

Explorando lo empresarial en la era digital: netnografía como herramienta de investigación

Exploring business in the digital era: netnography as a research tool

Explorando os negócios na era digital: a netnografia como ferramenta de pesquisa

Elizabeth Mora Moreno

Instituto Tecnológico de Mexicali, México

elizabethmora@mexicali.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0003-1831-948>

Blanca Margarita Aguilar Rodríguez

Instituto Tecnológico de Mexicali, México

margaritaaguilar@mexicali.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0008-8498-2262>

Daniela Gracia Montaña

Instituto Tecnológico de Mexicali, México

daniela.gracia@itmexicali.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0004-7897-7919>

Resumen

Este artículo presenta a la netnografía como una alternativa metodológica innovadora dentro de un diseño cualitativo respaldado por herramientas digitales para la investigación científica en organizaciones con escasa disponibilidad de tiempo para participar como informantes en los procesos convencionales de investigación. El objetivo consistió en explorar el uso de la netnografía como estrategia metodológica viable para la recopilación de información en empresas con limitada disponibilidad para ser encuestadas y entrevistadas debido a las altas cargas de trabajo.

Ante la necesidad de recabar información genuina del interior de las empresas, se propuso esta técnica de investigación basada en la observación y análisis de interacciones en entornos digitales. La investigación se desarrolló bajo un diseño cualitativo de estudio de caso, enfocado en describir las prácticas comunicativas entre empresas con alta carga de trabajo y una institución de educación superior utilizando la netnografía. Los

resultados mostraron que la aplicación de la netnografía como estrategia metodológica permitió obtener información interna de las empresas, superando barreras de acceso y enriqueciendo el análisis metodológico cualitativo.

Se concluye que la estrategia metodológica pertinente para acceder a organizaciones altamente ocupadas es la que implique una combinación de factores tales como el tiempo del informante, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), las redes sociales digitales, los métodos documentales y la figura clave del *gatekeeper*. Finalmente, se discuten las ventajas, limitaciones y recomendaciones para la aplicación de esta estrategia en futuros estudios con contextos empresariales similares.

Palabras clave: Netnografía, investigación organizacional, metodología cualitativa.

Abstract

This article presents netnography as an innovative methodological strategy within a qualitative research design supported by digital tools involving companies with limited availability to participate in face-to-face interviews or surveys. The objective was to explore the use of netnography as a viable methodological strategy for data collection in companies with limited availability due to heavy workloads.

In response to the need to gather authentic information from within organizations, this study proposed a research technique based on the observation and analysis of interactions in digital environments. The research followed a qualitative case study design focused on describing communicative practices between companies with heavy workloads and a higher education institution through the use of netnography. The findings revealed that applying netnography as a methodological strategy made it possible to obtain valuable internal information from companies, overcoming access barriers and enriching the qualitative analysis.

It is concluded that the pertinent methodological strategy for accessing highly time-constrained organizations is one that involves a combination of factors such as the informant's time availability, information and communication technologies (ICTs), digital social networks, documentary methods, and the crucial role of the *gatekeeper*. Finally, the article discusses the advantages, limitations, and recommendations for applying this strategy in future studies within similar business contexts.

Keywords: Netnography, organizational research, qualitative methodology.

Resumo

Este artículo presenta a netnografía como una alternativa metodológica innovadora dentro de un proyecto cualitativo apoyado por herramientas digitales para pesquisa científica em organizações com tempo limitado para participar como informantes em processos de pesquisa convencionais. O objetivo foi explorar o uso da netnografía como uma estratégia metodológica viável para coleta de dados em empresas com disponibilidade limitada para serem pesquisadas e entrevistadas devido à grande carga de trabalho.

Dada a necessidade de coletar informações genuínas de dentro das empresas, esta técnica de pesquisa, baseada na observação e análise de interações em ambientes digitais, foi proposta. A pesquisa foi desenvolvida sob um projeto de estudo de caso qualitativo, com foco na descrição das práticas de comunicação entre empresas com grande carga de trabalho e uma instituição de ensino superior, utilizando a netnografía. Os resultados mostraram que a aplicação da netnografía como estratégia metodológica permitiu a obtenção de informações internas das empresas, superando barreiras de acesso e enriquecendo a análise metodológica qualitativa. Conclui-se que a estratégia metodológica mais apropriada para acessar organizações com alta demanda de informações envolve uma combinação de fatores como o tempo do informante, tecnologias de informação e comunicação (TICs), redes sociais digitais, métodos documentais e o papel fundamental do intermediário. Por fim, são discutidas as vantagens, limitações e recomendações para a aplicação dessa estratégia em estudos futuros com contextos empresariais semelhantes.

Palavras-chave: Netnografía, pesquisa organizacional, metodologia qualitativa.

Fecha Recepción: Enero 2025

Fecha Aceptación: Abril 2025

Introducción

El conocimiento organizacional más valioso rara vez se encuentra en documentos formales o repositorios públicos. Con frecuencia, este conocimiento se construye y transmite a través de conversaciones cotidianas, prácticas implícitas, decisiones operativas y flujos internos de información que difícilmente se registran de forma sistemática. Este conocimiento interno de las empresas resulta fundamental para la investigación organizacional, ya que permite comprender cómo se toman decisiones, circula la información y también, cómo se estructuran dinámicas internas que no pueden explicarse únicamente desde estructuras formales.

No obstante, acceder a este tipo de conocimiento representa un desafío metodológico significativo. Las organizaciones, particularmente aquellas con altas cargas de trabajo, han fortalecido sus filtros de acceso, controles internos y mecanismos de

protección de información sensible, lo que limita la participación de sus actores en investigaciones externas. Estas condiciones han sido ampliamente reconocidas por los estudios del acceso organizacional que analizan cómo los investigadores negocian su entrada a espacios institucionales y cómo intervienen los *gatekeepers* en la producción de conocimiento (Shenton, 2004; Feldman et al., 2021).

Las condiciones contemporáneas del entorno laboral refuerzan estas barreras. Las empresas operan bajo presiones constantes asociadas al cumplimiento de indicadores, la intensificación del uso de tecnologías digitales, la reorganización interna y la atención a contingencias del entorno. En este contexto, la disponibilidad de tiempo de los informantes puede convertirse en una limitación importante para el desarrollo del trabajo de campo, particularmente en entornos con altas exigencias institucionales y laborales (Striepe & Cunningham, 2022).

La pandemia por COVID-19 acentuó aún más estas restricciones. Las medidas sanitarias, las limitaciones de acceso físico y las prioridades de continuidad operativa desplazaron gran parte de la investigación presencial y obligaron a reconsiderar los métodos tradicionales de trabajo de campo (Lobe et al., 2020; Howlett, 2022). Como resultado, se incrementó el uso de herramientas digitales y de modalidades de observación remota, entendidas (estas últimas) como formas de trabajo de campo desarrolladas mediante plataformas digitales, videocomunicación y entornos en línea, que permiten observar, documentar e interactuar con los participantes sin presencia física directa del investigador (Keen et al., 2022).

En este escenario, la literatura ha señalado la necesidad de adoptar estrategias metodológicas flexibles que reduzcan la carga de los informantes y se adapten a contextos de acceso restringido (Dillman, Smyth & Christian, 2014; Bonevski et al., 2014). Entre estas alternativas se encuentra la netnografía, entendida como una adaptación digital de la etnografía que conserva elementos metodológicos propios de la observación naturalista y la interpretación contextual, pero trasladados a espacios de interacción desarrollados en entornos digitales (Kozinets, 2019). Aunque se ha utilizado principalmente en el estudio de comunidades digitales, investigaciones recientes han comenzado a explorar su potencial para el análisis de dinámicas organizacionales contemporáneas (Smith, 2023).

En este trabajo se adopta una perspectiva cualitativa basada en el estudio de caso, enfoque ampliamente reconocido por su utilidad para explorar fenómenos complejos y contextualizados en escenarios organizacionales específicos (Yin, 2018; Eisenhardt & Graebner, 2020). Esta combinación metodológica resulta pertinente para analizar empresas con altas cargas de trabajo y acceso limitado al campo.

A partir de este marco, el presente artículo tiene como objetivo explorar el uso de la netnografía como una estrategia metodológica viable para la recopilación de información en empresas con disponibilidad limitada para participar en entrevistas y encuestas tradicionales debido a sus altas cargas de trabajo.

Finalmente, el documento se organiza de la siguiente manera: en primer lugar, se presenta el planteamiento del problema; posteriormente, se desarrolla el sustento teórico y el estado del arte; a continuación, se describe la metodología adoptada; luego se exponen los hallazgos y su discusión; y, por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones.

Planteamiento del problema

A pesar del reconocimiento de la importancia del conocimiento organizacional situado, persisten limitaciones metodológicas para investigar de manera empírica los procesos internos de empresas que operan bajo condiciones de alta carga laboral y acceso restringido. En estos contextos, las estrategias tradicionales de investigación cualitativa enfrentan dificultades operativas que afectan su viabilidad y reducen la profundidad analítica de los estudios organizacionales.

La disponibilidad limitada de tiempo por parte de los actores clave, la priorización de objetivos operativos y la existencia de controles institucionales sobre la participación en investigaciones externas generan escenarios en los que el acceso al campo se vuelve intermitente o condicionado. Estas restricciones influyen en la selección de informantes, en los temas que pueden abordarse y en los tiempos destinados a la interacción con los investigadores, lo que limita la comprensión integral de las dinámicas organizacionales.

Asimismo, el acceso a las organizaciones suele estar mediado por *gatekeepers* que interpretan y evalúan la pertinencia de la investigación desde la lógica institucional. Estas mediaciones introducen dinámicas de poder y legitimidad que condicionan la producción de conocimiento, especialmente en organizaciones donde la protección del tiempo, la información y la reputación institucional es prioritaria (Shenton, 2004; Feldman et al., 2021).

Si bien la incorporación de tecnologías digitales ha ampliado las posibilidades de interacción asincrónica y observación remota, su uso en la investigación organizacional no ha sido acompañado por un desarrollo metodológico suficientemente sistemático. En particular, existe una brecha en la literatura respecto a cómo emplear métodos digitales de manera rigurosa para enfrentar problemas de acceso al campo sin comprometer la validez analítica ni los principios éticos de la investigación.

En este contexto, la netnografía se presenta como una estrategia metodológica con potencial para analizar prácticas organizacionales mediadas por entornos digitales. No obstante, su aplicación específica para investigar empresas con alta carga laboral y acceso restringido ha sido escasamente explorada. Esta ausencia de marcos metodológicos consolidados constituye el problema central que aborda este estudio, al plantear la necesidad de analizar cómo la netnografía puede contribuir a la investigación organizacional en escenarios donde los métodos tradicionales resultan limitados.

Pregunta de investigación

¿De qué manera la netnografía puede emplearse como una estrategia metodológica para la recopilación de información en empresas que presentan disponibilidad limitada para participar en entrevistas y encuestas tradicionales debido a sus altas cargas de trabajo?

Objetivo general

Explorar el uso de la netnografía como una estrategia metodológica viable para la recopilación de información en empresas con disponibilidad limitada para participar en entrevistas y encuestas tradicionales debido a sus altas cargas de trabajo.

Justificación

La investigación organizacional enfrenta actualmente el desafío de generar conocimiento empírico pertinente en contextos caracterizados por restricciones de acceso, altas cargas laborales y dinámicas operativas complejas. En este escenario, resulta necesario revisar de manera crítica las estrategias metodológicas utilizadas para estudiar los procesos internos de las organizaciones, particularmente aquellas que dependen de la participación directa y sostenida de actores clave. La pertinencia de este estudio radica en la necesidad de ampliar el repertorio metodológico disponible para la investigación organizacional, adaptándolo a las condiciones reales en las que operan las empresas contemporáneas.

Desde una perspectiva académica, el estudio se justifica por la existencia de una brecha en la literatura metodológica relacionada con el uso sistemático de métodos digitales en la investigación organizacional. Si bien la netnografía ha sido ampliamente utilizada en el análisis de entornos digitales y prácticas digitales, su aplicación en contextos empresariales, especialmente como respuesta a problemas de acceso al campo, ha recibido atención limitada. Analizar su viabilidad metodológica en organizaciones con

alta carga laboral contribuye a fortalecer el debate sobre la adaptación de los métodos cualitativos a entornos organizacionales cada vez más digitalizados y menos accesibles presencialmente.

En el ámbito metodológico, la investigación aporta elementos para reflexionar sobre las posibilidades y límites de la netnografía como estrategia de recopilación de información organizacional. Al situar su uso dentro de un diseño cualitativo basado en el estudio de caso, el trabajo permite explorar cómo la observación de interacciones, discursos y prácticas mediadas por entornos digitales puede complementar o, en determinados momentos, sustituir técnicas tradicionales que resultan difíciles de implementar. Esta reflexión es relevante para investigadores que enfrentan escenarios similares de acceso restringido y buscan alternativas que no comprometan la rigurosidad analítica ni los principios éticos de la investigación.

Desde el punto de vista práctico, el estudio ofrece implicaciones para la comprensión de las dinámicas organizacionales en empresas con alta carga laboral, donde el tiempo de los actores y la protección de la información constituyen recursos estratégicos. Al proponer enfoques metodológicos que reduzcan la carga de los informantes y aprovechen canales digitales ya integrados en la vida organizacional, la investigación contribuye a generar conocimiento más acorde con las formas contemporáneas de trabajo, comunicación y toma de decisiones en las organizaciones.

Asimismo, la justificación del estudio se sustenta en su contribución epistemológica. Al problematizar el acceso al campo como una condición que moldea la producción de conocimiento, la investigación invita a reconsiderar los supuestos tradicionales sobre la observación, la interacción y la presencia del investigador en los estudios organizacionales. En este sentido, el trabajo no solo propone una alternativa metodológica, sino que también cuestiona las formas en que se construye el conocimiento organizacional en contextos donde la información es fragmentada, mediada y difícilmente observable de manera directa.

Finalmente, la relevancia del estudio se vincula con la necesidad de generar orientaciones metodológicas que puedan ser replicables y adaptables a distintos contextos empresariales. Al centrarse en organizaciones con acceso limitado, el trabajo aporta elementos útiles para investigadores de las áreas de contaduría, economía, administración y estudios organizacionales. De este modo, la investigación se justifica como un aporte académico y metodológico que responde a problemáticas actuales de la investigación organizacional y contribuye al fortalecimiento de prácticas investigativas más flexibles, contextualizadas y pertinentes.

Marco conceptual

Lo empresarial: una revisión conceptual

Las raíces del concepto se encuentran en la visión clásica de Peter Drucker (1954, 1999), quien afirmó que la finalidad central de una empresa es crear valor y contribuir al bienestar social. A pesar del tiempo, esta noción sigue viva en estudios contemporáneos que afirman que las organizaciones están obligadas a integrar un propósito social auténtico para ser legítimas (Hollensbe et al., 2019; Henderson, 2020). Henderson (2020), sostiene que en el contexto actual las empresas no solo producen bienes y servicios, sino que modelan sistemas económicos y medioambientales. Así, las definiciones clásicas y actuales coinciden en que “lo empresarial” trasciende la lógica del beneficio.

Desde la perspectiva administrativa tradicional, Koontz y Weihrich (2012) y Chiavenato (2006) definieron la empresa como una estructura racional que ordena recursos y procesos para alcanzar objetivos. No obstante, las investigaciones más recientes matizan esta racionalidad. Robbins y Judge (2022) y Daft (2021) plantean que las organizaciones contemporáneas funcionan más como sistemas sociales adaptativos, altamente dependientes de la cultura, el liderazgo y las interacciones humanas. Ambos enfoques convergen en que la empresa se sustenta en estructuras formales, su funcionamiento real depende de procesos sociales, emociones, percepciones y dinámicas de poder.

La dimensión estratégica de lo empresarial ha sido profundamente influenciada por Michael Porter (1985), quien destacó la importancia de ocupar posiciones competitivas únicas. Esta visión sigue vigente, pero hoy se complementa con perspectivas que enfatizan la agilidad y la capacidad de transformación. Teece (2018, 2020) señala que el concepto de capacidades dinámicas redefine lo empresarial como la habilidad de una organización para innovar, aprender, reconfigurarse y anticipar cambios. En esta misma línea, autores más recientes como Stadler et al. (2022) y Wilden & Gudergan (2021) refuerzan que la competencia no depende sólo de decisiones estratégicas estáticas, sino de la capacidad organizacional para actualizarse continuamente. Se observa aquí un hilo conductor claro, es decir, requiere coherencia estratégica pero también fluidez ante la incertidumbre.

Por otro lado, la teoría basada en recursos (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984) ha inspirado una interpretación que permanece muy vigente: la empresa es un conjunto de capacidades internas que determinan su ventaja competitiva. En la actualidad, esta visión se ha revitalizado con aportes centrados en el conocimiento, la creatividad y la innovación. Nonaka y Takeuchi (2019) afirman que las empresas son sistemas vivos de

creación de conocimiento, mientras que Grant (2023) y Björk et al. (2021) señalan que el aprendizaje continuo y la inteligencia colectiva son los verdaderos recursos estratégicos del siglo XXI. Así, estos autores convergen en que lo empresarial se sustenta en la capacidad de generar y movilizar conocimientos difíciles de imitar.

Por otra parte, los enfoques institucionales continúan ofreciendo claves fundamentales para comprender a las organizaciones. Simon (1956), Lawrence y Lorsch (1967) y Williamson (1975) explicaron que las empresas existen como mecanismos para enfrentar la incertidumbre y coordinar transacciones y expectativas. Investigaciones recientes de Scott (2020), Greenwood et al. (2017) y Smets et al. (2022) coinciden en que lo empresarial hoy debe interpretarse como una respuesta ante la complejidad institucional que imponen normas, regulaciones, culturas profesionales y expectativas sociales. Las coincidencias entre los autores son claras, pues lo empresarial no está aislado, sino integrado en un sistema normativo-social más amplio que condiciona y a la vez permite la acción organizacional.

Weick (1995) y Sonenshein (2022) señalan que las organizaciones son creadoras de sentido. Maitlis y Christianson (2014) y Helms Mills et al. (2020) coinciden en que la empresa se sostiene en procesos narrativos, interpretativos y simbólicos que permiten que las personas encuentren coherencia en su trabajo. Esta convergencia teórica reafirma que lo empresarial es inseparable de los significados que construyen quienes participan en la organización. Más recientemente, el avance tecnológico ha transformado profundamente el concepto. Investigadores como Brynjolfsson y McAfee (2014), Matt et al. (2015) y Verhoef et al. (2021) afirman que la empresa contemporánea debe entenderse como un organismo híbrido, donde lo digital, lo humano y lo material interactúan constantemente.

En este sentido, Sebastian et al. (2022) y Susanti et al. (2023), plantean que la empresa se rediseña en torno a ecosistemas digitales, automatización inteligente y nuevas formas de trabajo. Por otra parte, el enfoque de la sostenibilidad también ha ampliado la definición de lo empresarial. Desde la propuesta del “triple bottom line” de Elkington (1997, 2018), hasta los trabajos recientes de Hoffman (2018), Haigh & Griffiths (2020), y Williams et al. (2023), se afirma que la empresa moderna es responsable de su impacto ambiental y social. Esta idea coincide con los planteamientos de Drucker sobre la función social de la empresa y con las visiones actuales sobre responsabilidad corporativa.

Finalmente, autores contemporáneos como Gulati (2022), Foss & Klein (2023) y Aguilera et al. (2021) sostienen que lo empresarial debe entenderse como un conjunto de procesos relacionales, donde las empresas interactúan con redes externas, comunidades, instituciones y actores globales. Así, las organizaciones dejan de ser islas y se convierten en nodos dentro de sistemas interdependientes. En conjunto, las distintas perspectivas (económicas, estratégicas, institucionales, cognitivas, tecnológicas y sociales) convergen en una idea esencial: lo empresarial es un fenómeno multidimensional que integra la creación de valor, la interacción humana, el aprendizaje continuo, la adaptación estratégica y la responsabilidad social. Esta convergencia conceptual refleja la evolución del pensamiento organizacional y ofrece un marco robusto para estudios modernos que analizan lo empresarial como un espacio vivo, cambiante y profundamente humano.

Herramientas metodológicas para la investigación organizacional

La investigación organizacional se ha consolidado como un campo interdisciplinario que requiere rigor metodológico y sensibilidad para comprender la complejidad social, cultural, estructural y simbólica que caracteriza a las organizaciones. Para explorar estos fenómenos, los investigadores disponen de un amplio repertorio de herramientas tanto cuantitativas como cualitativas que se han ido refinando a lo largo de décadas y que permiten construir conocimiento válido, contextualizado y útil, tanto para el ámbito académico como para la práctica profesional.

Bryman (2004) plantea que los métodos en estudios organizacionales no son meramente técnicas instrumentales, sino decisiones epistemológicas que reflejan la manera en que entendemos la realidad organizacional. En la misma línea, Buchanan y Bryman (2009) afirman que las herramientas metodológicas no deben verse como cajas aisladas, sino como parte de un entramado reflexivo en el cual teoría, contexto, propósito y ética configuran la forma de investigar.

Investigación documental y análisis de contenido

La investigación documental constituye el punto de partida de prácticamente cualquier indagación organizacional, ya que permite comprender el estado del arte, construir marcos conceptuales y ubicar el problema de investigación en un panorama más amplio. Campos (2015) destaca que la revisión de literatura y documentos institucionales constituye la base cognitiva del proceso investigativo, pues ofrece una mirada sistemática sobre lo que ya se ha producido. Creswell (2014) complementa esta

visión al afirmar que la investigación documental no sólo cumple una función informativa, sino también analítica, ya que permite identificar vacíos teóricos, inconsistencias y oportunidades para la innovación conceptual.

Desde esta perspectiva, el análisis de contenido, como modalidad sistemática de codificación y extracción de significados, contribuye a articular conceptos dispersos y a prepararse para el trabajo de campo. Así, el análisis documental se convierte en un puente entre la teoría y la práctica, aspecto indispensable antes de aplicar otras técnicas como entrevistas, observaciones o encuestas.

Observación

La observación, sea participante o no participante, permite registrar hechos, dinámicas y comportamientos que no siempre emergen a través del discurso. Tal como se explica en la literatura metodológica, esta técnica es útil para captar fenómenos tácitos: normas no escritas, rituales, patrones de interacción y relaciones de poder. En este sentido, Clifford Geertz (1973), desde la antropología interpretativa, plantea que observar implica describir densamente el comportamiento humano, es decir, comprenderlo dentro de su contexto cultural y simbólico.

Esta idea ha sido incorporada en los estudios organizacionales para interpretar culturas internas, simbolismos, narrativas colectivas y significados construidos por los actores. Cuando la observación se desarrolla dentro del entorno laboral como observación participante, se vuelve especialmente poderosa, y en este contexto, Yin (2018) sugiere que este tipo de aproximación permite al investigador penetrar en la realidad organizacional, comprendiendo la lógica interna de los procesos y contrastando el comportamiento real con la estructura formal.

Entrevistas

Las entrevistas son uno de los instrumentos más valorados en la investigación organizacional por su capacidad para recoger experiencias, emociones, percepciones y racionalidades de los informantes. Ruíz (2012) señala que la entrevista es un puente entre el marco teórico y la vivencia subjetiva. Por su parte, Creswell (2014) define la entrevista como una conversación dirigida en la que se busca obtener información no observable directamente. La clasificación en entrevistas estructuradas, semiestructuradas y abiertas, coincide con las tipologías de la literatura clásica.

Strauss y Corbin (1990), desde la teoría fundamentada, resaltan el carácter emergente de la entrevista: más que obtener respuestas, se busca generar categorías, conceptos y relaciones teóricas. Esto es especialmente relevante en estudios

organizacionales donde los fenómenos son ambiguos, fluidos o poco explorados, como la informalidad, la resistencia al cambio o las identidades laborales. Así pues, las entrevistas no sólo informan sino, también permiten construir teoría.

Encuestas y cuestionarios

Cuando se busca medir variables organizacionales en poblaciones amplias tales como clima organizacional, satisfacción, liderazgo, motivaciones, entre otras, las encuestas constituyen una herramienta central. En este sentido, Bryman (2004) destaca que su estandarización permite comparabilidad, objetividad y análisis estadístico riguroso. Por otra parte, Eisenhardt (1989) señala que, aunque conocida por su defensa del estudio de caso, advierte que las encuestas son particularmente útiles cuando se necesitan patrones amplios que complementen la comprensión profunda de los casos específicos.

En enfoques mixtos, las encuestas permiten verificar tendencias cuantitativas que después se interpretan con apoyo de métodos cualitativos. En este escenario, destaca el autor que los cuestionarios, como instrumentos estructurados, se apoyan en escalas, indicadores y reactivos cuidadosamente diseñados. Su fortaleza radica en su eficiencia para recopilar grandes volúmenes de datos con alta confiabilidad.

Métodos cualitativos avanzados: estudio de caso, etnografía y teoría fundamentada

Yin (2018) es uno de los autores más influyentes en el campo del estudio de caso; un método que permite investigar fenómenos contemporáneos dentro de su contexto real. El autor plantea que el valor del estudio de caso radica en su capacidad para abordar fenómenos complejos cuyo significado se construye en estrecha relación con el contexto organizacional, haciendo inviable su análisis como elementos aislados. Por otra parte, en lo que concierne a la etnografía organizacional, autores como Geertz (1973) quien aporta una perspectiva interpretativa, ha sido clave para estudiar culturas organizacionales.

La etnografía permite comprender significados, valores compartidos, narrativas internas y símbolos que estructuran la identidad colectiva; mientras que la teoría fundamentada ha sido respaldada por Strauss & Corbin (1990), quienes plantean que las teorías pueden construirse a partir de datos de campo mediante procesos de codificación abierta, axial y selectiva. Este enfoque es ideal para estudiar fenómenos emergentes, nuevos o poco teorizados dentro de las organizaciones. Esto se relaciona

con el planteamiento de Kathleen Eisenhardt (1989) al señalar que se trata de una estrategia rigurosa para construir teoría a partir de múltiples casos.

Este enfoque es especialmente valioso en investigación organizacional, donde la comparación de diferentes empresas, departamentos, grupos de trabajo permite identificar patrones transversales. Asimismo, autores como Creswell (2014) y Bryman (2004), coinciden en que, cuando se trata de organizaciones complejas y, plantean los métodos mixtos como una estrategia integradora que permite obtener una comprensión más completa del fenómeno de estudio; la combinación de encuestas, entrevistas y análisis de documentos permite robustecer la validez de los resultados mediante triangulación.

Por lo tanto, la investigación organizacional se caracteriza por su pluralidad metodológica y su compromiso con la comprensión profunda de fenómenos complejos. Las herramientas tradicionales como la observación, las entrevistas, las encuestas y el análisis documental siguen siendo pilares fundamentales. Sin embargo, la incorporación de aportes teóricos de autores como Creswell, Yin, Strauss & Corbin, Eisenhardt y Geertz permite ampliar la mirada y enriquecer la construcción de conocimiento. El reto para el investigador contemporáneo consiste en seleccionar con criterio, ética y claridad epistemológica las herramientas más adecuadas, integrándolas cuando sea necesario para generar conocimiento profundo, contextualizado y relevante que contribuya tanto a la teoría organizacional como a la práctica profesional.

Netnografía

Dentro de la diversidad de enfoques que caracterizan a la investigación cualitativa, la netnografía emerge como una alternativa metodológica particularmente flexible y versátil. Esta estrategia de investigación se apoya en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, integrando tanto la experiencia acumulada en su utilización como los fundamentos teóricos que respaldan su aplicación en el ámbito de la investigación científica.

La netnografía como ciencia, estudia la vida social en entornos digitales. Es una propuesta teórica y metodológica que se usa para abordar estrategias de mercadotecnia en las grandes urbes (Gebera y Washington, 2008).

En tal sentido, la netnografía, como propuesta de investigación en internet, enriquece las vertientes del enfoque de innovación y mejoramiento social que promueve los métodos activos y participativos dentro del espectro de lo cualitativo (metodología y práctica social), integrándose a las transformaciones

importantes que internet ha provocado en nuestra cotidianeidad. (Gebera y Washington, 2008, p. 83)

La información que se recaba se interpreta con los elementos que se establezcan desde la estrategia netnográfica, es información culturalmente reconfigurada (Gebera y Washington, 2008). No obstante, han demostrado ser especialmente valiosas en contextos donde la interacción presencial se ve limitada o incluso imposibilitada, como ocurre en comunidades ubicadas en escenarios de violencia estructural. En tales entornos, su utilización ha permitido superar barreras comunicativas relevantes, particularmente en el ámbito educativo, al garantizar la continuidad de las actividades escolares de niñas y niños. Asimismo, facilitan el trabajo colaborativo y grupal, posibilitan el intercambio seguro y eficiente de documentos y materiales multimedia, promueven espacios de interacción virtual entre los informantes, reducen costos y acortan distancias geográficas, lo que pone de manifiesto el amplio potencial que ofrecen este tipo de tecnologías para la comunicación y la investigación en entornos complejos (Alfarah & Bosco, 2018).

Según Kozinets & Gretzel (2024), la netnografía consiste en la observación sistemática, el análisis interpretativo y la participación ética del investigador dentro de comunidades y redes sociales en línea, con el propósito de comprender las dinámicas de comportamiento, consumo, comunicación y construcción de identidad que emergen en el espacio virtual. Señalan los autores que la netnografía no representa un simple traslado de la etnografía al entorno digital, la netnografía supone una reinterpretación del trabajo de campo. Es decir, el investigador se inserta en los flujos comunicativos digitales tales como foros, redes sociales, plataformas colaborativas o espacios profesionales, con el propósito de captar cómo se configuran los significados culturales en contextos mediados por la tecnología (Kozinets & Gretzel, 2024; Langer & Beckman, 2021). Su carácter flexible permite emplearla tanto en investigaciones exploratorias como en estudios organizacionales o de mercado, donde el acceso físico a los informantes resulta limitado.

De acuerdo con Costello et al. (2017), la netnografía combina técnicas clásicas de la etnografía, como lo son la observación participante, análisis discursivo y contextualización social, utilizando herramientas digitales de recopilación y gestión de datos, manteniendo el principio interpretativo y reflexivo del enfoque cualitativo. Su aporte fundamental reside en su capacidad para acceder a información genuina generada espontáneamente en entornos digitales, lo que amplía las posibilidades del investigador frente a las restricciones del campo presencial.

Finalmente, autores como Mkono & Markwell (2014) destacan que la

netnografía se ha consolidado como un método éticamente sensible y epistemológicamente riguroso para comprender la cultura digital y las prácticas organizacionales contemporáneas. Así, se posiciona como una herramienta estratégica en escenarios donde los informantes, por tiempo o distancia, no pueden participar en entrevistas presenciales, permitiendo construir conocimiento actualizado sobre realidades sociales mediadas por la tecnología.

En este campo, la investigación cualitativa conlleva la necesidad de adoptar y/o desarrollar instrumentos específicos para la recolección de información desde esta perspectiva (Hein, Cárdenas, Henríquez, y Valenzuela, 2013), tal es el caso de las videollamadas a través de WhatsApp, Zoom, Teams, así como formularios de Google para el diseño de cuestionarios. En la actualidad, estas plataformas digitales destacan por su amplia adopción entre los usuarios, debido a su versatilidad y a la posibilidad de ser utilizadas desde distintos dispositivos electrónicos con acceso a internet, lo que facilita su integración en diversos contextos sociales y organizacionales.

Lo empresarial, la investigación organizacional y la netnografía como vía metodológica emergente

La comprensión contemporánea de lo empresarial revela que las organizaciones son entidades complejas, dinámicas y profundamente imbricadas en redes sociales, simbólicas, digitales e institucionales. Esta visión, nutrida por aportes clásicos y recientes, muestra que la empresa no puede reducirse a estructuras formales o a una lógica funcionalista, sino que debe entenderse como un fenómeno multidimensional donde convergen la creación de valor, los procesos humanos, el aprendizaje continuo y la adaptación estratégica (Drucker, 1954, 1999; Robbins & Judge, 2022; Daft, 2021; Teece, 2018, 2020).

En este sentido, lo empresarial constituye un espacio vivo marcado por transformaciones tecnológicas, exigencias de sostenibilidad, presiones institucionales y redes interorganizacionales (Henderson, 2020; Scott, 2020; Gulati, 2022). Esta riqueza conceptual exige métodos capaces de capturar dicha complejidad sin perder de vista la subjetividad, las narrativas y los significados que construyen quienes participan en la organización. En línea con esta necesidad, las herramientas metodológicas para la investigación organizacional se han diversificado precisamente para responder al desafío de comprender fenómenos empresariales que no son únicamente estructurales, sino también simbólicos, emocionales y relacionales. Técnicas como la entrevista, la observación, el análisis documental, el estudio de caso, la etnografía y la teoría fundamentada permiten aproximarse a las organizaciones desde múltiples ángulos,

reconociendo su carácter híbrido, social y contextual (Bryman, 2004; Creswell, 2014; Yin, 2018; Geertz, 1973; Strauss & Corbin, 1990).

Esta pluralidad metodológica se vuelve indispensable ante la constatación de que las empresas no sólo operan, sino que significan; no sólo administran recursos, sino que construyen sentido; no sólo responden a su entorno, sino que lo configuran a través de prácticas, discursos e interacciones que requieren ser observados con lentes flexibles y sensibles. Es justamente en esa intersección, entre la complejidad de lo empresarial y la necesidad de herramientas metodológicas capaces de capturarla, donde la netnografía adquiere relevancia. A medida que los entornos organizacionales se digitalizan y las dinámicas laborales se transforman, comprender las prácticas sociales mediadas por tecnología se vuelve tan importante como estudiar los procesos presenciales.

La netnografía, concebida como una forma de etnografía adaptada a los contextos digitales, ofrece una alternativa metodológica altamente pertinente para investigar espacios empresariales donde las cargas laborales, la falta de tiempo o las restricciones institucionales dificultan la realización de entrevistas, encuestas o observaciones directas (Langer & Beckman, 2021; Kozinets & Gretzel, 2024). Además, al tratarse de un método que recupera información espontánea, situada y culturalmente significativa en entornos digitales, la netnografía brinda acceso a discursos, interacciones y prácticas que de otro modo quedarían fuera del alcance del investigador (Costello et al., 2017; Mkono & Markwell, 2014). Esto no solo enriquece la comprensión del fenómeno empresarial, sino que ofrece una vía metodológica viable y ética para estudiar organizaciones que operan bajo ritmos acelerados y donde los informantes poseen una disponibilidad limitada.

La relación entre los tres conceptos se vuelve clara cuando se considera el objetivo de esta investigación: explorar el uso de la netnografía como estrategia metodológica viable para la recopilación de información en empresas con disponibilidad restringida para ser encuestadas o entrevistadas de forma tradicional debido a las altas cargas de trabajo. Lo empresarial, entendido como un fenómeno multidimensional y digitalmente mediatizado, demanda métodos flexibles; la investigación organizacional provee el andamiaje epistemológico para elegirlos; y la netnografía emerge como la herramienta que responde con mayor pertinencia ante las barreras de acceso propias de ciertas empresas contemporáneas.

El acceso organizacional como problema metodológico y teórico

Un concepto central que permite articular de manera más precisa la relación entre lo empresarial, la investigación organizacional y la netnografía es el de acceso organizacional. Diversos autores han señalado que el acceso al campo no constituye una fase meramente operativa del proceso de investigación, sino un fenómeno social y relacional que refleja las dinámicas de poder, las prioridades institucionales y las lógicas internas de las organizaciones (Feldman et al., 2003; Buchanan et al., 2014).

Desde esta perspectiva, el acceso a empresas no depende únicamente de la existencia de convenios formales o del interés académico, sino de procesos continuos de negociación en los que los investigadores deben interpretar y adaptarse a las condiciones del entorno organizacional. Feldman, Bell y Berger (2003) sostienen que el acceso es una construcción social que se redefine constantemente durante el trabajo de campo, y que está mediada por la percepción que la organización tiene sobre los costos, riesgos y beneficios de participar en una investigación.

En contextos empresariales caracterizados por altas cargas de trabajo, estas dinámicas de acceso se intensifican. Buchanan et al. (2014) explican que las organizaciones tienden a restringir el acceso cuando perciben que la investigación puede interferir con la operación, consumir tiempo crítico o exponer información sensible. En este sentido, la dificultad de acceso observada en el presente estudio no debe interpretarse como resistencia al conocimiento, sino como una manifestación coherente de la lógica empresarial contemporánea, orientada a la eficiencia, la continuidad operativa y la gestión del riesgo.

Un elemento clave en el escenario del acceso organizacional es la figura del *gatekeeper*, entendida como aquella persona o instancia que controla la entrada del investigador al campo y regula el contacto con los informantes (Creswell, 2014; Reeves, 2010). La literatura muestra que los *gatekeepers* no solo facilitan o bloquean el acceso, sino que también influyen en el tipo de información disponible, en la selección de informantes y en la temporalidad del trabajo de campo. En empresas con estructuras jerárquicas y ritmos acelerados, esta figura adquiere un papel especialmente relevante, ya que concentra decisiones vinculadas al uso del tiempo y a la exposición institucional.

En este marco, la netnografía puede interpretarse como una estrategia metodológica que reconfigura el problema del acceso, al desplazar parcialmente la dependencia del acceso físico directo hacia espacios digitales donde las organizaciones ya interactúan de manera cotidiana. Tal como señalan Kozinets & Seraj-Aksit (2024), la observación de comunidades y prácticas en línea permite al investigador acceder a información organizacional sin atravesar todas las barreras formales del campo

presencial, reduciendo la carga sobre los *gatekeepers* y los informantes.

Esta reconceptualización del acceso es coherente con los enfoques contemporáneos que entienden a las organizaciones como sistemas relacionales y digitalmente mediados (Gulati, 2022; Verhoef et al., 2021). En lugar de concebir el acceso como una puerta que se abre o se cierra, el enfoque netnográfico lo concibe como un proceso gradual, distribuido y negociado en múltiples espacios, tanto físicos como virtuales. De este modo, el acceso deja de ser un obstáculo metodológico para convertirse en una fuente de información analítica sobre cómo las empresas gestionan su apertura, su tiempo y sus relaciones externas.

Integrar el concepto de acceso organizacional permite, por tanto, comprender por qué la netnografía no solo es una solución práctica ante la falta de tiempo de los informantes, sino una respuesta metodológicamente coherente con la naturaleza actual de lo empresarial. Esta articulación refuerza el objetivo del presente estudio al situar la netnografía como una estrategia viable, ética y conceptualmente alineada con la complejidad de investigar organizaciones contemporáneas con disponibilidad limitada.

Investigaciones previas sobre acceso organizacional

En la investigación científica, acceder a poblaciones o instituciones con disponibilidad limitada debido a altas cargas de trabajo suele convertirse en una tensión silenciosa entre la necesidad de generar conocimiento y el derecho de los informantes a no ser interrumpidos. En este sentido, Bonevski et al. (2014) abordaron este dilema desde una revisión sistemática centrada en identificar cómo distintos investigadores lograron establecer vínculos con poblaciones consideradas “difíciles de alcanzar”. Aunque su estudio se enfocó en el ámbito de la salud, sus hallazgos resultan transferibles a cualquier campo en el que los informantes presentan resistencia a participar.

Los autores concluyen que dicha resistencia no responde exclusivamente al desinterés, sino a diversos factores, entre los que destaca la falta de tiempo, la desconfianza institucional y la percepción de que la investigación no ofrece beneficios tangibles. Entre las estrategias más efectivas identificaron la construcción de alianzas institucionales sólidas, el uso de intermediarios confiables y el respeto explícito por el tiempo del participante mediante instrumentos claros y breves. En conjunto, el estudio plantea que el acceso no se obtiene solicitándolo de manera formal, sino generando valor y mostrando empatía.

Desde una perspectiva complementaria, Shenton (2004) sostiene que el acceso a organizaciones que protegen de manera estricta su información, tal y como ocurre en entornos industriales o de alta productividad, no se concede de forma automática, sino que se construye progresivamente. El autor enfatiza que el acceso debe entenderse como un proceso relacional, en el cual las credenciales académicas resultan insuficientes si no se acompañan de confianza y reciprocidad. Entre las estrategias recomendadas se encuentran escuchar activamente a los *gatekeepers*, ofrecer productos útiles como reportes ejecutivos o diagnósticos breves y mantener una comunicación honesta desde el primer contacto. Su principal conclusión es que investigar implica, ante todo, establecer relaciones humanas basadas en la confianza mutua.

En esta misma línea, Meho (2006) introduce el papel de la tecnología como aliada metodológica cuando las agendas organizacionales no coinciden con las de los investigadores o cuando la distancia geográfica dificulta el contacto presencial. El autor fue pionero en analizar el uso del correo electrónico como medio para realizar entrevistas cualitativas, proponiendo un intercambio asincrónico que permitiera a los informantes responder en su propio tiempo. Sus resultados mostraron que las entrevistas por correo electrónico podían generar respuestas más reflexivas y detalladas, especialmente entre profesionales con agendas saturadas. No obstante, también advirtió sobre la pérdida de matices no verbales y la dependencia de las habilidades de escritura de los informantes. Meho concluye que el método más adecuado no es necesariamente el más innovador, sino aquel que mejor se ajusta a las condiciones reales de los informantes.

Por su parte, Dillman, Smyth y Christian (2014) llevaron el diseño de encuestas a un nivel altamente refinado mediante el desarrollo del Tailored Design Method. A través de múltiples estudios empíricos, demostraron que las tasas de respuesta dependen menos de la insistencia y más de la calidad del diseño metodológico. Aspectos como el tono de la invitación, la claridad respecto al tiempo requerido, el diseño visual del instrumento y la posibilidad de elegir distintos modos de respuesta resultaron determinantes. En contextos empresariales, donde el tiempo es un recurso escaso y la atención limitada, estos principios adquieren especial relevancia. Los autores concluyen que personalizar el enfoque metodológico no solo incrementa la participación, sino que mejora la calidad de los datos, sugiriendo que la cortesía metodológica constituye también una forma de rigor científico.

En un plano más reciente, Patrick et al. (2020) evaluaron los efectos de las encuestas con invitación web en comparación con los protocolos tradicionales de encuestas enviadas por correo en formato papel y lápiz. Aunque su estudio se desarrolló

fuera del ámbito empresarial, los resultados mostraron tasas de respuesta iguales o superiores con menores costos logísticos. Más allá de los indicadores cuantitativos, su principal aporte fue evidenciar que facilitar la participación y respetar el tiempo del informante no representa una concesión metodológica, sino una condición para la validez de los datos. Los autores concluyen que los informantes colaboran con mayor disposición cuando el diseño del instrumento se integra de manera no disruptiva a su rutina cotidiana.

En un contexto más cercano al ámbito organizacional, Endres et al. (2024) analizaron el uso de estrategias *push-to-web* combinadas con códigos QR como mecanismo para mejorar las tasas de respuesta en entornos laborales. Sus resultados indicaron un incremento significativo de la participación, particularmente entre usuarios de teléfonos inteligentes. Los autores sostienen que, en contextos donde cada minuto cuenta, reducir el esfuerzo requerido para acceder a un cuestionario puede marcar una diferencia sustantiva. Concluyen que la innovación tecnológica en investigación debe orientarse a simplificar la experiencia del participante sin perder de vista su dimensión humana.

De manera complementaria, Sammut et al. (2021) realizaron una revisión sistemática sobre estrategias para mejorar las tasas de respuesta en encuestas web. Sus hallazgos muestran que no existe una fórmula única para garantizar la participación, sino una combinación de prácticas basadas en la comunicación respetuosa: preavisos claros, recordatorios breves y agradecimientos explícitos. Los autores destacan que los incentivos simbólicos no monetarios y el seguimiento cuidadoso influyen de manera significativa en la disposición a responder. Concluyen que las personas participan cuando perciben que su tiempo es valorado y su contribución reconocida, subrayando que la brevedad y la cortesía pueden convertirse en herramientas metodológicas clave.

Finalmente, Mavhandu-Mudzusi & Mwanda (2022) exploraron el uso de WhatsApp como herramienta de recolección de información en un estudio fenomenológico con poblaciones vulnerables, como personas LGBTIQ+. Aunque su investigación no se desarrolló en un contexto empresarial, sus aportes resultan relevantes para escenarios donde los informantes no pueden asistir a encuentros formales. Los autores observaron que la mensajería instantánea favoreció la comodidad, la espontaneidad y, en algunos casos, una mayor honestidad en las respuestas. El uso de notas de voz permitió recuperar parte de la riqueza emocional que suele perderse en formatos exclusivamente textuales. No obstante, también señalaron desafíos éticos relacionados con la privacidad y la gestión de datos. Su principal conclusión es que la metodología no debe ser rígida, ya que las necesidades de las personas y las formas de

escuchar evolucionan con el tiempo.

En conjunto, los estudios revisados coinciden en que las estrategias metodológicas más efectivas para acceder a personas y organizaciones con alta carga de trabajo no son necesariamente las más complejas, sino las más consideradas y adaptadas al contexto. Sin embargo, se observa que la literatura sobre el uso de la netnografía como estrategia metodológica en la investigación organizacional, particularmente en empresas altamente ocupadas y de difícil acceso, sigue siendo limitada. Este vacío justifica la pertinencia del presente estudio y su contribución al debate metodológico contemporáneo.

Método

El presente estudio se desarrolló mediante un estudio de caso de enfoque cualitativo, en el cual el caso de análisis está constituido por las experiencias de investigadores que han empleado la netnografía como estrategia metodológica para acceder a información organizacional. En este marco, la netnografía se aborda como el recurso metodológico objeto de análisis, a partir de su utilización en investigaciones realizadas en empresas que presentan restricciones significativas para el trabajo de campo presencial o para la aplicación de métodos tradicionales, debido a sus altas cargas laborales y a las limitaciones institucionales de acceso.

En este sentido, la netnografía no constituye el método del presente artículo, sino la estrategia metodológica cuya aplicación es analizada a través de las experiencias de los investigadores. A partir de esta premisa, el estudio de caso se orienta a comprender cómo dichos investigadores recurren a la netnografía para construir estrategias de acceso al campo organizacional y generar conocimiento sobre dinámicas internas que resultan difíciles de observar mediante enfoques convencionales. Por tanto, las empresas no se consideran unidades de análisis directas; el interés analítico se centra en las decisiones, prácticas y reflexiones metodológicas de los investigadores al enfrentar escenarios de acceso restringido.

Mediante la realización de entrevistas a estos investigadores, el estudio permitió explorar el uso de la netnografía como estrategia metodológica y aportar conocimiento al campo del acceso organizacional, particularmente en lo relativo a la recopilación de información desde el interior de las empresas en contextos de disponibilidad limitada. El estudio de caso, ubicado dentro de la investigación cualitativa, constituye una de las herramientas más empleadas en la investigación social orientada al análisis de organizaciones empresariales, en tanto facilita la comprensión de fenómenos complejos en su contexto específico (Yin, 2009). En el presente trabajo, esta metodología se

desarrolló en dos fases principales: la selección de informantes y la recolección de la información.

Selección de informantes

Partiendo de que el presente trabajo se configura como un estudio de caso metodológico, centrado en el análisis de experiencias investigativas vinculadas al acceso organizacional, y no en las empresas como unidades de análisis directas, la selección de informantes requirió establecer tres criterios que por completo se debían cumplir:

1. Investigadores pertenecientes al Instituto Tecnológico de Mexicali.
2. Contar con investigación relacionada con las organizaciones empresariales.
3. Selección de la netnografía como estrategia metodológica en su investigación organizacional.

Se generó un instrumento con la aplicación Google Forms para identificar a los investigadores del Instituto Tecnológico de Mexicali que específicamente han utilizado la netnografía como estrategia metodológica en sus investigaciones organizacionales durante los últimos cinco años. Solo se identificó a dos investigadores que colaboraron entre sí para realizar un proyecto donde se utilizó la netnografía como estrategia metodológica para recabar información acerca de las empresas con convenios colaborativos en educación dual, con el Instituto Tecnológico de Mexicali durante el año 2025.

Dado el carácter exploratorio y metodológico del presente estudio, el interés analítico no se centró en la amplitud muestral ni en la representatividad estadística de los informantes, sino en la comprensión profunda de decisiones metodológicas situadas en contextos reales de acceso organizacional restringido. En este sentido, la selección de un número reducido de informantes respondió a un criterio de pertinencia epistemológica más que de volumen de casos, en la medida en que se privilegió el análisis cualitativo intensivo de experiencias investigativas concretas. Este enfoque resulta consistente con los principios del estudio de caso cualitativo, donde la profundidad interpretativa y la densidad analítica del caso permiten generar aportes teóricos y metodológicos transferibles a contextos organizacionales con características similares, sin pretender generalizaciones de tipo estadístico.

Técnica de recolección de información

La recolección de información se realizó mediante entrevistas semiestructuradas dirigidas a los informantes que previamente habían utilizado la netnografía como estrategia metodológica en investigaciones organizacionales. Este instrumento fue diseñado con el propósito de explorar la viabilidad de la netnografía para acceder a información interna en empresas con alta carga de trabajo y disponibilidad limitada para participar en entrevistas o encuestas tradicionales.

El guión de entrevista se estructuró en torno a categorías analíticas derivadas del marco teórico y del objetivo del estudio, la decisión metodológica, la implementación de la netnografía, la calidad de la información obtenida, las consideraciones éticas, las limitaciones del método y sus aportes metodológicos. Las preguntas fueron formuladas de manera abierta, con el fin de favorecer la reflexión del informante y la emergencia de experiencias metodológicas significativas.

La tabla 1 presenta la operacionalización de las categorías preliminares que dieron pie al guion de entrevista. Las entrevistas se concibieron como una herramienta flexible, coherente con el enfoque cualitativo y el diseño de estudio de caso adoptado en esta investigación. El tratamiento de los datos se llevó a cabo a través de un procedimiento de categorización temática, orientado a identificar patrones, convergencias y tensiones en torno al uso de la netnografía como estrategia metodológica en contextos organizacionales de difícil acceso.

Tabla 1. Operacionalización de las categorías preliminares para el guion de entrevista

CATEGORÍA PRELIMINAR	SUBCATEGORÍA	PREGUNTA GUÍA
Acceso organizacional	Barreras de acceso	¿Qué condiciones organizacionales dificultaron el uso de entrevistas o encuestas tradicionales?
	Carga laboral	¿Cómo influyeron las altas cargas de trabajo en la disponibilidad de los informantes?
Decisión metodológica	Elección del método	¿Qué factores lo llevaron a elegir la netnografía como estrategia metodológica para su investigación?
	Métodos alternativos	¿Por qué otras estrategias cualitativas no resultaron viables en este contexto organizacional?
Implementación de la netnografía	Selección de espacios digitales	¿Cómo seleccionó los entornos digitales donde realizó la observación netnográfica?
	Rol del investigador	¿Qué papel asumió como investigador dentro de los espacios digitales observados?
Calidad de la información	Información genuina	¿En qué medida los datos obtenidos mediante netnografía reflejan prácticas organizacionales reales?
	Complementariedad	¿Cómo se relacionaron los datos netnográficos con otras fuentes de información del estudio?
Ética y legitimidad	Privacidad y anonimato	¿Qué consideraciones éticas guiaron la recolección y el uso de información en entornos digitales?
	Aceptación organizacional	¿Cómo influyó el uso de la netnografía en la disposición de la organización a colaborar?
Viabilidad metodológica	Reducción de carga para informantes	¿De qué manera la netnografía contribuyó a reducir la carga de tiempo para los informantes?
	Eficiencia del método	¿Qué ventajas ofreció la netnografía en términos de tiempo, acceso y flexibilidad?
Limitaciones del método	Alcances	¿Qué aspectos del fenómeno organizacional no logró capturar adecuadamente la netnografía?
	Necesidad de complementar	¿En qué situaciones fue necesario complementar la netnografía con otras técnicas?
Aportes metodológicos	Transferibilidad	¿En qué contextos organizacionales recomendaría el uso de la netnografía?
	Recomendaciones	¿Qué aprendizajes metodológicos considera relevantes para otros investigadores?

Fuente. Elaboración propia, 2026.

Resultados

Tabla 2. Categorías analíticas y hallazgos metodológicos

CATEGORÍA ANALÍTICA	HALLAZGO METODOLÓGICO
Acceso organizacional	El acceso a empresas con alta carga laboral se encuentra condicionado principalmente por restricciones estructurales, tales como limitaciones de tiempo, jerarquías internas y prioridades operativas, más que por una falta de disposición para colaborar con la investigación.
	La existencia de políticas internas y protocolos formales de autorización actúa como un filtro que retrasa o limita el contacto directo con informantes clave, especialmente en estudios de carácter cualitativo.
Carga laboral	Las elevadas cargas de trabajo inciden directamente en la disponibilidad de los informantes, fragmentando los tiempos de participación y haciendo inviable la aplicación de entrevistas presenciales extensas.
	La presión operativa cotidiana obliga a los investigadores a respetar los tiempos organizacionales y a replantear la duración, frecuencia y modalidad de los instrumentos de recolección de información.
Disponibilidad de los informantes	La participación de los informantes se caracteriza por interacciones breves, discontinuas y mayoritariamente asincrónicas, lo que limita el uso de estrategias tradicionales de levantamiento de datos.
	La posibilidad de responder en momentos específicos favorece la participación, siempre que los instrumentos sean flexibles y no intrusivos.
Adaptación metodológica	La adecuación del diseño metodológico emerge como una condición necesaria para sostener el trabajo de campo en contextos organizacionales altamente demandantes.
	La flexibilidad en los instrumentos, tiempos y canales de comunicación permite ajustar la investigación al contexto real de las empresas sin comprometer los objetivos del estudio.
	La adaptación metodológica no implica una pérdida de rigor, sino una reorganización estratégica del proceso de investigación.
Netnografía como estrategia metodológica	La netnografía se adopta como respuesta a la imposibilidad de acceso presencial y a la existencia de interacciones organizacionales relevantes en entornos digitales.
	El aprovechamiento de plataformas digitales como WhatsApp, Teams y correo electrónico permite mantener el contacto con los informantes sin interferir en su jornada laboral.
	La naturaleza no intrusiva de la netnografía favorece la obtención de información organizacional relevante a partir de interacciones preexistentes.
Tipo de información obtenida	A través de la netnografía se identifican prácticas comunicativas, discursos institucionales y expectativas de colaboración entre empresas e instituciones educativas.
	La información obtenida incluye elementos espontáneos, como comentarios, silencios, tiempos de respuesta y niveles de interacción, que enriquecen la interpretación del fenómeno.
Rol del investigador	Los investigadores asumen principalmente un rol observacional, con intervenciones mínimas y estratégicas cuando es necesario aclarar información.
	Este posicionamiento reduce la reactividad del informante y preserva la naturalidad de las interacciones digitales.
Autenticidad y validez de la información	La información recopilada se percibe como genuina al surgir de interacciones no inducidas directamente por el investigador.

	La coherencia de los datos se refuerza mediante la triangulación con entrevistas y cuestionarios aplicados en otros momentos del estudio.
Consideraciones éticas	El uso de información pública o previamente autorizada constituye un principio rector del proceso de recolección de datos digitales.
	La anonimización de personas y organizaciones se mantiene como una práctica central para proteger la confidencialidad de los informantes.
Limitaciones metodológicas	Algunas restricciones, como la negativa a grabar entrevistas, exigen estrategias alternativas de registro, tales como la toma de notas simultánea durante las interacciones.
	El proceso de transcripción y análisis demanda una carga temporal y cognitiva significativa por parte del equipo investigador.
Complementariedad metodológica	La netnografía requiere ser complementada con otras técnicas, como entrevistas virtuales o cuestionarios, para profundizar y validar la información obtenida.
	Su integración en diseños cualitativos o mixtos amplios fortalece el acceso al campo y la comprensión del fenómeno organizacional.
Viabilidad de la netnografía	La netnografía resulta viable en empresas con alta carga laboral siempre que se diseñe bajo criterios de flexibilidad, pertinencia y sensibilidad al contexto organizacional.
Recomendaciones metodológicas	Se recomienda adaptar los métodos al contexto real de las empresas, evitar forzar la participación y documentar cuidadosamente el proceso metodológico seguido.

Fuente. Elaboración propia, 2026.

La tabla 2, presenta las categorías de análisis y los hallazgos de la investigación. Los resultados del estudio muestran que las dificultades para acceder a contextos organizacionales con alta carga laboral no se explican por una falta de interés de las empresas en colaborar con procesos de investigación, sino por un conjunto de restricciones asociadas a su dinámica interna.

De manera reiterada, los investigadores señalaron que el ritmo acelerado de trabajo, la presión constante por cumplir metas operativas y la atención permanente a situaciones urgentes limitan de forma significativa la posibilidad de destinar tiempo a actividades que no forman parte directa de la operación cotidiana, como es el caso de la participación en estudios académicos. Esta condición configura un escenario en el que el acceso al campo no depende únicamente de la voluntad de los actores organizacionales, sino de factores estructurales que regulan y condicionan su disponibilidad.

En este sentido, las jerarquías internas y los protocolos institucionales desempeñan un papel relevante en la regulación del acceso a los informantes. La necesidad de contar con autorizaciones formales, la intermediación de figuras clave dentro de la organización y la existencia de canales institucionales previamente establecidos influyen de manera decisiva en la posibilidad de establecer contacto directo con los informantes. Estas dinámicas, propias de organizaciones con alta carga laboral, dificultan la aplicación de estrategias tradicionales de trabajo de campo basadas exclusivamente en la presencialidad, ya que requieren tiempos de gestión y coordinación que no siempre son compatibles con las prioridades operativas de las empresas.

De forma consistente, se identificó que las elevadas cargas laborales afectan directamente la disponibilidad de los informantes, dando lugar a participaciones breves, intermitentes y condicionadas a los márgenes de tiempo que permite la operación cotidiana de las organizaciones. Los investigadores señalaron que, en muchos casos, los informantes podían participar únicamente en momentos específicos, a través de respuestas cortas o interacciones puntuales, lo que limitaba la posibilidad de sostener entrevistas presenciales extensas o sesiones prolongadas de levantamiento de información. Esta situación vuelve poco viable la aplicación de instrumentos rígidos y obliga a reconsiderar la forma en que se conciben y ejecutan los procesos de recolección de información en la investigación organizacional.

La fragmentación del tiempo disponible no solo impacta la duración de las interacciones, sino también la modalidad en la que estas se desarrollan. La imposibilidad de coordinar encuentros presenciales prolongados lleva a privilegiar formas de participación más flexibles, que se adapten a los ritmos de trabajo de los informantes. En este contexto, los investigadores reconocieron que insistir en la aplicación de métodos tradicionales sin considerar estas condiciones puede generar resistencia, desinterés o abandono de la participación, afectando tanto la calidad como la continuidad del trabajo de campo.

Ante este escenario, los hallazgos ponen de manifiesto que la adaptación metodológica adquiere un papel central en el diseño de investigaciones desarrolladas en entornos organizacionales altamente demandantes. La flexibilidad en los instrumentos, los tiempos y las modalidades de interacción permitió ajustar el trabajo de campo a las condiciones reales de las organizaciones, favoreciendo la participación de los informantes sin imponer exigencias adicionales a su jornada laboral. Esta adaptación se expresó en la selección de herramientas, en la redefinición de los tiempos de interacción y en la apertura a modalidades de comunicación que respetaran las dinámicas organizacionales existentes.

Lejos de representar una pérdida de rigor metodológico, esta adecuación implicó una reorganización consciente del proceso de investigación en función del contexto. Los investigadores coincidieron en que la capacidad de adaptar el diseño metodológico a las condiciones del campo resultó clave para sostener el proceso de recolección de información y alcanzar los objetivos de investigación. La flexibilidad se constituyó así en un criterio metodológico central, orientado no a simplificar el proceso, sino a hacerlo viable y pertinente en escenarios caracterizados por restricciones de tiempo y acceso.

En este marco, la netnografía se configuró como una estrategia metodológica particularmente pertinente para el acceso a información organizacional. Su aplicación no se limitó a la observación de interacciones en espacios digitales, sino que integró el uso

de diversas herramientas digitales para el trabajo de campo, incluidas plataformas de mensajería, correo electrónico, formularios en línea y entrevistas virtuales sincrónicas. Todas estas herramientas formaron parte del enfoque netnográfico al desarrollarse en entornos digitales y responder a la misma lógica de flexibilidad, no intrusión y adaptación al contexto organizacional.

Las entrevistas virtuales sincrónicas, en particular, se incorporaron como una extensión natural del trabajo de campo digital, permitiendo el intercambio directo con los informantes sin requerir desplazamientos ni interrupciones significativas en su jornada laboral. Al desarrollarse en plataformas digitales de uso habitual para los informantes, estas entrevistas se integraron de manera orgánica a las prácticas comunicativas existentes, manteniendo la coherencia con el enfoque netnográfico adoptado. De este modo, la netnografía se configuró como una estrategia amplia e integradora, capaz de articular distintas modalidades de interacción digital dentro de un mismo diseño metodológico.

A través de esta estrategia fue posible identificar prácticas comunicativas, discursos institucionales, expectativas de colaboración y dinámicas relacionales que difícilmente habrían sido captadas mediante métodos presenciales tradicionales. La observación y el análisis de interacciones digitales permitieron acceder a información situada, vinculada a los contextos reales en los que se desarrollan las relaciones organizacionales, aportando elementos relevantes para la comprensión del fenómeno estudiado. Asimismo, la posibilidad de analizar silencios, tiempos de respuesta y formas de interacción enriqueció la interpretación de los datos obtenidos.

La naturaleza asincrónica y sincrónica de las interacciones digitales permitió respetar los tiempos organizacionales, reducir la presión asociada a la presencia física del investigador y favorecer la obtención de información percibida como genuina. Al desarrollarse en condiciones cercanas a las prácticas comunicativas habituales de los informantes, las interacciones digitales facilitaron la expresión de experiencias, percepciones y discursos de manera más espontánea, lo que contribuyó a la profundidad y riqueza de la información recopilada.

Asimismo, la consistencia de los hallazgos se fortaleció mediante la integración y complementariedad de distintas herramientas digitales dentro de la estrategia netnográfica. La combinación de observación digital, entrevistas virtuales y cuestionarios en línea permitió contrastar, profundizar y contextualizar la información obtenida, favoreciendo una comprensión más amplia y matizada de los fenómenos organizacionales analizados. Esta complementariedad no solo fortaleció la validez de los resultados, sino

que también evidenció el potencial de la netnografía como estrategia articuladora dentro de diseños de investigación flexibles.

En conjunto, los resultados evidencian que la netnografía no sustituye otras estrategias metodológicas, sino que se consolida como un enfoque flexible e integrador dentro de diseños cualitativos o mixtos. Su incorporación amplía las posibilidades de acceso al campo y contribuye a la comprensión de los fenómenos organizacionales en contextos caracterizados por altas cargas laborales y acceso limitado a los informantes, ofreciendo una vía metodológica pertinente y sensible a las condiciones reales en las que se desarrolla la investigación organizacional.

Interpretación de los datos

Los resultados evidencian que el acceso a contextos organizacionales caracterizados por altas cargas de trabajo se encuentra condicionado por restricciones estructurales que exceden la voluntad individual de los actores. Las jerarquías internas, los protocolos de autorización y la priorización de metas operativas delimitan los márgenes reales de participación en investigaciones externas. En este escenario, la disponibilidad de los informantes se manifiesta de forma fragmentada y mayoritariamente asincrónica, lo que dificulta la implementación de entrevistas presenciales extensas y favorece interacciones breves, intermitentes y situadas en momentos específicos de la jornada laboral.

Esta fragmentación del tiempo impacta directamente en el diseño de los instrumentos de recolección de información. Los hallazgos muestran que los formatos rígidos tienden a generar resistencia o abandono, mientras que los instrumentos flexibles –en duración, modalidad y canal– incrementan la participación sin interferir de manera significativa en los flujos operativos. La adaptación metodológica emerge, así, como una condición necesaria para sostener el trabajo de campo en organizaciones altamente demandantes. Lejos de implicar una pérdida de rigor, dicha adaptación supone una reorganización estratégica del proceso de investigación en función de las condiciones reales del contexto.

En este marco, la netnografía se consolidó como una estrategia metodológica viable para acceder a prácticas comunicativas, discursos institucionales y dinámicas relacionales que se desarrollan en entornos digitales. El uso de plataformas de mensajería, correo electrónico, formularios en línea y entrevistas virtuales permitió mantener el contacto con los informantes sin introducir cargas adicionales de tiempo. La observación de interacciones digitales preexistentes permitió recuperar información situada, así como elementos expresivos relevantes entre los cuales se identificaron comentarios, silencios,

tiempos de respuesta y niveles de interacción, que enriquecieron la lectura analítica del fenómeno.

El rol del investigador se caracterizó por una posición predominantemente observacional, con intervenciones puntuales orientadas a la aclaración o profundización de información específica. Este posicionamiento redujo la reactividad de los informantes y favoreció la naturalidad de las interacciones en los entornos digitales. La información obtenida fue percibida como genuina en la medida en que emergió de prácticas comunicativas habituales y no inducidas directamente por la presencia del investigador. En términos de validez, la coherencia interna de los hallazgos se fortaleció mediante la complementariedad entre observación digital, entrevistas virtuales y cuestionarios en línea.

Esta triangulación permitió contrastar y contextualizar los datos, aportando una comprensión más amplia del fenómeno organizacional. No obstante, se identificaron limitaciones asociadas a la imposibilidad de registrar ciertos matices no verbales y a la carga cognitiva del proceso de transcripción y análisis de interacciones digitales, lo que exige una planificación cuidadosa de los recursos analíticos. En conjunto, la interpretación de los datos muestra que la viabilidad de la netnografía en empresas con alta carga laboral depende de su integración en diseños metodológicos flexibles, sensibles al contexto organizacional y articulados con otras técnicas cualitativas. Esta configuración posibilita sostener el acceso al campo y preservar la densidad analítica en escenarios donde la presencialidad resulta limitada.

Discusión

Los resultados de este estudio, construidos a partir de las experiencias de investigadores que recurrieron a la netnografía como estrategia metodológica para acceder a empresas con alta carga laboral, permiten interpretar el acceso organizacional como una condición estructural que moldea el propio proceso de investigación. Más que un obstáculo coyuntural, el acceso restringido emerge como una característica inherente a contextos organizacionales donde el tiempo, la información y la continuidad operativa se gestionan como recursos estratégicos. Lo anterior coincide con los planteamientos de Feldman, Bell y Berger (2003) y Buchanan et al. (2014), quienes subrayan que el acceso al campo no se limita a una fase inicial del estudio, sino que se configura como un proceso relacional que se negocia de manera continua a lo largo del trabajo empírico.

Desde la perspectiva de la teoría organizacional, los hallazgos dialogan con la comprensión de las organizaciones como sistemas sometidos a presiones constantes de eficiencia, productividad y desempeño. La limitada disponibilidad de los actores para

participar en dispositivos presenciales prolongados puede interpretarse como una expresión coherente de la racionalidad organizacional descrita por Drucker (1954, 1999) y por Robbins y Judge (2022), en la cual el tiempo se concibe como un recurso escaso que debe ser protegido. En este sentido, las restricciones observadas no responden a una falta de interés por la investigación académica, sino a dinámicas institucionales orientadas a la gestión del riesgo, la priorización de objetivos operativos y la protección de la información sensible, tal como lo plantea Scott (2020) en su análisis de las lógicas institucionales contemporáneas.

Los resultados obtenidos también guardan similitudes con estudios previos que han documentado las dificultades para involucrar a informantes con agendas altamente demandantes en procesos de investigación. Bonevski et al. (2014) y Dillman, Smyth y Christian (2014) señalan que la participación tiende a disminuir cuando los instrumentos de investigación no se ajustan a las condiciones reales de los informantes, lo cual coincide con las experiencias reportadas por los investigadores entrevistados. En este estudio, la necesidad de replantear formatos, tiempos y canales de interacción se convirtió en un elemento central para sostener el trabajo de campo, lo que refuerza la idea de que la adaptación metodológica constituye una condición para la viabilidad empírica de la investigación organizacional en contextos de alta carga laboral.

En este marco, la netnografía se posicionó como una estrategia metodológica pertinente para responder a las restricciones de acceso identificadas. Las experiencias analizadas muestran que la observación de interacciones en entornos digitales, así como el uso de herramientas de comunicación mediadas por tecnologías, permitió recuperar información situada sin imponer cargas adicionales de tiempo a los informantes. Este hallazgo es congruente con la propuesta de Kozinets & Seraj-Aksit (2024), quienes plantean que la netnografía posibilita la comprensión de prácticas culturales y comunicativas en espacios digitales. A diferencia de investigaciones previas centradas en comunidades virtuales abiertas o en contextos de consumo digital (Costello et al., 2017; Mkono & Markwell, 2014), en este caso su aplicación se orientó a un entorno organizacional formal, lo que amplía su alcance metodológico y muestra su potencial para el estudio de organizaciones con acceso restringido.

Asimismo, los resultados permiten reconocer que los entornos digitales no solo funcionan como canales instrumentales de comunicación, sino como espacios donde se producen y negocian significados organizacionales. En línea con los enfoques de construcción de sentido propuestos por Weick (1995), Maitlis y Christianson (2014) y Sonenshein (2022), las interacciones mediadas por tecnología ofrecen indicios relevantes sobre prioridades institucionales, jerarquías implícitas y dinámicas relacionales.

Elementos como los tiempos de respuesta, los silencios o la elección de determinados canales de comunicación aportaron claves interpretativas que enriquecieron la comprensión del fenómeno estudiado, mostrando que la mediación digital no necesariamente empobrece la lectura analítica de la vida organizacional.

No obstante, los resultados también evidencian limitaciones que deben ser consideradas en la interpretación del estudio. El número reducido de informantes y el carácter situado del caso analizado delimitan el alcance empírico de los hallazgos y no permiten establecer generalizaciones de tipo estadístico; no obstante, los resultados ofrecen elementos analíticos y orientaciones metodológicas que pueden resultar pertinentes para contextos empresariales con características organizacionales similares. Asimismo, la investigación se enfrentó a retos éticos asociados al uso de información en entornos digitales, particularmente en lo relativo a la delimitación entre espacios públicos y semipúblicos, la gestión de la privacidad y el consentimiento informado, aspectos que han sido señalados en la literatura reciente sobre investigación digital (Mkono & Markwell, 2014). Estas limitaciones subrayan la necesidad de desarrollar lineamientos éticos más específicos para la aplicación de estrategias netnográficas en contextos organizacionales.

A partir de estos hallazgos, se identifican diversas líneas de investigación futura, como ampliar el análisis hacia estudios comparativos que incluyan distintos sectores productivos y tipos de organizaciones, con el fin de explorar en qué medida las dinámicas de acceso organizacional y la viabilidad de la netnografía varían según el contexto institucional y el grado de digitalización de los procesos de trabajo. Asimismo, futuras investigaciones podrían incorporar de manera sistemática la perspectiva de directivos y tomadores de decisiones para comprender cómo las organizaciones perciben los costos, beneficios y riesgos asociados a la participación en investigaciones académicas. Finalmente, se plantea como línea relevante profundizar en el desarrollo de marcos éticos y protocolos metodológicos específicos para la investigación organizacional en entornos digitales, con el propósito de fortalecer la legitimidad y la calidad de los estudios que recurren a estrategias como la netnografía en escenarios de acceso restringido.

Conclusiones

El presente estudio tuvo como propósito explorar el uso de la netnografía como estrategia metodológica viable para la recopilación de información en empresas con disponibilidad limitada para participar en entrevistas y encuestas tradicionales, a partir del análisis de las experiencias de investigadores que enfrentaron condiciones de acceso organizacional restringido. Los resultados permiten concluir que el acceso al campo no depende únicamente de la voluntad de colaboración de las organizaciones, sino de un entramado de condiciones estructurales asociadas a la gestión del tiempo, los protocolos institucionales y las prioridades operativas que caracterizan a contextos empresariales altamente demandantes.

En este escenario, se confirma que los dispositivos metodológicos tradicionales, centrados en la presencialidad prolongada y en la interacción síncrona, presentan dificultades para adaptarse a las dinámicas reales de trabajo de muchas organizaciones contemporáneas. Frente a ello, la netnografía se configura como una alternativa metodológica pertinente en la medida en que posibilita ajustar los procesos de recolección de información a los ritmos organizacionales existentes, reducir la carga de participación de los informantes y aprovechar entornos digitales que forman parte de las prácticas cotidianas de comunicación y coordinación en las empresas.

Un aporte central de este estudio consiste en evidenciar que la incorporación de estrategias digitales en la investigación organizacional no implica una pérdida de rigor metodológico, sino una reconfiguración del trabajo de campo orientada a su viabilidad en contextos de acceso restringido. Desde las experiencias analizadas, la netnografía facilitó el sostenimiento del vínculo con los informantes y la obtención de información relevante para comprender dinámicas organizacionales que difícilmente habrían sido accesibles mediante dispositivos exclusivamente presenciales.

Si bien el estudio se desarrolló en un contexto organizacional específico, las condiciones que dieron lugar a la implementación de la netnografía tales como las altas cargas de trabajo, las restricciones de acceso al campo y la centralidad de los entornos digitales en la comunicación organizacional, no son exclusivas de un solo tipo de empresa. Por el contrario, se trata de rasgos presentes en una amplia variedad de organizaciones contemporáneas. En este sentido, la estrategia metodológica analizada en este trabajo presenta un potencial de replicabilidad en otros contextos empresariales con características análogas, siempre que se consideren las particularidades institucionales, culturales y tecnológicas de cada entorno. Más que ofrecer un modelo cerrado, los hallazgos aportan orientaciones metodológicas que pueden ser adaptadas de manera

flexible a distintos escenarios organizacionales donde el acceso al campo se encuentra mediado por restricciones de tiempo y disponibilidad de los informantes.

Finalmente, el carácter situado del caso analizado y el número reducido de informantes delimitan el alcance empírico del estudio, lo cual invita a profundizar en futuras investigaciones que amplíen la base comparativa en distintos sectores productivos y tipos de organizaciones. Asimismo, el uso de entornos digitales para la investigación plantea desafíos éticos que requieren ser atendidos de manera sistemática, particularmente en lo relativo a la privacidad, el consentimiento informado y la gestión responsable de la información. A pesar de estas limitaciones, el trabajo aporta elementos sólidos para la reflexión metodológica en la investigación organizacional y subraya la necesidad de diseñar estudios más flexibles, sensibles al contexto y coherentes con las condiciones reales de acceso al campo en organizaciones con altas cargas de trabajo.

Agradecimientos

Las autoras agradecen al Instituto Tecnológico de Mexicali por el apoyo brindado para el desarrollo de la presente investigación. Asimismo, expresan un reconocimiento especial a los académicos investigadores que compartieron sus experiencias metodológicas y reflexiones relacionadas con el acceso organizacional y el uso de estrategias digitales en investigación cualitativa. Sus aportaciones enriquecieron el análisis y fortalecieron la comprensión del fenómeno estudiado, así como su disposición, apertura y compromiso que fueron fundamentales para la realización de este trabajo.

Referencias

- Alfarah, A., & Bosco, S. M. (2018). *The use of social media in higher education: Benefits and challenges. International Journal of Educational Technology in Higher Education, 15*(1), 1–15.
- Aguilera, R. V., Judge, W. Q., & Terjesen, S. (2021). Corporate governance and sustainability: Emerging trends in theory and practice. *Journal of Management Studies, 58*(2), 487–507. <https://doi.org/10.1111/joms.12650>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bonevski, B., Randell, M., Paul, C., Chapman, K., Twyman, L., Bryant, J., Brozek, I., & Hughes, C. (2014). Reaching the hard-to-reach: A systematic review of strategies for improving health and medical research with socially disadvantaged groups. *BMC Medical Research Methodology, 14*(1), Article 42. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-14-42>

- Björk, J., Magnusson, M., & Karlsson, F. (2021). Creative knowledge development in organizations: Increasing innovation capability. *Creativity and Innovation Management, 30*(3), 502–517. <https://doi.org/10.1111/caim.12440>
- Bryman, A. (2004). *Social research methods* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age*. W. W. Norton.
- Buchanan, E. A., & Zimmer, M. (2014). Internet research ethics. En K. B. Wright & L. M. Webb (Eds.), *Computer mediated communication in personal relationships* (pp. 83–108). Peter Lang.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7.^a ed.). McGraw-Hill.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design* (4th ed.). SAGE Publications.
- Costello, L., McDermott, M.-L., & Wallace, R. (2017). *Netnography: Range of practices, misperceptions, and missed opportunities*. *International Journal of Qualitative Methods, 16*, 1–12. <https://doi.org/10.1177/1609406917700647>
- Daft, R. L. (2021). *Organization theory and design* (13th ed.). Cengage.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys*. Wiley.
- Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. Harper & Row.
- Drucker, P. F. (1999). *Management challenges for the 21st century*. HarperBusiness.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review, 14*(4), 532–550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- Elkington, J. (2018). 25 years ago I coined the phrase “triple bottom line.” Here’s why it’s time to rethink it. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line>
- Endres, M., et al. (2024). *Contemporary applications of netnography in digital social research*. *Journal of Digital Social Research, 6*(1), 22–39.
- Foss, N. J., & Klein, P. G. (2023). *Organizational economics: A modern introduction*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108895960>
- Grant, R. M. (2023). *Contemporary strategy analysis* (12th ed.). Wiley.
- Greenwood, R., Oliver, C., Lawrence, T. B., & Meyer, R. (2017). *The SAGE handbook of organizational institutionalism* (2nd ed.). SAGE.
- Gulati, R. (2022). *Deep purpose: The heart and soul of high-performance companies*. Harper Business.
- Haigh, N., & Griffiths, A. (2020). A moral compass for sustainable business. *Journal of*

- Business Ethics*, 162(4), 873–888. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3975-0>
- Hein, D. W., et al. (2013). *Social media use in higher education: Key areas to consider for educators. Journal of Educational Technology Development and Exchange*, 6(1), 1–14.
- Helms Mills, J., Thurlow, A., & Mills, A. (2020). Making sense of sensemaking. *Academy of Management Review*, 45(2), 274–290. <https://doi.org/10.5465/amr.2017.0490>
- Henderson, R. (2020). *Reimagining capitalism in a world on fire*. PublicAffairs.
- Hoffman, A. J. (2018). *The next phase of business sustainability. Stanford Social Innovation Review*, 16(2), 34-39.
- Hollensbe, E., Wookey, C., Hickey, L., George, G., & Nichols, V. (2019). Organizations with purpose. *Academy of Management Journal*, 62(6), 1723–1738. <https://doi.org/10.5465/amj.2018.1481>
- Howlett, M. (2022). Looking at the “field” through a Zoom lens: Methodological reflections on conducting online research during a global pandemic. *Qualitative Research*, 22(3), 387–402. <https://doi.org/10.1177/1468794120985691>
- Keen, S., Lomeli-Rodriguez, M., & Joffe, H. (2022). From challenge to opportunity: Virtual qualitative research during COVID-19 and beyond. *International Journal of Qualitative Methods*, 21, 1–11. <https://doi.org/10.1177/16094069221105075>
- Kozinets, R. V. (2019). *Netnography* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Kozinets, R. V., & Gretzel, U. (2024). *Netnography evolved: New contexts, scope, procedures and sensibilities. Annals of Tourism Research*, 104, 103693. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103693>
- Kozinets, R. V., & Seraj-Aksit, M. (2024). *Everyday activism: An AI-assisted netnography of a digital consumer movement. Journal of Marketing Management*, 40(3–4), 347–370. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2024.2307387>
- Langer, R., & Beckman, S. C. (2005). *Sensitive research topics: Netnography revisited. Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(2), 189–203. <https://doi.org/10.1108/13522750510592454>
- Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). *Organization and environment*. Harvard University Press.
- Lobe, B., Morgan, D., & Hoffman, K. A. (2020). Qualitative data collection in an era of social distancing. *International Journal of Qualitative Methods*, 19, 1–8. <https://doi.org/10.1177/1609406920937875>
- Maitlis, S., & Christianson, M. (2014). Sensemaking in organizations. *Academy of Management Annals*, 8(1), 57–125. <https://doi.org/10.5465/19416520.2014.873177>

- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital transformation strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339–343. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>
- Mavhandu-Mudzusi, A. H., & Mwanda, T. (2022). *Challenges faced by LGBTQI students in higher education institutions. African Journal of Gender, Society & Development*, 11(1), 1–18.
- Mkono, M., & Markwell, K. (2014). *The application of netnography in tourism studies. Annals of Tourism Research*, 48, 289–291. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.07.005>
- Patrick, H., et al. (2020). *Digital ethnography and netnography: Methodological reflections in online qualitative research. Qualitative Research Reports in Communication*, 21(1), 48–57.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage*. Free Press.
- Reeves, S. (2010). Design research from a technology perspective. En J. A. Jacko & A. Sears (Eds.), *Human-computer interaction handbook* (pp. 65–92). CRC Press.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson.
- Scott, W. R. (2020). *Institutions and organizations* (5th ed.). SAGE.
- Sebastian, I. M., Moloney, K. G., Ross, J. W., & Fonstad, N. (2022). How organizations navigate digital transformation. *MIS Quarterly Executive*, 21(1), 31–53. <https://aisel.aisnet.org/misqe/vol21/iss1/5>
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness. *Education for Information*, 22(2), 63–75. <https://doi.org/10.3233/EFI-2004-22201>
- Simon, H. A. (1956). Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review*, 63(2), 129–138. <https://doi.org/10.1037/h0042769>
- Smets, M., Jarzabkowski, P., Burke, G., & Spee, A. P. (2022). Navigating institutional complexity. *Academy of Management Annals*, 16(1), 1–41. <https://doi.org/10.5465/annals.2020.0067>
- Sonenshein, S. (2022). Stretching and sensemaking. *Organization Science*, 33(5), 1769–1787. <https://doi.org/10.1287/orsc.2021.1557>
- Stadler, C., Helfat, C. E., & Verona, G. (2022). Dynamic capabilities and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 43(2), 303–327. <https://doi.org/10.1002/smj.3328>
- Sammut, G., Grisold, W., & Capelos, T. (Eds.). (2021). *The Cambridge handbook of social representations*. Cambridge University Press.
- Susanti, D., Hartono, E., & Holsapple, C. (2023). Digital transformation capability and performance. *Journal of Strategic Information Systems*, 32(1), 101771.

- <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2023.101771>
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>
- Teece, D. J. (2020). Fundamental issues in strategy. *Strategic Management Review*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/10.1561/111.000000001>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations*. SAGE.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Wilden, R., & Gudergan, S. (2021). Dynamic capabilities for competitive advantage. *Journal of Management*, 47(4), 867–894. <https://doi.org/10.1177/0149206320917291>
- Williams, A., Kennedy, S., Philipp, F., & Whiteman, G. (2023). Systems thinking and sustainable business. *Organization & Environment*, 36(2), 172–192. <https://doi.org/10.1177/10860266221114741>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications* (6th ed.). SAGE Publications.

Rol de Contribución	Autor (es)
Conceptualización	Elizabeth Mora Moreno.
Metodología	Elizabeth Mora Moreno.
Software	Elizabeth Mora Moreno.
Validación	Blanca Margarita Aguilar Rodríguez.
Análisis Formal	Daniela Gracia Montaña.
Investigación	Elizabeth Mora Moreno.
Recursos	Blanca Margarita Aguilar Rodríguez.
Curación de datos	Daniela Gracia Montaña.
Escritura - Preparación del borrador original	Elizabeth Mora Moreno.
Escritura - Revisión y edición	Elizabeth Mora Moreno (igual), Blanca Margarita Aguilar Rodríguez (igual) y Daniela Gracia Montaña (que apoya).
Visualización	Daniela Gracia Montaña.
Supervisión	Elizabeth Mora Moreno.
Administración de Proyectos	Elizabeth Mora Moreno (principal), Blanca Margarita Aguilar Rodríguez (igual) y Daniela Gracia Montaña (que apoya).
Adquisición de fondos	Elizabeth Mora Moreno (igual), Blanca Margarita Aguilar Rodríguez (igual) y Daniela Gracia Montaña (igual).