir que se entiende como un conjunto de personas que interactúan socialmente por medio de su trabajo para obtener una finalidad económica que no es necesariamente la rentabilidad.

La utilidad de esta conceptualización se sitúa en su contribución a extender la cobertura a toda clase de organizaciones<sup>19</sup> como colegios, universidades, iglesias, batallones, familias, etnias, etc que pasan a ser objeto de análisis de la ciencia empresarial. Desde esta perspectiva la mayoría de los estudios recientes se concentran en el análisis de organizaciones como entes

sociales, creadas intencionalmente, orientadas a objetivos no necesariamente económicos para transformar condiciones reales del entorno.

### LA METODOLOGIA DE LA CIENCIA EMPRESARIAL.

Al aceptar la empresa como objeto de estudio de la ciencia empresarial es preciso reflexionar sobre su metodología como pilar de su status epistemológico y, a su vez, como elemento diferenciador entre lo que es ciencia empresarial y lo que no es. Esto conlleva necesariamente a la discusión acerca de la demarcación en palabras popperianas.

La tesis inherente al planteamiento de este escrito sostiene que la existencia de una metodología es condición sine qua non para que podamos hablar de ciencia. Por lo tanto si el objeto de estudio es la empresa la cuestión es cómo estudiarla y qué método se puede aplicar para llegar a ella. De acuerdo con la conceptualización de empresa como una interacción social de personas con una finalidad económica es necesario identificar los instrumentos útiles que se emplean para argumentar o fundamentar los conocimientos que se aplican en su estudio.

Al hablar de ciencia de la empresa se asume que es una ciencia social de naturaleza empírica en el sentido de ser práctica ya que trata de actuar sobre los hechos de la realidad y por lo tanto su quehacer se sitúa en establecer cómo conseguimos los conocimientos empresariales y cómo los llevamos a la práctica empresarial. De este modo su verdad consiste en reflejar lo que sucede fuera del individuo o sea en relacionar conocimiento con realidad que es en últimas la tarea de las ciencias reales como configuración del mundo exterior.

Como ciencia social de carácter práctico en el sentido de su aplicación en la empresa tiene en ella un objeto de estudio independiente que requiere de diferentes ciencias auxiliares para estudiar la empresa entendida ésta como un ente social con una finalidad económica.

Con la óptica de que la ciencia de la empresa es una ciencia unitaria con un objeto de estudio propio (la empresa) se puede afirmar que en su afán de construir

<sup>16</sup>Ulrich, Hans. Subject Matter of Business Administration.

<sup>17</sup>Wohe, Gunter. Business Administration: Present theoretical Approaches. pp.287-288.

<sup>18</sup>Ibid. pp.273-286.

<sup>19</sup>Para muchos estudiosos el término Organización es más amplio que el de empresa en el sentido de que las primeras pueden ser no productivas. Véase: Dávila, Carlos. Organización y Administración: Cuál es la diferencia. Bogotá: mimeógrafo. Uniandes 1989.

conocimiento sobre la empresa y de obtener explicaciones satisfactorias acerca de su comportamiento, necesita de un abordaje interdisciplinario que le viene del método para su conocimiento y no del objeto de estudio, la empresa.

De acuerdo con lo anterior no es de extrañar que la sociología, por ejemplo, se detenga en la empresa ya que su objeto de estudio son los grupos sociales. La empresa como objeto de estudio de la ciencia empresarial tiene unicidad y sus métodos de conocimiento relacionados con un conjunto ordenado de reglas diseñadas para resolver sus problemas económicos, humanos, técnicos, etc; están configurados en ciencias auxiliares como la ciencia política, psicología, ingeniería, sociología, matemáticas, economía, etc.

Cuando se estudia la empresa con base en los conocimientos de la ciencia empresarial se habla de la ciencia de la empresa; si se hace referencia desde diversos objetos y métodos de las ciencias auxiliares se relaciona con estudios de las ciencias empresariales en plural. En esta misma dirección cuando se estudia la empresa con el lente de las áreas funcionales - mercadeo, finanzas, recursos humanos, sistemas, jurídico, producción- se están analizando objetos de estudio diferentes que no se pueden analizar independientemente.

Este planteamiento implica asumir un criterio holístico como método en el estudio de la empresa. Ella se explica como una configuración de un todo pero de otra manera su entendimiento está en función de cada una de sus partes.

Desde el planteamiento de Lakatos<sup>20</sup> sobre los programas de investigación se puede interpretar que el núcleo central o sea las hipótesis teóricas generales de la ciencia de la empresa está constituido por la teoría de la empresa mientras que su cinturón protector -hipótesis auxiliares, supuestos subyacentes, enunciados observacionales- está formulado en los aportes de las ciencias auxiliares utilizadas como método para el estudio de la empresa.

En consecuencia el desarrollo de la ciencia de la empresa deberá tener dos objetivos básicos: expandir y relacionar teorías que expliquen el núcleo central, la teoría de la empresa; y, conducir el descubrimiento de nuevo conocimiento de la empresa o resultados teóricos mejores sobre ella.

En el ámbito de una ciencia relacionada con la realidad de la empresa, la ciencia de la empresa ha puesto

especial atención al contacto con ella. Sin embargo no ha estado exenta del influjo positivista que introdujo los siguientes mandamientos llamados así por Mc.Closkey<sup>21</sup> en relación con la economía y otras ciencias:

1. La predicción y el control como fines de la ciencia.
2. Sólo las implicaciones observables de una teoría importan para afirmar que es verdadera.
3. La comprobación conlleva experimentos objetivos y reproducibles.
4. Si y solo si la implicación experimental de una teoría demuestra ser falsa, la teoría también lo es.
5. Hay que valorar la objetividad; la observación no es un conocimiento científico.
6. «Cuando no puedas expresarlo con números, tu conocimiento es pobre e insatisfactorio». (Kelvin).
7. La introspección, la creencia metafísica, la estética, etc. pueden tener importancia en el descubrimiento de una hipótesis, pero no en su justificación...
8. Es la metodología la que tiene que separar el razonamiento científico del no científico...
9. Una explicación científica de un hecho, lo ampara bajo una ley protectora.
10. Los científicos... no deben tener nada que decir como científicos sobre los deberes del valor, ya sea moral o artístico.

Como ejemplo de este enfoque positivo se suelen citar los trabajos de Fayol, Taylor y otros. En efecto, los elementos del proceso administrativo, los afamados 14 principios, la racionalización del trabajo; el desarrollo de una ciencia del trabajo; la selección científica del trabajador y en general todos los conceptos de la llamada Administración Científica; han sido ubicados como un intento de visualizar la administración desde una categoría científica desde una perspectiva mecánica o positivista.

Sin embargo muchas de esas críticas son exageradas, no se puede pretender calificar a un intento de sistematizar el estudio administrativo con un mero rótulo de positivista.

Es válido pensar que los planteamientos fayolistas y tayloristas pueden considerarse descontextualizados en términos de su desconocimiento del entorno; pero igualmente certero es que fueron ellos los pioneros en establecer una doctrina administrativa que ha contribuido en el desarrollo progresivo de los principios administrativos y las posteriores ideas que los complementan y enriquecen.

## OBJETO Y METODO

En este mismo orden de ideas el trabajo ya mencionado de Mintzberg<sup>22</sup> supone el desarrollo de programas específicos para problemas como la toma de decisiones, el control de proyectos, la creación de modelos de simulación, el análisis en tiempo real, entre otros.

El criterio inherente al planteamiento positivista está centrado en buscar hechos, teorías, enunciados, observaciones que no admitan duda. Aunque en apariencia esto es plausible, lo cierto es que el aspirar a tener una base empírica sobre la realidad empresarial es de por sí irreal.

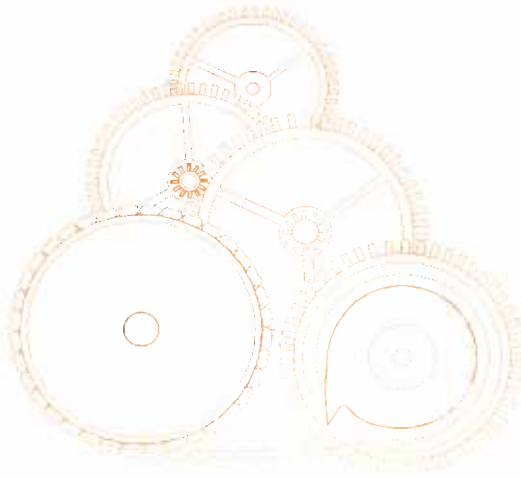
Primero porque nos falta información, muestras representativas de las empresas y sus hechos y, sobre todo, porque la complejidad empresarial hace imposible el conocimiento total de la realidad; de una manera mejor, el conocimiento de todas las variables, y sus interacciones, que intervienen en nuestro objeto de estudio será siempre una aproximación.

Lo dicho significa por un lado, el surgimiento de la necesidad de establecer una relación dialéctica entre lo cuantitativo y lo cualitativo y por otro, no absolutizar el método empírico en la ciencia de la empresa<sup>23</sup> sobre todo en cuanto al peligro de dar mucho valor a la verificación de hipótesis.

No obstante, la desmitificación de lo cuantitativo no ha logrado disminuir la pretensión de explicar la empresa a partir del uso excesivo de la estadística o de una especie de deificación de «lo duro» correspondiente al cuño positivista y al pensar de que sólo es científico aquello basado en procesos experimentales. De ahí se hicieron populares los test psicométricos, las regresiones, los métodos PERT-CPM, la econometría, la modelización, las técnicas de muestreo, los árboles de decisión, los análisis de sensibilidad y un largo etcétera.

De por sí Albach insiste en la verificación objetiva como elemento esencial para la formulación de una teoría empírica de la firma no solo en lo referente a modelos de decisión sino también en cuanto a análisis funcionales como la teoría de la inversión o la de marketing.<sup>24</sup>

De todas maneras sería ingenuo caer en el extremo de evitar todo tipo de evidencia empírica; antes por el



contrario bienvenida sea siempre y cuando ello no oculte su exposición a la contrastación rigurosa. En verdad se pueden presentar casos provenientes de una matematización insulsa o de enunciados formulados ambiguamente o sin argumentaciones válidas. Esta inmunización se presenta cuando las teorías son enunciadas de tal forma que no pueden ser refutadas con los hechos;<sup>25</sup> por el contrario al igual que en toda ciencia, en la ciencia de la empresa se deben buscar verificaciones, contrastaciones cruciales que puedan refutar la teoría contrastada, aunque nunca podrían

establecerla.<sup>26</sup>

El prestar atención a estos asuntos de falsación, el método crítico, la dualidad cuantitativo-cualitativo, la determinación de qué clase de ciencia es la ciencia de la empresa y su vinculación con la praxis; deja entrever que el desarrollo de un núcleo duro sobre la teoría de la empresa está en construcción.

Ello se debe a que el desarrollo teórico es muy reciente -prácticamente del siglo XX- y además de que tampoco hace un tiempo era muy profusa la sustentación de los paradigmas que rigen el estudio de la empresa en términos de lo que Kuhn llamó « la constelación de creencias, valores, técnicas, etc. que comparten los miembros de una comunidad dada. Por otra parte, denota una especie de elemento de tal constelación, las concretas soluciones de problemas que, empleadas como modelos o ejemplos, pueden reemplazar reglas explícitas como base de la solución de los restantes problemas de la ciencia normal.<sup>27</sup>

Particularmente con el advenimiento de la segunda revolución industrial los paradigmas empresariales básicos cambiaron y alrededor de ellos se fue formando una comunidad de pares que trabajó sobre los instrumentos y argumentos epistemológicos para comprender el desenvolvimiento de la empresa y la configuración de teorías que la describieran y explicaran a la luz de un nuevo orden social.

<sup>22</sup>Mintzberg, Henry. Op. cit.

<sup>23</sup>Kohler, Richard. Research in business Administration.

<sup>24</sup>Albach, Horts. Business Administration: History in German-speaking countries.

<sup>25</sup>Recio, Eugenio Op.cit. p.136.

<sup>26</sup>Popper, Karl. Op.cit. p.52.

<sup>27</sup>Kuhn, Thomas. La estructura de las revoluciones científicas. México: Fondo de cultura económica. primera reimpresión. 1992 p.269.

## OBJETO Y METODO

De acuerdo con la evolución reciente de la ciencia empresarial, Albach<sup>28</sup> establece los siguientes criterios de valoración de lo que el denomina economía de la empresa como ciencia:

- A) Relación causa-efecto o formulación de enunciados si, entonces.
- B) Libertad de juicios de valor: Que no dependan del objetivo del científico sino de la realidad empresarial.
- C) Validez en el espacio y el tiempo.
- D) Objetividad: Los enunciados empíricos deben ser verificados por terceros y aplicados.
- E) Falsabilidad: Búsqueda de enunciados empíricos que rechacen la teoría.

Una postura similar es defendida por Recio<sup>29</sup> cuando se refiere a las características de la ciencia moderna como un intento de sistematizar la realidad: universalismo (para todos), positivismo (verificación empírica) y utilitarismo (aportación científica). Así pues, el reconocimiento reciente del status de ciencia a la ciencia de la empresa, que no todos comparten, obliga ahora si a hacer hincapié en la identificación de los métodos que utiliza para aplicar los conocimientos a la realidad de la empresa.

Para Kohler<sup>30</sup> los métodos en Business Administration están en relación con logros en objetivos de investigación, explicación de interrelaciones, pronósticos de hechos futuros, soportes para la acción y descripción de hechos para iniciar una investigación. A partir de la interdependencia de tres contextos: descubrimiento, justificación y uso, Kohler sitúa los métodos de la administración que se pueden agrupar así:

En coherencia con los objetivos de investigación y común a las otras ciencias Kohler establece un método como

METODO	CONTEXTO	APLICACION
1. HEURISTICO	Descubrimiento	Creatividad- Resolución de problemas
2. ANALITICO	Justificación	Algoritmos Programación lineal
3. INDUCTIVO	Descubrimiento	Formulación de hipótesis. Método del caso.
4. DEDUCCION	Descubrimiento	Teoría de la decisión Producción.
5. INVESTIGACION EMPIRICA	Justificación	Evaluación de información obtenida.
6. INVESTIGACION LOGICA	Justificación	Teoría de precios Análisis de modelos.
7. CUANTITATIVOS	Uso	Investigación Operativa Regresión.
8. CUALITATIVOS	Uso	Historia de vida Método Delphi.
9. EXACTOS	Uso	Aplicaciones estadísticas
10. INEXACTOS	Uso	Admon. Estratégica

el uso de tareas específicas de investigación y por ende sigue estos pasos para investigar en administración:

- a) Desarrollo de un problema orientado a tener un marco de referencia.
- b) Descripción del objeto a partir de la clasificación y agrupamiento de atributos similares.
- c) Establecimiento de hipótesis.
- d) Prueba de hipótesis.
- e) Conexión de procedimientos relacionados con metas de investigación.
- f) Evaluación de resultados de investigación considerando las metas de investigación.

De otra parte, ya no relacionado con problemas de investigación es de singular interés mencionar el método de interpretación metafórico esbozado por el profesor norteamericano Gareth Morgan<sup>31</sup> para el análisis organizacional.

Para él las imágenes y metáforas son sistemas de interpretación organizacional que sirven como método para comprender las organizaciones a partir de la mediación social y de la adquisición de nuevas formas de pensamiento. En este sentido el uso de la metáfora se justifica para mostrar herramientas de análisis en teoría organizacional basados en significaciones asociadas a diferentes metáforas y cómo ello tiene implicación en el proceso de construcción teórica.

Aún cuando la metáfora está muy ligada con el proceso literario está claro que Morgan la utiliza en función de fecundar el pensamiento a través del método deductivo en el que el análisis metafórico reúne todos los elementos de una organización como un mundo de significados simbólicos que permiten la liberalización de la imaginación. Incluso el aporte del método metafórico de Morgan consiste en relacionar la metáfora con un paradigma en el cual encaja o se clasifica la metáfora. Así lo afirman Morgan y Smircich: «Al seleccionar diferentes metáforas para elaborar sus teorías, implícitamente se comprometen con una posición epistemológica, enfatizando tipos y formas particulares de conocimiento. Los debates sobre epistemología dependen... de la defensa de tipos diferentes de intuición metafórica como un medio para capturar la naturaleza del mundo social».<sup>32</sup>

<sup>28</sup>Albach, H. Op.cit. p.p.7-9.

<sup>29</sup>Recio, Eugenio. Op.cit. p.121.

<sup>30</sup>Kohler, Richard. Op.cit. p.p 2136-2140.

<sup>31</sup>Véanse los textos de Morgan Paradigms, Metaphors and Puzzle Solving in Organization theory (Cornell University 1980) e Imágenes de la Organización, Madrid, editorial Rama, 1980.

<sup>32</sup>Morgan, Gareth y Smircich, Linda. Acerca de la investigación cualitativa. Academy of Management Review Vol. 5 No. 4 1980. ( Traducción Celia Spraggon Uniandes , Bogotá) p.495.



### CONCLUSIONES.

Poco a poco en la comunidad científica internacional está aumentando el interés por identificar el carácter de científicidad de la ciencia de la empresa. Para enriquecer tal problemática se considera que los fundamentos científicos para un estatuto epistemológico están sustentados en la claridad del objeto de estudio y en la definición de sus distintas formas de aproximación metodológica.

Para la delimitación del objeto de estudio de la ciencia empresarial se ha considerado la empresa como objeto entendida ésta como un conjunto de personas reunidas con fines económicos y que interactúan socialmente.

Aceptar esta conceptualización conduce a extender el campo de análisis a universidades, hospitales, iglesias, tribus, etc. Por ello interpretar su realidad será el espacio de trabajo de la ciencia de la empresa que enfatizará en la explicación de fenómenos presentes en ella y también, en la comprensión entendida como la capacidad de producir respuestas apropiadas a los problemas identificados en ella. En este sentido la empresa no es un mero problema de abordaje investigativo sino una problemática compleja; objeto de estudio de la ciencia de la empresa que no puede seguir estudiándose desde las fronteras de una sola disciplina.

El objeto de la ciencia empresarial es único pero su forma de análisis es diferente de acuerdo con la perspectiva de cada una de las disciplinas particulares que la estudien. Así pues, la interdisciplinariedad es inherente al método y no al objeto y por ello todas las otras ciencias como la economía, la psicología, ingeniería, matemáticas, etc. son ciencias auxiliares.

De igual manera cuando se realiza el análisis funcional de la empresa a través de la clásica separación entre mercadeo, finanzas, recursos humanos y producción, se está aceptando que cada una de ellas trabaja con objetos de estudio diferentes pero que no pueden ser estudiadas independientemente de las otras.

En cuanto a la categorización científica se ha asumido la ciencia de la empresa como una ciencia social de naturaleza empírica que trata de actuar sobre los hechos de la empresa y por tanto actúa sobre cómo conseguimos los conocimientos empresariales y cómo los llevamos a la práctica.

Para encontrar una respuesta a los dos anteriores interrogantes se ha acudido a la conceptualización de un programa de investigación dada por Lakatos y a los criterios de demarcación esbozados por Popper. Los

argumentos esgrimidos en este trabajo condujeron a no descartar métodos cualitativos ni cuantitativos para el acercamiento a la empresa como objeto de estudio.

En efecto, los métodos cuantitativos son útiles para la ciencia de la empresa en cuanto proporcionan instrumentos para la medición referida a escalas y análisis estadístico; y también en cuanto al análisis de datos, la investigación operativa y la construcción de modelos.

Sin embargo dado que la empresa es una construcción humana en donde actúan personas, los métodos cualitativos son igualmente útiles para la búsqueda de la apertura interdisciplinaria. Como ejemplos de estos se pueden citar el análisis metafórico, las historias de vida, la heurística, la hermenéutica, entre otros.

Finalmente, el recorrido discursivo abandonó la perspectiva positiva - lo que es- y se detuvo en el deber ser -normativo-. En este orden de ideas se puede concluir que es recomendable reunir a todos los agentes del desarrollo de la ciencia de la empresa -empresarios, empresas, universidades, académicos, científicos, estudiantes, etc.- para que incorporen sistemáticamente la reflexión sobre *alternativas de investigación futuras que generen una comunidad científica trabajando en aspectos epistemológicos y metodológicos*.

*Ello es imprescindible tanto para integrar los conocimientos y experiencias en provecho de todos como para evitar la dispersión teórica y las visiones reduccionistas que acechan al conocimiento empresarial.*

### BIBLIOGRAFIA

Albach, H. Ulrich, Hans; Wohe, Gunter; Kohler, Richard; Lehman, Helmut; Bleicher, Knut; (et. al.) Handbook of German business management. Stuttgart. CE Poeschel; Gruchla, Erwin (Edit) Berlín, 1990.

Albach, Horst. (et al). La transformación y adecuación de los estudios universitarios a las nuevas demandas científicas y sociales en el área de las ciencias económicas y sociales. En: Universidad y sociedad. Serie Centenario No. 6 Bilbao. Universidad de Deusto 1987 pp. 273-283.

Barley, Stephen y Kunda, Gideon. Plan y dedicación: oleadas de las ideologías de control normativo y racional en el discurso administrativo. En: Innovar. Revista de ciencias administrativas. Universidad Nacional de Colombia. No. 6 Bogotá. Julio-diciembre de 1995 pp. 80-107.

## OBJETO Y METODO

Bryman, Alan. Doing research in organizations. Edited by Alan Bryman. London: Routledge. 1988.

Burrell, Gibson y Morgan, Gareth. Sociological Paradigms and Organizational analysis.

Gower Publishing Company Limited. London, 1989.

Chalmers, Alan. Qué es esa cosa llamada ciencia? Siglo XXI editores. Madrid 1990.

Davila, Carlos y Lombana, Agustín. Capacidad de formación del sector productivo en América Latina. (Informe final). Fundación Nueva Colombia Industrial. Bogotá. 1992.

Dávila, Carlos. Teorías Organizacionales y Administración. Mc.Graw Hill. Bogotá. 1985.

Elfring, Tom y Jensen, Hans. (et.al) European Research Paradigms in Business Studies. Handelshojskolens Forlag. The Edamba book series. Denmark. 1995.

Gómez, Henry. y Dávila, Carlos. Management innovation in the developing world. Interman, Management Innovation Programme. Genova. 1995.

Habermas, Jurgen. La lógica de las ciencias sociales. Editorial Tecnos. Madrid 1988.

Krogh, George Von. Organizational epistemology. New York: St. Martin's Press. London. Mc.Millan 1995.

Kuhn, Thomas. La estructura de las revoluciones científicas. Breviarios del Fondo de cultura económica. Decimosexta reimpresión. México. 1994.

Mc.Closkey, Donald. La retórica de la economía. Alianza Universidad. Madrid. 1985.

Miller, David. (Compilador) Popper, escritos selectos. Fondo de cultura económica. México 1995.

Mintzberg, Henry. La naturaleza del trabajo directivo. Editorial Ariel. Barcelona. 1973.


Morgan, Gareth. Imágenes de la Organización. Rama editorial. Madrid, 1990.

Popper, Karl. Búsqueda sin término, autobiografía intelectual. Editorial Tecnos. Madrid. 1994.

Redman, Deborah. La teoría de la ciencia de Karl Popper y la econometría. En: Cuadernos de Economía. Universidad Nacional de Colombia. Volumen XIV número 23. Bogotá. Segundo trimestre de 1995 p.p. 117-149.

Salinas Gómez, Orlando. La educación gerencial latinoamericana: entre la desconfianza y el desafío. En: Revista Escuela de Administración de Negocios. No.11. Bogotá. 1994. p.p. 47-53.

Strategor. Estrategia, estructura, decisión, identidad. Biblio empresa. Barcelona. 1995.



*Escuela de Administración de Negocios*  
*E.A.N.*

**CENTRO DE INVESTIGACIONES**

Para afrontar los retos que impone la dinámica de un mundo cambiante e interdependiente, la E.A.N. ha diseñado un paquete de servicios integrados con el soporte técnico y de experiencia de más de 25 años de trayectoria académica en todo el país.

**SERVICIOS**

- \* Investigación y Desarrollo en Sistemas
- \* Asesoría y Consultoría en Economía y Administración
- \* Administración y Gerencia de Proyectos
- \* Diseño de Procedimientos
- \* Asistencia y Entrenamiento de personal Ejecutivo

Investigación aplicada y de apoyo para la Acción Empresarial, ajustada a las necesidades individuales

**INFORMES**

Centro de Investigaciones  
Calle 72 No. 9-71. Tels. 2350418, 2112111 Ext. 256  
Fax (91) 2350279 o (91) 3170232  
E-Mail eanet1@anditel.andinet.lat.net