



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

EAN

Escuela de
**Administración de
Negocios**

Programa de Curso

DN-0123 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La Escuela de Administración de Negocios.

Fundada en 1943, es una de las escuelas con mayor trayectoria en Costa Rica y Centroamérica en la formación de profesionales de alto nivel en las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública. Cuenta con un equipo de docentes altamente capacitado, así como un currículum actualizado según las necesidades actuales del mercado. A partir de junio 2016, el SINAES otorgó acreditación de ambas carreras a la Sede Rodrigo Facio.

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con ética y responsabilidad social, excelencia académica y capacidad de gestión global, mediante la docencia, la investigación y la acción social, para generar los líderes y los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores Humanistas

Ética Tolerancia Solidaridad
Perseverancia Alegría

Valores Empresariales

Innovación Liderazgo Excelencia
Trabajo en Equipo Emprendedurismo
Responsabilidad Social

Una larga trayectoria de excelencia...





PROGRAMA DEL CURSO
DN-0123 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
II CICLO 2021

DATOS DEL CURSO

Carrera (s): Dirección de Empresas y Contaduría Pública

Curso del IV ciclo del Plan de Estudios.

Requisitos: XS-0276 Estadística General I

Correquisitos

Créditos 3

Horas de teoría: 3 horas	Horas de laboratorio: --	Horas de práctica: --
---------------------------------	---------------------------------	------------------------------

PROFESORES DEL CURSO

GR	Docente	Horario	Aula*	Horario de Atención**
SEDE RODRIGO FACIO				
1	Dra. María del Pilar Zeledón Ruiz	L: 10:00 a 12:50		L 8:30 a 10:00
2	Dr. Óscar Ney Aguilar Rojas (Coordinador Cátedra)	L: 10:00 a 12:50		L 8:30 a 10:00
3	MBA. Mariela Martínez Chacón	L: 19:00 a 21:50		L 17:00 a 18:30
4	MBA. Alejandro Elizondo Castillo	L: 16:00 a 18:50		L 14:30 a 16:00
5	Dr. Paul Masís Solano	L: 19:00 a 21:50		L 17:00 a 18:30
6	MBA. Catalina Peralta Rojas	L: 19:00 a 21:50		M 16:30 a 18:00
7	MBA. Roy Campos Retana	L: 10:00 a 12:50		L 8:30 a 10:00
8	MBA. Mariela Martínez Chacón	L: 10:00 a 12:50		L 8:30 a 10:00
RECINTO LIBERIA				
1	MBA. Alberth Espinoza Sánchez	V 13:00 a 15:50		K 16:00 a 17:30
SEDE PACÍFICO				
1	M.Sc. David Tenorio Rojas	L: 07:00 a 09:50		L 10:00 a 11:30
SEDE OCCIDENTE				
1	M.Sc. Oscar Abellán Villegas	K 14:00 a 16:50		L 15:00 a 16:30
SEDE CARIBE				
1	Lic. Diunia Rivera Chavarría	K 17:00 a 19:50		K 20:00 a 21:30
2	MBA. Omar Arias Corella	M 17:00 a 19:50		M 13:00 a 14:30
RECINTO GUÁPILES				
31	MBA. Rosa Julia Cerdas	J 9:00 a 11:50		L 15:00 a 16:30
RECINTO PARAÍSO				
21	Dr. Federico Rivera Romero	J 8:00 a 10:50		J 13:00 a 14:30
SEDE TURRIALBA				
1	Mag. Carlos Carranza Villalobos	V 8:00 a 10:50		V 17:00 a 18:30

*Modalidad virtual

**A solicitud del estudiante, el profesor podrá atender consultas según la hora, lugar y día acordado para cada caso particular, dentro del marco de la normativa de la Universidad de Costa Rica.





I. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso tiene como propósito facilitar, al estudiante de Dirección de Empresas y Contaduría Pública, un conocimiento conceptual y metodológico que le permita dimensionar la importancia de la investigación científica y su aplicación dentro de la Administración de Negocios. También, desarrolla en el estudiante, las competencias investigativas necesarias para generar estudios científicos con mayor calidad, pertinencia e impacto, sustentados en criterios éticos y rigurosidad científica.

El estudiante al finalizar el curso será capaz de elaborar el marco teórico, contextual y metodológico de un diseño de investigación científica. Asimismo, se apropiará de las técnicas y herramientas cualitativas y cuantitativas, con fundamento estadístico, para lograr la validez interna y externa que amerita este tipo de experiencias investigativas. Además, tendrá la oportunidad de valorar las implicaciones del análisis de los resultados, el diseño de la propuesta, así como las conclusiones y recomendaciones derivadas de un proceso de investigación pertinente.

La Escuela de Administración de Negocios, busca que el profesional de Dirección de Empresas y de Contaduría Pública sea, además, de una persona preparada en las áreas técnicas de este curso, alguien emprendedor, con sentido de la ética y la responsabilidad social, que se desempeñe y tome decisiones acordes con valores, tales como excelencia, innovación, solidaridad, tolerancia y perseverancia. Asimismo, que, desarrolle destrezas como, liderazgo, comunicación asertiva y trabajo en equipo. En este sentido, la población estudiantil debe dirigir su actuar siendo coherente con dichos valores y competencias, y aplicarlos en el desarrollo del curso.

II. OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la formación integral del estudiante de Dirección de Empresas y Contaduría Pública, para el desarrollo de profesionales con conocimiento conceptual y metodológico en el diseño, elaboración e impacto de las investigaciones científicas dentro del ámbito de la Administración de Negocios, a través de un proceso de análisis que contemple distintos tipos y técnicas investigativas.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Integrar la ética y la responsabilidad social en el análisis del contenido programático del curso, y profundizar en el diálogo y la reflexión sobre los valores de excelencia, innovación, solidaridad, tolerancia y perseverancia.
2. Desarrollar y aplicar las competencias de liderazgo, comunicación asertiva y trabajo en equipo.
3. Comprender la importancia de los distintos paradigmas, enfoques y metodologías de la investigación en el ámbito de la Administración de Negocios, que posibilite el diseño y desarrollo de investigaciones pertinentes y relevantes.





4. Analizar las etapas del proceso de investigación según criterios éticos y de rigurosidad científica que contribuyan a la generación y transferencia de conocimiento, así como a la búsqueda de soluciones innovadoras que impacten a los distintos grupos de interés de la sociedad.
5. Reconocer los elementos fundamentales de la estadística aplicados a la metodología de la investigación científica en el área de la Administración de Negocios.
6. Propiciar el desarrollo de las competencias necesarias para la investigación científica, de acuerdo con los perfiles profesionales en la Administración de Negocios.

IV. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

En el curso se desarrollarán los siguientes temas:

TEMA 1. INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN LA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

- Importancia de la investigación científica
- Características y competencias del investigador.
- Paradigmas y pluralidad de la investigación
- Enfoques de la investigación
- Tipos de investigación
- Lenguajes científicos y sus implicaciones: tipos de información, estilos de redacción, presentación de la documentación (anteproyecto, informe TFG, artículo científico, libros de texto, entre otros).
- Consideraciones de la investigación científica en Administración de Negocios: confidencialidad de la información, uso y presentación de la información, referencias bibliográficas, criterios de rigor científico.

TEMA 2. PROCESO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

- Estructura de la investigación
- Etapas de la investigación
- Origen de la idea de investigación
- Definición y justificación del problema a investigar
- Definición del tema a investigar
- Delimitación y justificación del tema a investigar
- Formulación de los objetivos de la investigación
 - Objetivo general
 - Objetivos específicos
- Alcances y limitaciones

TEMA 3. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL DENTRO DE LA INVESTIGACIÓN

- Elaboración del Marco Teórico





- Componentes del Marco Teórico
- Búsqueda de temas en bases de datos
- Fundamentación del Marco Contextual
 - Importancia del Marco Contextual
 - Componentes del Marco Contextual
 - Diferenciación entre el marco teórico y el marco contextual
- Descripción del objeto de estudio (empresa, industria, proceso, entre otros)

TEMA 4. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

- Introducción a las nuevas tendencias y modelos en los procesos investigativos
- Aproximación al Marco Metodológico
- Definición de hipótesis y/o preguntas de investigación (preguntas generadoras)
- Definición de la(s) poblaciones de interés (Marco muestral)
- Definición de la unidad de estudio y de información
- Diseño y selección de la muestra
- Fuentes de información (primaria, secundaria y terciaria)
- Definición de las variables (o categorías de análisis)
 - Conceptualización
 - Operacionalización
 - Instrumentalización
- Metodología de recolección de datos
- Procesamiento, presentación y análisis de resultados
- Criterios de rigor científico

TEMA 5. DISEÑO DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN Y ASPECTOS FINALES

- Importancia de la propuesta derivada del proceso investigativo
- Caracterización de la propuesta
- Conclusiones y recomendaciones del proceso investigativo
- Normativa aplicable a los procesos de investigación (Reglamentos, SIBDI, APA, Reglas de plagio, protocolos de presentación)
- Responsabilidades éticas en un proceso de investigación
 - Desempeño ético del investigador
 - Consentimiento informado
 - Propiedad intelectual
- Presentación de los resultados de acuerdo con los objetivos planteados
- Estrategias para la presentación y defensa oral de los resultados de la investigación





V. ASPECTOS METODOLÓGICOS

- a. El personal docente y la población estudiantil desarrollarán las clases dentro de un ambiente de tolerancia, respeto y comunicación asertiva. El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna especie de forma tal que, se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.
- b. El curso se desarrollará mediante una metodología reflexivo-experiencial, bajo la guía y acompañamiento del profesor facilitador, profesores colaboradores e invitados especiales.
- c. Los referentes teóricos se abordarán partiendo de los conocimientos previos del estudiante y se articularán con ejercicios reflexivos y críticos, donde se apliquen los distintos saberes construidos. El trabajo en pequeños grupos y en plenaria favorecerá el aprendizaje colaborativo y la clarificación conceptual y metodológica. Se espera que cada estudiante contextualice los saberes adquiridos en el ámbito de la metodología de investigación, dentro de los avances solicitados por el profesor, según el tema a desarrollar.
- d. El curso se impartirá bajo la modalidad Virtual Alta, mediante el uso de la plataforma institucional “Mediación Virtual”. Dicha plataforma constituye el entorno oficial del curso para poner a disposición de los estudiantes los materiales del curso (lecturas, videos, entre otros), realizar evaluaciones y actividades como por ejemplo foros, recibir las tareas, trabajos, pruebas y para realizar los comunicados formales del curso. Además, de manera complementaria puede utilizarse otra(s) plataforma(s) para facilitar la interacción del profesor y los estudiantes durante el horario de lecciones y de atención de consultas, como por ejemplo la plataforma Zoom, grupos de WhatsApp, entre otros. Esas otras plataformas no pueden en ningún caso sustituir total o parcialmente el uso de la plataforma oficial.
- e. Es posible realizar la grabación de las clases virtuales sincrónicas en formatos de audio y video, en cuyo caso el profesor(a) lo indicará en cada sesión, con la finalidad de que los estudiantes decidan si desean o no ingresar a la sesión con su audio y video
- f. En la primera sesión se conformarán equipos de trabajo, entregando una lista al profesor con los nombres y apellidos, teléfonos y correos electrónicos de los integrantes de cada equipo, identificando al coordinador(a) de cada uno.
- g. Las tareas deberán tomar en cuenta y reflejar los siguientes aspectos:
 - Evidencia de una adecuada investigación y preparación.
 - Profundidad y amplitud en el análisis y reflexión, así como capacidad de síntesis.
 - Uso adecuado de las habilidades de comunicación.
 - Uso adecuado de la redacción y la ortografía.
 - Buena presentación gráfica.
- h. Como parte de los materiales de apoyo a los temas que se desarrollan en cada clase, se utilizarán lecturas y otros materiales en idioma inglés. El objetivo principal de utilizar material en inglés es la comprensión de lectura. Debido a que en los grupos hay estudiantes con





diferente nivel lingüístico, los reportes y presentaciones para revisar el material leído se realizan en idioma español.

Objetivos de los aspectos metodológicos

- a. Fomentar el aprendizaje autónomo y colaborativo
- b. Comprender y aplicar los conceptos teóricos clave
- c. Afianzar la capacidad de investigación, tanto bibliográfica como de campo
- d. Fortalecer las competencias de trabajo en equipo y comunicación
- e. Fomentar el desarrollo del pensamiento crítico y la generación de “insights” empresariales y organizacionales como insumo para la toma de decisiones.
- f. Potenciar la clarificación y comprensión crítica
- g. Promover la expresión oral y escrita.
- h. Potenciar la capacidad para la aplicación de los conceptos en la práctica
- i. Favorecer la resolución de problemas
- j. Propiciar la metodología participativa y el pensamiento crítico
- k. Potenciar el talento innovador de los estudiantes en los entornos de aprendizaje presencial y virtual, así como en las propuestas investigativas
- l. Fortalecer la comprensión de materiales técnicos en otro idioma

Objetivos de las competencias Éticas

- a. Fomentar el respeto entre los compañeros, en la relación profesor-estudiante y demás miembros de la comunidad universitaria.
- b. Fortalecer la responsabilidad en el cumplimiento de tareas y compromisos.
- c. Alentar procesos de toma de decisiones que contribuyan al consumo responsable y el desarrollo sostenible
- d. Favorecer la vivencia del valor de la honradez mediante la distribución justa y equitativa de los puntajes de las actividades evaluativas en las que participa.
- e. Fortalecer la honestidad al reconocer las limitaciones enfrentadas o errores cometidos para procurar enmendar las actitudes o corregirlas.
- f. Fomentar la solidaridad mediante la ayuda que pueda ofrecer a los compañeros en los distintos trabajos, así como a quienes muestran cierta dificultad para comprender la materia o realizar los ejercicios prácticos.
- g. Favorecer el respeto a la autoría en la elaboración de los trabajos.
- h. Promover las capacidades dialógicas, las habilidades sociales y la empatía en el desarrollo del curso

A través de los siguientes componentes de la evaluación, en lo que resulte pertinente en cada uno de los temas, se integrarán aspectos sobre ética, responsabilidad social y emprendedurismo. También se tomará en consideración la aplicación de los valores y competencias referidos en la descripción del curso.





VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN

En este curso, la evaluación será significativa mediante la presentación de avances sobre el abordaje de cada uno de los ejes temáticos desarrollados en clase. El docente revisará los avances y hará una retroalimentación del trabajo presentado para su fortalecimiento. De tal manera que, se realizará un seguimiento del proceso formativo.

Rubro	Contenido	Porcentaje	Fecha
Avance I	Temas I y II	20%	Ver cronograma
Avance II	Tema III	20%	Ver cronograma
Avance III	Tema IV	20%	Ver cronograma
Informe final	Temas I, II, III y IV (ajustados, modificados, corregidos; de acuerdo a la retroalimentación del docente)	20%	Ver cronograma
Tareas/Trabajo Extraclase/pruebas cortas		10%	Durante todo el ciclo lectivo
Participación en clase (foros, dinámicas)		10%	Durante todo el ciclo lectivo
NOTA		100%	

En cada uno de los avances y el Informe final se evaluará de acuerdo con los siguientes criterios:

Criterios por evaluar (documento)	%
1- Aplicación de los referentes teóricos	10
2. Formato y estructura (portada, índice, ortografía, redacción, cumplimiento contenido)	3
3-Puntualidad en su entrega	2
Total	15

Criterios por evaluar (exposición)	%
1-Dominio del tema	1.5
2. Claridad en la argumentación	1.5
3. Diseño y utilización de recursos y materiales de apoyo	1
4- Manejo del tiempo	1
Total	5

Queda a criterio del docente escoger, en el momento de la sesión, cuál(es) miembro(s) del equipo de trabajo realizará(n) la exposición.





VII. CRONOGRAMA

SEMANA	FECHA	TEMA	MATERIAL
1	16 al 21 agosto	Bienvenida y presentación / Análisis del programa y reglas del curso / Tema 1	Cap 1. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018) Video Six Reasons Why Research is Cool (https://www.youtube.com/watch?v=1b3iteSyg1I)
2	23 al 28 agosto	Tema 1	Cap 2. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018)
3	30 agosto al 4 setiembre	Tema 1 Charla SIBDI (Base de datos Ciencias Económicas)	Cap 3. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018)
4	6 al 11 setiembre	Tema 2 Charla SIBDI (APA y gestores bibliográficos)	Cap 3. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018)
5	13 al 18 setiembre (13 de setiembre es feriado)	Tema 2 (En el caso de los grupos que reciben lección el lunes, la materia se distribuye entre las semanas 3 y 4)	Cap 7. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018) Manual de Publicaciones de la American Psychological Association
6	20 al 25 setiembre	Tema 2 Tema 3	Cap 7. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018) Cap 4. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018)
7	27 setiembre al 2 octubre	Entrega del I Avance	
8	4 al 9 octubre	Tema 3	Cap 4. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018)
9	11 al 16 octubre	Semana desconexión tecnológica (Circular VD-33-2021)	
10	18 al 23 octubre	Entrega del II Avance	





SEMANA	FECHA	TEMA	MATERIAL
11	25 al 30 octubre	Tema 4	Cap 8, 9, 10. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018)
12	1 al 6 noviembre	Tema 4	Cap 12, 13. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018)
13	8 al 13 noviembre	Entrega del III Avance	
14	15 al 20 noviembre	Tema 5	Cap 15, 17. Hernández, R., y Mendoza, C. (2018)
15	22 al 27 noviembre	Entrega Informe final	
16	29 noviembre al 4 diciembre (29 de noviembre es feriado)	Entrega de promedios (En el caso de los grupos que reciben lección el lunes, la entrega de promedios se puede realizar cualquier otro día de la semana)	
	13 diciembre	Examen de ampliación	

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Libro de Texto:

- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cualitativa, cuantitativa y mixta*. México: Mc Graw-Hill.

Consulta:

- Barrantes, R. (2016). *Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto*. San José. EUNED.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. México: Pearson.
- Burgos, J., & Bonisoli, L. (2016). La investigación contable un aporte predictivo para las finanzas empresariales: competencias y razonabilidad para su tratamiento. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 7.
- Castañeda, D. (2014). A investigar se aprende investigando. La compleja tarea de formar investigadores. *Negocios Globales*. 1 (1)-8
- Crowther, W. (1999). *Manual de Investigación-Acción para la evaluación científica en el ámbito administrativo*. Segunda reimpresión. San José: EUNED
- Galindo, D. et al (2009). *Investigación, capital intelectual y competitividad*. México: Universidad Anáhuac.
- Gutiérrez, A. (2012). *Manejo de Información Documental. Guía para organizar fuentes de información*. Segunda edición. México: Trillas.





- Levin, R., y Autor, D. (2004). *Estadística para Administración y Economía*. México, D.F.: Pearson Education.
- Maykut, P. & Morehouse, R. (1999). *Investigación cualitativa. Una guía práctica y filosófica*. Barcelona: Hurtado Ediciones
- Méndez, C.E. (2008). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en Ciencias Empresariales*. Cuarta edición. México: Limusa.
- Münch, L. & Ángeles, E. (2011). *Métodos y técnicas de Investigación*. Cuarta reimpresión. México: Trillas.
- Páez, A. L. C., Roman, I. P., & Hernández, Z. T. (2014). Propuesta de metodología para elaborar una investigación científica en el área de Administración de Negocios. *Pensamiento & Gestión*, 35. México, 2-24
- Rudestam, K. & Newton, R. (2007). *Surviving your dissertation. A comprehensive guide to content and process*. 3th edition. Los Angeles: SAGE Publication.
- Shapiro, D. y Kirkman, B. (19 de Julio 2018). It's time to make business school research more relevant. Boston, Estados Unidos: Harvard Business Review. Recuperado de <https://hbr.org>
- Stake, R. (2010). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata
- Villarreal, O. & Landeta, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en Dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. País Vasco, Vol. 16, Nº 3, pp. 31-52.





IX. INFORMACIÓN DE CONTACTO DEL PROFESOR

SEDE RODRIGO FACIO		
GR	Docente	Correo
1	María del Pilar Zeledón Ruiz	maria.zeledon@ucr.ac.cr
2	Óscar Ney Aguilar Rojas	oscar.aguilarrojas@ucr.ac.cr
3, 8	Mariela Martínez Chacón	Mariela.martinezchacon@ucr.ac.cr
4	Alejandro Elizondo Castillo	alejandro.elizondo@ucr.ac.cr
5	Paul Masís Solano	paul.masis@ucr.ac.cr
6	Catalina Peralta Rojas	Ana.peralta@ucr.ac.cr
7	Roy Campos Retana	Roy.camposretana@ucr.ac.cr
GR	Docente	Correo
SEDE GUANACASTE		
1	Alberth Espinoza Sánchez	albert.espinoza@ucr.ac.cr
SEDE PACÍFICO		
1	David Tenorio Rojas	david.tenorio@ucr.ac.cr
SEDE OCCIDENTE		
1	Oscar Abellán Villegas	Oscar.abellan@ucr.ac.cr
SEDE CARIBE		
1	Diunia Rivera Chavarría	Diunia.rivera@ucr.ac.cr
2	Omar Arias Corella	Omar.ariascorella@ucr.ac.cr
RECINTO GUÁPILES		
31	Rosa Julia Cerdas González	Rosa.cerdas@ucr.ac.cr
RECINTO PARAISO		
21	Federico Rivera Romero	Federico.rivera@ucr.ac.cr
SEDE TURRIALBA		
1	Carlos Carranza Villalobos	carlos.carranza@ucr.ac.cr



Para proteger el ambiente, no imprima este documento si no es necesario!

