

# ARTÍCULO

## El Estudio de Caso en la Investigación Comercial

### *Case Study in Business Research*

Recepción: 05/05/2015

Aceptación: 13/06/2015

Publicación: 29/06/2015

#### Resumen

El enfoque cualitativo en las metodologías de investigación tiene como principal característica que las preguntas e hipótesis no permanecen de manera focal al inicio del proceso de preparación y recolección de datos sino que estas pueden derivar en otras cuestiones en el proceso de validación de la data. Esto permite que el estudio se enriquezca con nuevos aportes de la realidad y se puede refinar los objetivos que persigue la investigación.

La naturaleza indagatoria del estudio de caso propone a este método cualitativo como una herramienta muy útil al momento de analizar problemas en el entorno comercial dado que este último persigue procesos mentales de decisión y elección que no suelen ser cubiertos totalmente de forma satisfactoria con la investigación cuantitativa. Sin embargo, no se trata de descartar un método por el otro dado que ambos se complementan. Empero el uso de ambas metodologías en un mismo estudio pueden complejizar el trabajo del investigador, quien deberá de elegir la naturaleza inicial de su investigación para luego detenerse en los aspectos de relevancia a los que conduce cualquier trabajo previo o de iniciación en el conocimiento.

Un estudio de caso lleva al investigador a contestar preguntas de investigación que se inician con las expresiones: ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Por qué?, el método del caso no busca generalizar los resultados que obtiene, sin embargo, es un medio muy útil para determinar los satisfactores en el comportamiento de los sujetos inmersos en una realidad que a su vez deriva en otros estudios puntuales sean estos cualitativos o cuantitativos.

El presente trabajo busca introducir conceptualmente a la metodología cualitativa de Estudio de Caso para luego efectuar algunas puntualizaciones de cómo esta herramienta puede servir para llevar a cabo investigaciones que tributen a las necesidades de información para la toma de decisiones de gestión a la Dirección Comercial.

**Palabras clave:** *Estudio de Caso, Investigación Cualitativa, Metodología Cualitativa, Investigación Comercial.*

#### Abstract

The qualitative approach in research methodologies's main characteristic is that the questions and hypotheses not remain focally at the beginning of the process of preparation and data collection but these can lead to other issues when the initial validation of the data. This allows the study is enriched with new contributions from reality and can refine the objectives of the investigation.

The questioning nature of the case study proposes to this qualitative method as a very useful tool when analyzing problems in the business environment since the latter pursues mental processes of decision and choice that are not usually covered entirely satisfactorily with quantitative research . However, there is a method to rule on the other as both are complementary. But the use of both methods in the same study may complicate the work of the researcher, who must choose the initial nature of their research to rest in relevant aspects leading to any previous or initiation in knowledge work.



Econ. Juan Gabriel López Vera, MAE.

Doctorando en Administración Estratégica de Empresas (Pontificia Universidad Católica del Perú).

Máster en Administración de Empresas (Universidad Carlos III de Madrid).

Economista (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Auditor Líder ISO 9001:2008 (Grupo Novatech).

Consultor Empresarial y Académico. Docente Carrera Administración de Ventas y Maestría en Finanzas y Economía Empresarial Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

E-mail: [juan.lopez@cu.ucsg.edu.ec](mailto:juan.lopez@cu.ucsg.edu.ec)



Ing. Eric Knut Basantes Cuesta, MAE.

Doctorando en Administración Estratégica de Empresas (Pontificia Universidad Católica del Perú).

Máster en Administración de Empresas con mención en RR.HH y Marketing (Universidad de Guayaquil).

Ingeniero Civil (Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil).

Docente Carrera Administración de Ventas (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil).

E-mail: [erick.basantes@cu.ucsg.edu.ec](mailto:erick.basantes@cu.ucsg.edu.ec)

A case study leads the investigator to answer research questions that start with the expressions: What ?, How? and Why ?, the case method does not seek to generalize the results you get, however, is very useful to determine the satisfactions in the behavior of subjects immersed in a reality which in turn leads to other means are specific studies these qualitative or quantitative.

This job search conceptually introduce qualitative case study methodology and then make some remarks on how this tool can be used to conduct research taxing the needs of information for management decision-making to the Commercial Department.

**Key words:** *Case Study, Qualitative Research, Qualitative Methodology, Marketing Research.*

## Introducción

Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio (2010, pp. 364 – 365) definen a la investigación cualitativa como aquella que “se enfoca en comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural” de manera que los contextualiza para dicha realidad.

Con la aplicación de un estudio de casos se busca hallar nuevas evidencias o situaciones que están ocurriendo en la realidad social, en ese sentido, las respuestas que provee un estudio de caso son para comprender el contexto problemático en un momento dado, (Villarreal Larrinaga & Landeta Rodríguez, 2010) ahondan en ese sentido en el beneficio de utilizar para analizar un fenómeno en su contexto real siempre que el método sea empleado con rigor y seriedad de manera que se incremente la confiabilidad y validez de los resultados que se obtienen.

Pérez Serrano (1994) expone las características que posee el estudio de caso:

- Es particularista, dado que analiza situaciones en un contexto único.
- Descriptivo, porque narra las condiciones del entorno que estudia, identificando las variables que definen de mejor forma dicho entorno.
- Heurístico, ya que puede descubrir nuevos significados o aportar con nuevas experiencias la explicación de un fenómeno dentro de un contexto.
- Inductivo, porque emplea el razonamiento inductivo para formular hipótesis que permitan descubrir las relaciones y conceptos en el entorno en que se desarrolla el caso.

En el entorno comercial existen muchas variables que no pueden expresarse en una medida objetiva sino en una subjetiva, como por ejemplo, la percepción que tiene un

cliente sobre un producto o un servicio o la predisposición a preferir un producto por sobre otro, entre otros. Debido a esa naturaleza exploratoria que existe en el análisis de fenómenos del entorno comercial, el estudio de caso se convierte en una herramienta válida para obtener respuestas que permitan “la obtención y tratamiento de información necesaria para la resolución de problemas y toma de decisiones de la dirección comercial” (García Ferrer, 2012, p.20)

Pese a que el método es cercano a la realidad empírica, su principal desafío a nivel histórico ha sido superar el procedimiento de formación científica. Esto es, porque salta el esquema hipotético – deductivo de desarrollar ciencia a partir de sometimiento a contrastes empíricos de hipótesis que se derivan de una teoría general y que garantizan la aceptación o rechazo de la teoría. En el presente trabajo se pretende explicar en qué consiste este método, resaltando los aspectos relevantes que deben de tenerse en cuenta para hacer una aplicación correcta del mismo.

## Revisión de la Literatura

Stoeker (1991) ubica el origen del estudio de caso en los primeros años del siglo XX cuando propietarios de negocios en EE.UU. empezaron a financiar investigación académica que permita resolver situaciones problemáticas sobre todo en aspectos de estrategia empresarial. La Escuela de Negocios de Harvard fue uno de los primeros centros académicos pioneros en utilizar este método para hacer investigación sobre vacíos teóricos existentes en la gestión empresarial, dando origen al primer curso de “política de la empresa” en 1911.

Yin (2008, p. 13) define al estudio de caso como:

...una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo en su (entorno) de vida real, específicamente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. (...) Se basa en múltiples fuentes de evidencia, con datos que deben converger en un estilo de triangulación; y, también como resultado, se beneficia del desarrollo previo de proposiciones teóricas que guían la recolección y análisis de datos.

Partiendo de esa definición se puede afirmar que la orientación fundamental que tiene el estudio de caso es responder las interrogantes ¿qué?, ¿cómo? y ¿por qué?

Walker (1983, p. 45) explica que el estudio de caso es un ...estudio de unos incidentes y hechos específicos y la recogida selectiva de información de carácter biográfico, de personalidad, intenciones y valores, permite al que lo realiza, captar y reflejar los elementos de una situación que le dan significado... (hay) una cierta dedicación al conocimiento y descripción de lo idiosincrásico y específico como legítimo en sí mismo.

Por su parte Eisenhardt (1989) propone al estudio de caso como “una estrategia de la investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares”, la misma que podría reducirse al estudio de un solo caso o de varios, donde se combina métodos de recolección de datos sean cuantitativos o cualitativos que luego pueden servir para generar evidencia que apoye en un futuro a la formación de teorías.

Yin et. al (2008, p. 23) sugiere que este método es apropiado para investigar temas que pueden considerarse como nuevos dado que posee las características de la investigación empírica:

- Examina un fenómeno actual en su entorno real.
- Las fronteras entre fenómeno no son del todo evidentes.
- Emplea múltiples fuentes de datos, y
- Se puede estudiar un solo caso como múltiples casos.

Según Stake (1998) el estudio de caso tiene tres modalidades, las mismas que son:

- **Estudio Intrínseco.**- Son aquellos que vienen dados por el objeto o problemática a investigar, el interés de la investigación se centra en el caso que se tiene a mano y de lo que pueda aprenderse del análisis del mismo. No busca la relación con otros casos o con otras problemáticas.
- **Estudio instrumental.**- Emplean el razonamiento inductivo para lograr la comprensión de una situación problemática más amplia, aquí se emplea un único caso como instrumento para lograr ese fin.
- **Estudio colectivo.**- Esta modalidad es similar a la anterior, con la diferencia que se emplea más de un caso para entender la situación problemática. Esa colección de casos pertenecen a un colectivo de situaciones que se derivan del mismo problema.

El uso del caso para estudiar fenómenos en el campo comercial tienen un gran aporte en el aprendizaje y comprensión de las dinámicas de comportamiento en la relación vendedor – cliente. Algunas de las bondades de este método cualitativo por sobre la tradición cuantitativa es señalada por Weber (2004) y Cepeda (2006):

- Restricciones estadísticas con respecto al tamaño de muestras para aplicar determinados métodos multivariados.
- La complejidad de los métodos multivariados.
- Dificultades en el diseño e implementación de modelos matemáticos que expliquen el comportamiento de las variables.

Debido a estas razones de índole técnica así como por la complejidad en sí que involucran los fenómenos organizacionales en el área comercial, precisa tener un modelo de investigación donde prime lo exploratorio y comprensivo por encima de la búsqueda de relaciones causales. De ahí que el estudio de caso sea un método que encaje en este requerimiento, pues la conducta comercial no se modela sólo como un resultado del efecto de un conjunto de variables sino como un proceso complejo que involucra aspectos psico-sensoriales que escapan a la representación objetiva en números. En ese sentido, VanWynsberghe & Khan (2007) sugieren que los estudios con respecto a las organizaciones deben de utilizar una metodología basada en la exploración, que lleve al entendimiento de la profundidad del fenómeno

En esa línea, Cepeda et. al (2006), expone las bondades de emplear el estudio de caso en la investigación empresarial: 1) El investigador puede estudiar el fenómeno (situación de la empresa) en su entorno natural, aprender de lo observado y encontrar la correspondencia del entorno o no con lo que la teoría postula (criterio de falsación), 2) El estudio de caso ayuda al investigador a contestar el cómo y porqué, es decir, el entorno y la complejidad que subyacen al evento y 3) El estudio de caso es un mecanismo válido para investigar un tema con poco o nulo nivel de desarrollo en el mundo científico, a más de que permite ser la puerta de entrada para posteriores estudios focales de índole cuantitativa o cualitativa.

Ragin (1992), sugiere cuatro formas para hacer una definición apropiada del caso de manera que el estudio no sea redundante o no aborde la problemática en su verdadero ámbito:

- 1) El caso puede ser encontrado o construido por (el investigador) como una forma de organización que emerge de la investigación misma;
- 2) El caso puede ser un objeto, definido por fronteras preexistentes tales como una escuela, un aula o un programa;
- 3) El caso puede ser derivado de los constructos teóricos, las ideas y los conceptos que emergen del estudio de instancias o acontecimientos similares; y,
- 4) El caso puede ser una convención, predefinido por acuerdos y consensos sociales que señalan su importancia.

Debido a que el estudio de caso supone el mantener un estrecho vínculo con la comunidad que se observa es importante que el investigador adopte una postura ética durante todo el proceso que conlleva el estudio. Walker (1983) y Simons (1989) reconocen que el mantenimiento

de una postura ética no es fácil de sostener debido a que el investigador se enfrenta de manera constante a dilemas de pensamiento sobre la actuación de los sujetos. Angulo Rasco & Vázquez Recio (2003, p. 21) exponen algunos criterios éticos que deben observarse cuando se trabaja con la metodología de casos:

*Tabla 1. Criterios éticos en los estudios de caso*

CRITERIO	EXPLICACIÓN
<b>Negociación</b>	Con los sujetos de estudio sobre los límites, relevancia de la información y publicación de informes.
<b>Colaboración</b>	Entre los sujetos, de manera que todos tengan el derecho a elegir libremente si participan o no en la investigación.
<b>Confidencialidad</b>	Anonimato de la información y sigilo en el uso de información que no haya sido previamente negociada y/o consensuada con los sujetos.
<b>Imparcialidad</b>	Ante puntos de vista opuestos, percepciones y sesgos.
<b>Equidad</b>	La investigación no se puede usar como amenaza sobre otros grupos y deben de existir los mecanismos de réplica y discusión de los informes a fin de que los resultados no constituyan un producto desequilibrado o tendencioso sobre la realidad estudiada.
<b>Compromiso con el conocimiento</b>	La acción indagatoria de la información llega hasta un límite de materialidad y razonabilidad.

Fuente: Criterios éticos en los estudios de caso, Angulo Rasco & Vázquez Recio 2003.

Montero y León (2002) señalan que existe un proceso de cinco fases que deben de cumplirse para aplicar correctamente la metodología del estudio de caso:

- 1.- Selección / definición del caso, en esta fase se busca la situación más apropiada para estudiar y se la define. Adicionalmente se expresan los campos de relevancia del estudio, sujetos, problema y objetos de investigación.
- 2.- Elaboración de una lista de preguntas, se refiere al conjunto de cuestiones que guiarán al investigador en su trabajo. Ese conjunto se formula tras los primeros contactos con la realidad y haber identificado y definido el problema de investigación.
- 3.- Localización de las fuentes de datos, esta parte involucra las estrategias que emplea el investigador para obtener la información sujeto de procesamiento e interpretación posterior.
- 4.- Análisis e Interpretación, es el proceso lógico de reflexión a partir de la información obtenida y la caracterización previa del contexto.

- 5.- Elaboración del informe, se narra de forma cronológica los eventos y situaciones más relevantes que afectaron el desarrollo del estudio. Por otra parte debe de indicarse cómo la data empleada ha logrado resolver las preguntas planteadas así como manifestar las limitaciones y exclusiones del trabajo efectuado.

Por ejemplo, suponiendo que la problemática que se quiera analizar son los motivos por los que una determinada zona de ventas del norte de Guayaquil, no está cumpliendo con los rendimientos y cuotas definidas por la Dirección Comercial, entonces el diseño del Estudio de Caso quedaría definido de la siguiente manera, siguiendo los 5 pasos indicados anteriormente:

Selección / definición del caso

Baja productividad de ventas en la Zona XX ubicada en el norte de Guayaquil

Elaboración de una lista de preguntas

- ¿Por qué ha ocurrido la baja productividad en la zona?
- ¿Qué factores han influido en la baja productividad de la zona?
- ¿Cómo afecta la motivación personal de los asesores comerciales con la baja productividad?
- ... (y otras que considere el investigador)

Localización de las fuentes de datos

- Ejecutivos a cargo de la Zona
- Supervisores / Jefes de la Zona y/o Departamentales
- Visitas a clientes más representativos
- .... (y otras que considere el investigador)

Análisis e interpretación

Detección de patrones recurrentes en las evidencias, que influyen en el efecto observado (baja de productividad)

Elaboración del Informe

Redacción de las reflexiones a partir del punto anterior y triangulación con las fuentes de datos con el objetivo de validar las evidencias detectadas.



fuelle: <http://profspilka.kiev.ua/>

## Discusión y Conclusiones

El uso del método de casos ha gozado de amplia aceptación de manera histórica para analizar el comportamiento organizacional en lo que respecta al entorno empresarial. La bondad de usarlo radica en su sencillez para formular, analizar e interpretar el fenómeno desde su realidad. Los enfoques de algunos de los trabajos aplicados del método de casos en la empresa han sido: Estrategia, Estructura y Cultura, Relaciones Intraculturales, Conducta y Productividad Laboral. Sin embargo, pese a las mejoras considerables que tienen los modernos trabajos de casos versus los iniciales, existe recelo en algunos investigadores a considerarlo como una herramienta válida para hacer construcciones científicas que puedan tomarse en cuenta para el desarrollo de nuevos horizontes epistemológicos para las ciencias empresariales.

La principal crítica hecha al método es que fundamenta su aprendizaje en hechos deterministas; partiendo de una situación pasada, tratando de identificar características que podrían repetirse y que deben de ser tomados en cuenta para que la gestión se articule como un modelo de “actuación correcta” (Gutiérrez & Diez, 1987). Arias (2003) y Bonache (1999) consideran que el método de casos es inconsistente en cuanto a su técnica de análisis y que posee sesgos debido al involucramiento del investigador en la especificación del fenómeno, elección del marco teórico, selección de fuentes (e influencia que mantiene sobre los participantes del estudio (Maxwell, 1998)) y relación causal entre los hechos. De esa manera, se abandona la posición “normal” de formación de teoría expuesta por Hamel (1992) “en el sentido común del investigador y en los significados de las experiencias de los agentes sociales”, en lugar de tomar en cuenta los elementos que conforman la teoría desde donde se derivan las hipótesis a comprobar.

Por otro lado Rialp (1998), Bonoma (1985) y Hunt (1990) acusan al método de casos de ser incapaz de generalizar los resultados que se obtienen debido a que el o los casos no se pueden considerar una muestra significativa dado que dispongan de indicadores estadísticos que sostengan la confianza de los resultados. Adicionalmente Gummesson (1991) & Hamel et al. (1992) argumentan que este método conduce a informes demasiado extensos y narrativos que llevan a la confusión dado que emplea demasiada información que no se sistematiza y sintetiza.

Debido a esas críticas, Stake et. al (1998) propone una serie de consideraciones que deben tenerse al momento de plantear un estudio de caso. En primer lugar los temas que aborda no son “simples y claros”, mantienen una estrecha relación con realidades “políticas, sociales, históricas y sobre todo personales”, En segundo lugar, los temas impulsan a la observación directa de la situación problemática e incluso deben de permitir superar una visión limitada de las relaciones humanas y colocarlas dentro de un contexto

más histórico. Y finalmente, en tercer lugar, las preguntas temáticas deben de permitir el desarrollo de una estructura lógica y conceptual para organizar los contenidos del estudio de caso.

Adicionalmente (Álvarez Álvarez & San Fabián Maroto, 2012) destacan que existen cuatro elementos que deben de tenerse en cuenta para lograr rigor en los datos, procesos y resultados que se generan a partir de una investigación cualitativa como el estudio de caso:

- **Contextualización.-** Consiste en mostrar las reglas que siguen los elementos que se están observando como parte del análisis de la situación problemática, de esa manera se ofrece una sucesión ordenada y concreta de la realidad.
- **Saturación.-** Se refiere a la justificación de una afirmación sustentando la misma en diversas pruebas. Esta acción corresponde a contrastar los resultados obtenidos con otras fuentes históricas sean primarias o secundarias para evaluar si existe una tendencia a que dichos resultados se mantengan en el tiempo.
- **Negociación con los implicados.-** Guarda vínculo con el encuentro entre los fines, métodos, resultados de investigación y la opinión de los implicados en el estudio, con el objetivo de saber si es que están de acuerdo con los resultados a lo que refiere el informe final. Para esto se organizan foros, reuniones, etc. para poder generar ese debate y lograr como plantea González Riaño (1994) “cuando las personas que intervienen en el control de la información la aceptan como justa, relevante y precisa, de algún modo están asegurando la validez o credibilidad de la misma”.
- **Triangulación.-** Se refiere a la validación de datos para evitar sesgos del investigador o deficiencias en el proceso investigativo, en la teoría que sustenta el trabajo o en el método de estudio empleado. Arias Valencia (2000) encuentra tres tipos de triangulación: a) De métodos, cotejar la información obtenida en un instrumento con la recogida a partir de otros instrumentos (ej. Observación vs. Revisión Documental); b) De sujetos, cotejo de los puntos de vista con la comunidad estudiada; y, c) De espacios y tiempos, aplicar un instrumento de investigación en intervalos de tiempo y espacio distintos para evaluar la consistencia de los resultados.

Fong (2005) incluso reconoce que el estudio de caso es un instrumento muy potente para falsar hipótesis que son deducidas de una teoría, de esa manera, el método se apega a la epistemología popperiana de formación de ciencia. En ese

sentido, los diseños de estudio de caso actuales son muy distintos a las primeras propuestas a inicios del siglo XX dado que han incorporado mecanismos de triangulación y validez que le han permitido

El método de caso es un enfoque metodológico que apunta al fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de las teorías existentes o la aparición de nuevos paradigmas científicos que aporten a desarrollar un campo científico. El estudio de caso es un método que debe de tener una frontera en espacio y tiempo para poder definir la o las unidades de análisis que se van a tomar para el caso a estudiar.

Una vez hecha esa definición se procede a formular hipótesis, proposiciones teóricas o preguntas de investigación que orienten al investigador en su trabajo. A partir de esta reflexión, se puede notar que si no hay esa delimitación los alcances de la investigación y los resultados carecerán de rigor en su orientación.

En la actualidad, el estudio de caso es una herramienta ampliamente utilizada en el campo empresarial para conocer a mayor profundidad alguna situación problemática que la teoría existente no es capaz de responder aún o para falsar hipótesis deducidas de la teoría que no son contrastables estadísticamente.

Las organizaciones son un sistema en constante evolución y por tanto se enfrentan a entornos cada vez más complejos y se necesita ir construyendo nuevos enfoques para esas realidades que el método cuantitativo no puede abordar de forma total. Para obtener resultados que gocen de validez y aceptación es importante que el investigador utilice varias fuentes de información, diversas técnicas de levantamiento de datos y someter a triangulación los resultados tentativos que la investigación muestra.

## Listado de Referencias

- Álvarez Álvarez, C., & San Fabián Maroto, J. (2012). La elección del estudio de caso en investigación educativa. *Gazeta de Antropología*. pp. 8 - 9.
- Arias Valencia, M. M (2000). La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. *Investigación y Educación en Enfermería*. p. 1.
- Arias, M. (2003). Metodologías de investigación emergentes en economía de la empresa. *Papers Proceedings 2003. XVII congreso nacional XIII congreso hispano - francés AEDEM. Université Montesquieu Bordeaux IV Bordeaux*. pp. 19 - 28
- Bonache, J. (1999). El estudio de caso como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa # 3*. pp. 306 - 325
- Bonoma, T. (1985). Case Research in Marketing: Opportunities, Problems, and a Process. [Investigación de Caso en Marketing: Oportunidades, Problemas y Proceso]. *Journal of Marketing Research*. 22 (2). pp. 199-208.
- Cepeda, C. (2006). La calidad en los métodos de investigación cualitativa: Principios de aplicación práctica para estudio de casos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. (ACEDE)*. n. 29. 057-082
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. [Construyendo teorías para la investigación con estudio de caso]. *Academy of Management Review*. 14 (4). pp. 532-550.
- Fong, C. (2005). El estudio de caso en la investigación de la ventaja competitiva: criterios a evaluar. *Papers Proceedings, XIX congreso nacional XV congreso hispano - francés AEDEM. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México*. pp. 406 - 421
- García Ferrer, Gemma (2012). Concepto y Características de la Investigación Comercial. En G. García Ferrer. *Investigación Comercial* (p. 20). Madrid. ESIC EDITORIAL. 3ed.
- González Riaño, X. A. (1994). Interferencia lingüística y escuela asturiana. Oviedo, Academia de la Lingua Asturiana.
- Gummeson, E. (1991). *Qualitative Methods in Management Research. [Métodos Cualitativos en Investigación Administrativa]*. Sage Publications. Newbury Park, California.
- Gutiérrez, I. y Diez De Castro, E. (1987). Dirección y estrategia empresarial. *Alta Dirección*. Año XXIII. n° 134. pp. 257-263.
- Hamel, J. (1992). The Case method in Sociology, Introduction: New Theoretical and Methodological Issues. [Introducción al Estudio de Caso en Sociología: Nuevas teorías y Problemas Metodológicos]. *Current Sociology*. 40 (1), pp. 1-7.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). El inicio del proceso cualitativo. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & M. d. Baptista Lucio. *Metodología de la investigación* (págs. 364-365). México. Mc Graw Hill.
- Maxwell, J.A. (1998). Designing a Qualitative Study. [Diseñando un Estudio Cualitativo]. En BICKMAN, L. y ROG, D.J. (eds.): *Handbook of Applied Social Research Methods*. Sage Publications. pp. 69 - 100
- Pérez Serrano, G. (1994) *Investigación cualitativa. Retos, interrogantes y métodos*. España, La Muralla.
- Ragin, C. (1992). Case of What is a Case?. En Ragin, C & Becker, H. *What is a Case: Exploring the Foundations of Social Enquiry* (pp. 1-18). Cambridge: Cambridge University Press.
- Rialp, A. (1998). El método del caso como técnica de investigación y su aplicación al estudio de la función directiva, ponencia presentada en el IV Taller de Metodología ACEDE. 23 - 25 de abril. Arnedillo, La Rioja
- Stake, R.E. (1998) *Investigar con estudios de caso*. Madrid: Morata.
- Stoeker, R. (1991). Evaluating and Rethinking The Case Study. [Evaluación y Replanteo del Estudio de Caso]. *The Sociological Review*. Vol. 39, n° 1. pp. 88-112.
- VanWynsberghe, R & Khan, S. (2007). Redefining case study. *International Journal of Qualitative Methods*, 6 (2), 80 - 94
- Villarreal Larrinaga, O., & Landeta Rodríguez, J. (2010). El estudio de caso como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. pp. 31 - 52.
- Weber, R. (2004). The Rethoric of Positivism versus Interpretivism: A personal view. *MIS Quarterly*, 28 (1), 3 -12
- Yin, R. K. (2008). *Case Study Research: Design and Methods*. [Investigación con Estudio de Caso: Diseño y Método]. Applied social research Methods Series (5). SAGE Publications. p. 22. ISBN: 978-1412960991.