

Presentamos la cuarta edición de *Metodología de la investigación*, una obra que ha realizado una innegable aportación formativa en varias generaciones de investigadores en todas las disciplinas del conocimiento en Iberoamérica.

En esta edición se mantienen las principales características que lo han hecho el texto más estudiado en cursos de metodología de la investigación, el lenguaje accesible, la presentación paulatina de los conceptos y la profusión de ejemplos.

Sin embargo, atendiendo a las peticiones de los usuarios, esta edición tiene también su propuesta, reflejada en las siguientes características:

- Se analizan en partes separadas del texto los enfoques **cuantitativo, cualitativo y mixto** de forma tal que el lector pueda determinar cuál le conviene emplear en su próximo proyecto de investigación.
- Incluye elementos para facilitar la comprensión del texto, tales como:
  - Un esquema que sitúa al lector en su avance del estudio de la obra.
  - Síntesis y objetivos de cada capítulo al inicio del mismo.
  - Ejemplos desarrollados conforme se analiza cada enfoque.
  - Glosario al margen, resumen y lista de conceptos básicos como herramientas de repaso.

Además de lo anterior, en la obra se incluye un CD que contiene:

- Capítulos de material complementario en formato PDF, el cual sirve para ahondar en temas de interés para el investigador.
- Ejemplos separados de investigación cualitativa, cuantitativa y mixta.
- Apéndices con material auxiliar para cualquier proyecto de investigación.
- Ligas a Internet para descargar demos de software muy útil en el proceso de investigación.

La obra cuenta también con un OLC (*Online Learning Center*), donde el lector podrá encontrar ejemplos y presentaciones de protocolos y de reportes de investigaciones, junto con material de interés tanto para el estudiante como para el instructor.

La dirección es:

[www.mhhe.com/sociales/hernandez4e](http://www.mhhe.com/sociales/hernandez4e)

 **McGraw-Hill**  
**Interamericana**

The McGraw-Hill Companies

Visite nuestra página WEB  
[www.mcgraw-hill-educacion.com](http://www.mcgraw-hill-educacion.com)

Hernández Sampieri  
Fernández-Collado  
Baptista Lucio

**METODOLOGÍA  
DE LA INVESTIGACIÓN**

Cuarta  
edición



# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Cuarta edición

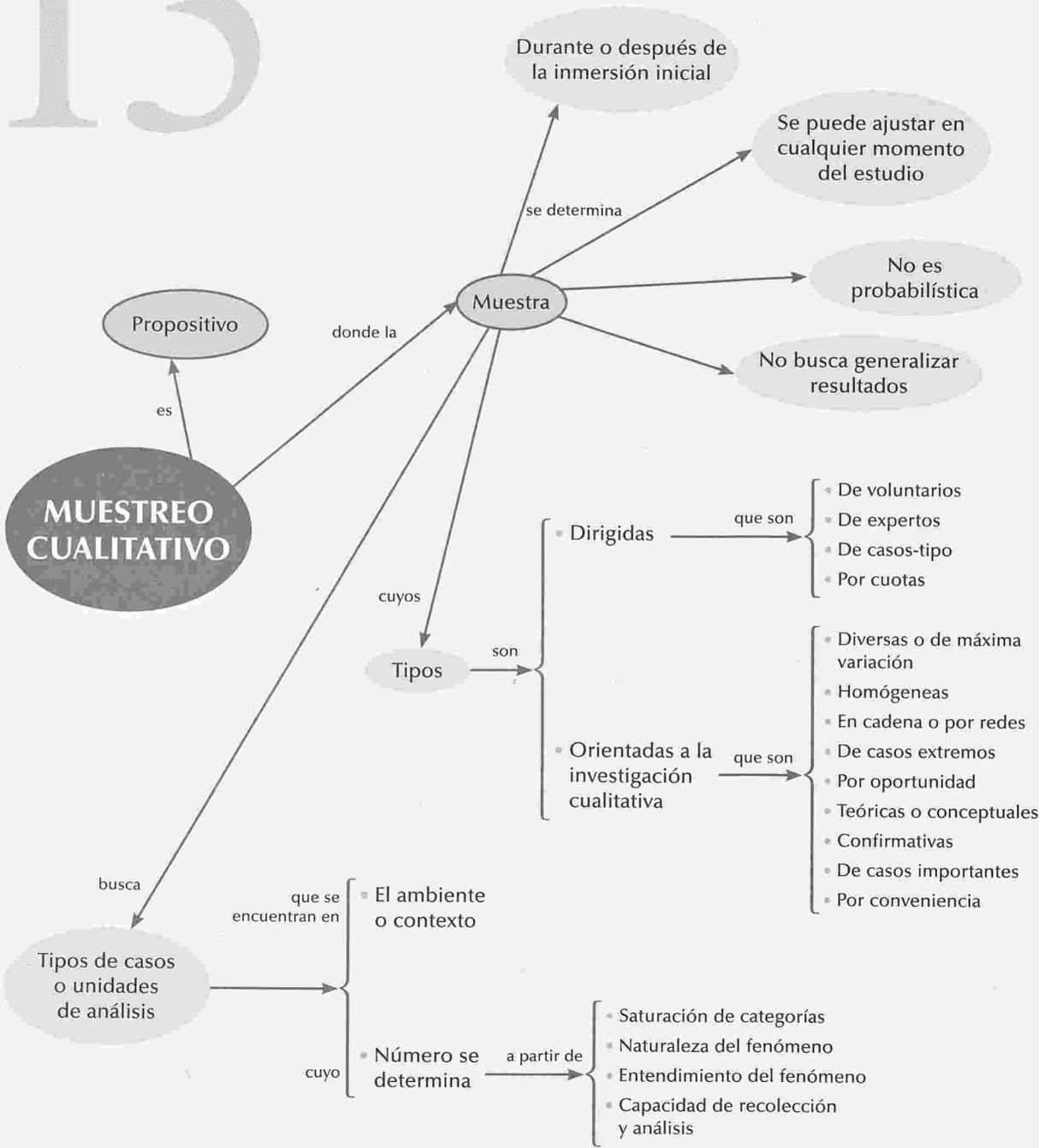
**Best  
Seller**

Roberto Hernández Sampieri  
Carlos Fernández-Collado  
Pilar Baptista Lucio

  
INCLUYE  
CD-ROM



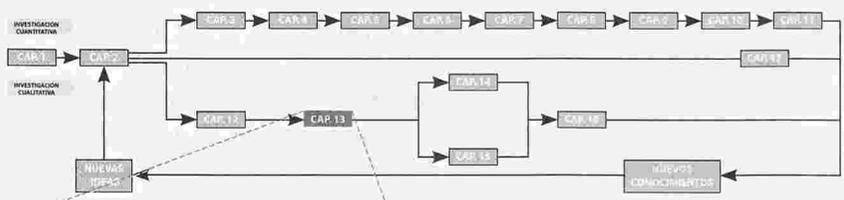
# 13



# Capítulo 13



## Muestreo cualitativo



### PROCESO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

#### Paso 3

#### Elección de las unidades de análisis o casos iniciales y la muestra de origen

- Definir las unidades de análisis y casos iniciales.
- Elegir la muestra inicial.
- Revisar permanentemente las unidades de análisis y muestra iniciales y, en su caso, su redefinición.

### OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Al terminar este capítulo, el alumno será capaz de:

- Conocer el proceso de selección de la muestra en la investigación cualitativa.
- Comprender los conceptos esenciales vinculados con la unidad de análisis y la muestra en estudios cualitativos.
- Entender los diferentes tipos de muestras no probabilísticas o dirigidas y tener elementos para decidir en cada investigación, cuál es el tipo apropiado de muestra de acuerdo con las condiciones que se presenten durante su desarrollo.

### Síntesis

En el capítulo se comentará el proceso para definir las unidades de análisis y la muestra iniciales. En los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia. Asimismo, se considerarán los factores que intervienen para “determinar” o sugerir el número de casos que compondrán la muestra. También se insistirá en que conforme avanza el estudio se pueden ir agregando otros tipos de unidades o reemplazar las unidades iniciales, puesto que el proceso cualitativo es dinámico y está sujeto al desarrollo del estudio.

Por último, se revisarán los principales tipos de muestras dirigidas o no probabilísticas, que son las que se utilizan comúnmente en investigaciones cualitativas.

## Después de la inmersión inicial: la muestra inicial

Hemos hecho la inmersión inicial, la cual nos sumerge en el contexto, a la par recolectamos y analizamos datos (seguramente ya observamos diferentes sucesos, nos comparamos con la cotidianidad del ambiente, platicamos o entrevistamos a varias personas, tomamos notas, tenemos impresiones, etcétera).

En algún momento de la inmersión inicial o después de ésta, se define la muestra. A veces lo hacemos desde que comenzamos a plantear el problema de investigación. A diferencia del proceso cuantitativo, no hay una etapa específica en la cual se elabore tal definición. Puede ocurrir en cualquier momento y, de nuevo, es una definición tentativa, sujeta a la evolución del proceso inductivo. Como menciona Creswell (2005) el muestreo cualitativo es propositivo.

Las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionamos el contexto, en el cual esperamos encontrar los casos que nos interesan. En las investigaciones cualitativas en lugar de preguntarnos: ¿quiénes van a ser medidos?, nos cuestionamos: ¿qué casos nos interesan inicialmente y dónde podemos encontrarlos?

En el ejemplo del estudio sobre las emociones que pueden experimentar los pacientes jóvenes que van a ser operados, ya sabemos que los casos van a ser personas de 13 a 17 años de la ciudad de Salta, en Argentina, y que cubren la condición de ser intervenidos quirúrgicamente de un tumor cerebral. Asimismo, ubicamos hospitales donde se realizan esta clase de operaciones. Ahora, debemos elegir los casos (por ejemplo, de un listado que nos señale la programación de las intervenciones quirúrgicas del tipo buscado en los próximos meses) y contactarlos para lograr su consentimiento (con el antecedente de que los hospitales han autorizado la investigación). Pero, ¿cuántos casos?, ¿cuántos jóvenes que se someterán a cirugía debemos incluir: 10, 15, 50, 100?, ¿qué tamaño de muestra es el adecuado? Como ya se ha comentado, en los estudios cualitativos el tamaño de muestra *no* es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador *no* es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia. Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad. Por lo tanto, se pretende calidad en la muestra, más que cantidad. Nos conciernen casos (participantes, personas, organizaciones, eventos, animales, hechos, etc.) que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación.

Por lo general son tres los factores que intervienen para “determinar” (sugerir) el número de casos: 1) capacidad operativa de recolección y análisis (el número de casos que podemos manejar de manera realista y de acuerdo con los recursos que dispongamos), 2) el entendimiento del fenómeno (el número de casos que nos permitan responder a las preguntas de investigación, que más adelante se denominará “saturación de categorías”) y 3) la naturaleza del fenómeno bajo análisis (si los casos son frecuentes y accesibles o no, si el recolectar información sobre éstos lleva relativamente poco o mucho tiempo).

Por ejemplo, si un investigador estudiara el comportamiento de los tigres siberianos, que son animales difíciles de encontrar debido a que se calcula que la población de esta especie no sobrepasa los 500 ejemplares (sin contar a los que están en cautiverio) y viven en amplias zonas de

**La muestra** En el proceso cualitativo, es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia.

Siberia; entonces, buscará analizar el máximo número de felinos que le sea posible encontrar, durante del tiempo aproximado que haya definido para su investigación (3, 5, 10, 15, etc.). De igual modo, en el estudio sobre las emociones que los pacientes jóvenes pueden experimentar antes de ser operados, el investigador o investigadora procurará analizar el mayor número de casos posible (que depende, en primera instancia, de cuántas cirugías para extirpar tumores cerebrales se realizan en Salta –mensual o anualmente– a jóvenes de 13 a 17 años).

Asimismo, en la investigación de Morrow y Smith (1995), se reclutó abiertamente a las participantes (cuantas más, mejor, pero que pudieran manejarse). La muestra final fue de 11 mujeres (el requisito era que hubiesen vivido abuso sexual prolongado durante su infancia).

En ocasiones podrían –idealmente– obtenerse muestras grandes, que nos permitirían un sentido de entendimiento completo del problema de estudio, pero en la práctica son inmanejables (por ejemplo, cómo podríamos estudiar en profundidad 200 o 300 casos de experiencias previas al quirófano o documentar en forma exhaustiva –mediante entrevistas y sesiones en grupo– más de 100 casos de abuso sexual prolongado durante la infancia, ello requería varios años o un vasto equipo de investigadores altamente preparados y con criterios similares para investigar). Finalmente, como comenta Mertens (2005), en la indagación cualitativa *el tamaño de muestra no se fija a priori* (previamente a la recolección de los datos), sino que se establece un tipo de caso o unidad de análisis y a veces se perfila un número relativamente aproximado de casos, pero la muestra final se conoce cuando los casos que van adicionándose no aportan información o datos novedosos (“saturación de categorías”), aun cuando agreguemos casos extremos. Aunque la misma autora Mertens (2005) hace una observación sobre el número de unidades que suelen utilizarse en diversos estudios cualitativos, la cual se incluye en la tabla 13.1. Pero aclaramos, no hay parámetros definidos para el tamaño de la muestra (hacerlo va ciertamente contra la propia naturaleza de la indagación cualitativa). La tabla es únicamente un marco de referencia, pero la decisión del número de unidades que conformen la muestra es del investigador, así como de los tres factores intervinientes que se mencionan (porque como dice el doctor Roberto Hernández Galicia: los estudios cualitativos son artesanales, “trajes hechos a la medida de las circunstancias”). Y el principal factor es que los casos nos proporcionen un sentido de comprensión profunda del ambiente y el problema de investigación. Las muestras cualitativas no deben ser utilizadas para representar a una población (Mertens, 2005).

**Tabla 13.1** Tamaños de muestra comunes en estudios cualitativos

Tipo de estudio	Tamaño mínimo de muestra sugerido
Etnográfico, teoría fundamentada, entrevistas, observaciones.	30 a 50 casos.
Historia de vida familiar.	Toda la familia, cada miembro es un caso.
Biografía.	El sujeto de estudio (si vive) y el mayor número de personas vinculadas a él, incluyendo críticos.
Estudio de casos en profundidad.	6 a 10 casos.
Estudio de caso.	Uno a varios casos.
Grupos de enfoque.	Siete a 10 casos por grupo, cuatro grupos por cierto tipo de población.

Cabe destacar, que los tipos de estudio o diseños cualitativos aún no se comentan, por lo que el cuadro adquirirá un mayor sentido al revisar los temas de diseños cualitativos (el último capítulo) y de recolección de los datos y análisis cualitativo (el siguiente capítulo). Por su parte, Creswell (2005) señala que en las investigaciones cualitativas los intervalos de las muestras varían de uno a 50 casos.

Aunque excepcionalmente se incluyen más, un ejemplo poco común lo es el estudio de Álvarez Gayou (2004), quien realizó una encuesta con preguntas abiertas entre 15 mil padres de familia mexicanos, pero su formato no era un estudio inductivo, sino una encuesta (*survey*), que es un ejemplo que se tratará en el capítulo 17 sobre investigación mixta.

Otra cuestión importante es la siguiente: en una investigación cualitativa la muestra puede contener cierto tipo definido de unidades iniciales, pero conforme avanza el estudio se pueden ir agregando otros tipos de unidades y aun desechar las primeras unidades. Por ejemplo, si decido analizar la comunicación médico-paciente (en el caso de enfermos terminales de SIDA), después de una inmersión inicial (que implicaría observar actos de comunicación entre médicos y pacientes terminales, mantener charlas informales con unos y otros, vivir en pabellones con esta clase de enfermos, etc.), quizá me doy cuenta de que dicha relación está mediatizada por el personal no médico (enfermeras, auxiliares, personal de limpieza) y entonces decidir agregarlo a la muestra. En tal ejemplo, analizaría tanto a los protagonistas de las interacciones como a éstas y sus procesos. Algo similar sucedería en una investigación sobre los lazos que se forman dentro de una comunidad de “niños de la calle”.

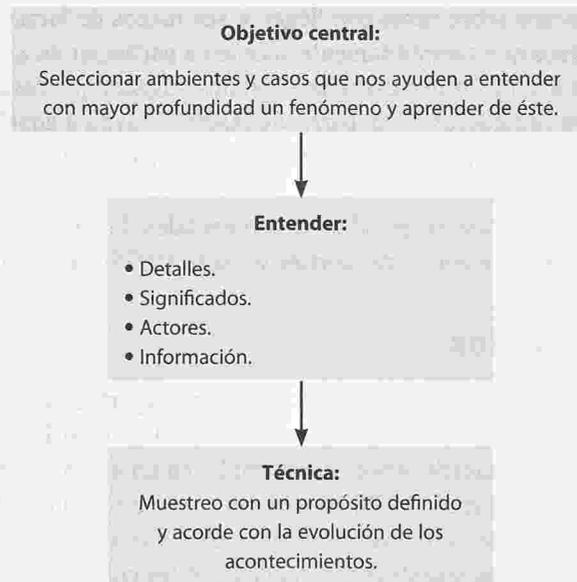
También, se pueden tener unidades cuya naturaleza es diferente. Por ejemplo, en el estudio sobre la Guerra Cristera en Guanajuato desde el punto de vista de sus actores, la muestra inicial comprendió dos clases de unidades: a) Documentos generados en la época y disponibles en archivos públicos y privados (notas periodísticas, correspondencia oficial, reportes y, en general, publicaciones del gobierno municipal o estatal; diarios personales, etc.) y b) Participantes (testigos directos, personas que vivieron en la época de la Guerra Cristera, y descendientes de éstos). Posteriormente, se sumaron como unidades “artefactos u objetos” y “sitios específicos” (armas usadas en la conflagración, casas donde se celebraban en secreto las misas católicas, iglesias y lugares donde fueron ejecutados cristeros u ocurrieron batallas o escaramuzas).

Mertens (2005) señala que en el muestreo cualitativo es usual comenzar con la identificación de ambientes propicios, luego de grupos y, finalmente, de individuos.

Incluso, la muestra puede ser una sola unidad de análisis (estudio de caso).<sup>1</sup> La investigación cualitativa, por sus características, requiere de muestras más flexibles. Aunque en cualquier estudio (cuantitativo o cualitativo) comenzamos con una muestra (predeterminada o no, como punto de inicio, al menos): una muestra de sangre, de escuelas, de procedimientos administrativos, de trabajadores, de episodios de interacción familiar, de materiales rocosos, de actos de atención a los clientes, una familia o una persona, pero en la indagación inductiva, la muestra se va evaluando y redefiniendo permanentemente. La esencia del muestreo cualitativo se define en la figura 13.1.

**Reformulación de la muestra** En los estudios cualitativos la muestra planteada inicialmente puede ser distinta a la muestra final. Podemos agregar casos que no habíamos contemplado o excluir a otros que sí teníamos en mente.

<sup>1</sup> Los estudios de caso cualitativos no se revisarán en este espacio, sino en el capítulo 4, del CD anexo. “Estudios de caso”.



**Figura 13.1** Esencia del muestreo cualitativo.<sup>2</sup>

**Tabla 13.2** Recordatorio

En el capítulo 8 se habló de muestras probabilísticas y no probabilísticas. Las primeras fueron tratadas en tal capítulo. Sobre las segundas se mencionó lo siguiente:

1. Para el enfoque cualitativo, al no interesar tanto la posibilidad de generalizar los resultados, las muestras no probabilísticas o dirigidas son de gran valor, pues logran, si se procede cuidadosamente y con una profunda inmersión inicial en el campo, obtener los casos que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos.
2. En estas muestras, la elección de los elementos o casos no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características de la investigación o de quien realiza la muestra.
3. Las muestras dirigidas suponen un procedimiento de selección informal (*aunque deberíamos ahora decir, un procedimiento orientado a fines distintos de la generalización probabilística*). Se utilizan en muchas investigaciones cuantitativas y cualitativas. No las revisaremos ahora, sino en el capítulo sobre muestras cualitativas.

Bien, hay varias clases de muestras dirigidas y se definirán a continuación. Debemos aclarar que muestra no probabilística o dirigida no es igual a muestra cualitativa, sino que las muestras no probabilísticas suelen utilizarse más en estudios cualitativos.

## La muestra de participantes voluntarios

Las muestras de voluntarios son frecuentes en ciencias sociales y en ciencias de la conducta. Se trata de muestras fortuitas, utilizadas también en la medicina y la arqueología, donde el investi-

<sup>2</sup> Adaptado de Mertens (2005).

gador elabora conclusiones sobre casos que llegan a sus manos de forma casual. Pensemos, por ejemplo, en los individuos que voluntariamente acceden a participar en un estudio que monitorea los efectos de un medicamento, otro caso sería el del investigador que desarrolla un estudio sobre las motivaciones de los pandilleros de un barrio de Madrid e invita a aquellos que acepten acudir a una entrevista abierta. En estos casos, la elección de los participantes depende de circunstancias muy variadas.

Este tipo de muestras se usa en estudios experimentales de laboratorio, pero también en investigaciones cualitativas, el ejemplo de Morrow y Smith (1995) es un caso de este tipo.

## La muestra de expertos

En ciertos estudios es necesaria la opinión de individuos expertos en un tema. Estas muestras son frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios para generar hipótesis más precisas o la materia prima del diseño de cuestionarios. Por ejemplo, en un estudio sobre el perfil de la mujer periodista en México (Barrera *et al.*, 1989) se recurrió a una muestra de 227 mujeres periodistas, pues se consideró que eran los participantes idóneos para hablar de contratación, sueldos y desempeño de tal ocupación. Tales muestras son válidas y útiles cuando los objetivos del estudio así lo requieren.

## La muestra de casos-tipo

También esta muestra se utiliza en estudios cuantitativos exploratorios y en investigaciones de tipo cualitativo, donde el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización. En estudios con perspectiva fenomenológica, donde el objetivo es analizar los valores, ritos y significados de un determinado grupo social, el uso de muestras tanto de expertos como de casos-tipo es frecuente. Por ejemplo, pensemos en los trabajos de Howard Becker (*El músico de jazz*, 1951; *Los muchachos de blanco*, 1961) que se basan en grupos de típicos músicos de jazz y característicos estudiantes de medicina, para adentrarse en el análisis de los patrones de identificación y socialización de estas dos profesiones: la de músico y la de médico.

Los estudios motivacionales, los cuales se hacen para el análisis de las actitudes y conductas del consumidor, también utilizan muestras de casos-tipo. Aquí se definen los segmentos a los que va dirigido un determinado producto (por ejemplo, jóvenes clase socioeconómica *A*, alta, y *B*, media, amas de casa clase *B*, ejecutivos clase *A-B*) y se construyen grupos de ocho a 10 personas, cuyos integrantes tengan las características sociales y demográficas de dicho segmento.

Con el grupo se efectúa una sesión: un facilitador o moderador dirigirá la conversación para que los participantes expresen sus actitudes, valores, medios, expectativas, motivaciones hacia las características de determinado producto o servicio. A grupos como éste se les denomina “de enfoque” y se revisarán en el siguiente capítulo.

## La muestra por cuotas

Este tipo de muestra se utiliza mucho en estudios de opinión y de marketing. Por ejemplo, los encuestadores reciben instrucciones de administrar cuestionarios a individuos en un lugar público (un centro comercial, una plaza o una colonia), al hacerlo van conformando o llenando cuotas

de acuerdo con la proporción de ciertas variables demográficas en la población. Así, en un estudio sobre la actitud de la ciudadanía hacia un candidato político, se dice a los encuestadores “que vayan a determinada colonia y entrevisten a 150 sujetos. Que 25% sean hombres mayores de 30 años, 25% mujeres mayores de 30 años, 25% hombres menores de 25 años, y 25% mujeres menores de 25 años”. Así se construyen estas muestras que, como vemos, dependen en cierta medida del juicio del entrevistador. Estas muestras suelen ser comunes en encuestas (*surveys*) e indagaciones cualitativas.

## Muestras de orientación hacia la investigación cualitativa

Miles y Huberman (1994), además de Creswell (1998 y 2005) nos dan pie a otras muestras no probabilísticas que, además de las ya señaladas, suelen utilizarse en estudios cualitativos. Éstas se comentan brevemente a continuación:

1. *Muestras diversas o de máxima variación*: son utilizadas cuando se busca mostrar distintas perspectivas y representar la complejidad del fenómeno estudiado, o bien, documentar diversidad para localizar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades. Imaginemos a un oceanógrafo que pretende analizar a tiburones (tratará de incluir de diferentes clases y tamaños: blanco, martillo, cazón, bacota...); a un médico que evalúa a enfermos con distintos tipos de lupus; a un psiquiatra que considera desde pacientes con elevados niveles de depresión hasta individuos con depresión leve.

---

### ● EJEMPLO

---

Studs (1997) realizó un estudio del significado del trabajo en la vida del individuo, mediante entrevistas profundas con personas que contaban con una gran variedad de trabajos y ocupaciones.

---

2. *Muestras homogéneas*: al contrario de las muestras diversas, en éstas las unidades a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien, comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema a investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social. Son comunes en los diseños longitudinales de cohortes. Supongamos que al tratar de realizar un estudio sobre un grupo de emigrantes (o inmigrantes, según la perspectiva) como los denominados “Niños de Morelia” (451 infantes que arribaron en 1937 al puerto de Veracruz en México, procedentes de España, gracias a la decisión del entonces presidente Lázaro Cárdenas de acogerlos mientras sus padres combatían en el bando republicano, de los cuales vivían hasta 2005 unos 127 en México, según datos de la Comisión de Víctimas de la Guerra Civil) para analizar la manera en que se fueron adaptando a otra cultura a lo largo de su existencia. ¿Qué tienen en común? La generación (aunque llegaron de diferentes edades), la vivencia en otra sociedad por décadas y el origen étnico.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> De acuerdo con la prensa mexicana (*La crónica de hoy*, México, D.F., 24 de enero de 2005, corresponsal en Madrid: Franz Ruiz), El Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, les reconoce finalmente su condición de víctimas de la guerra y por ello gozan de una pensión anual de 6 090 euros, además de un seguro médico.

---

## ● EJEMPLO

---

Csikszentmihalyi (2000), investigador que efectuó un estudio longitudinal sobre los adolescentes, todos de la misma edad y grupo social, y de similar coeficiente intelectual, a fin de reducir variación en otras áreas y centrarse en el desarrollo de sus talentos.

---

Las muestras homogéneas se usan también para integrar grupos en experimentos y cuasiexperimentos, donde se procura que los sujetos sean similares en variables tales como edad, género o inteligencia, de manera que los resultados o efectos no obedezcan a diferencias individuales, sino a las condiciones a las que fueron sometidos.

Una forma de muestra homogénea, combinada con la muestra de casos-tipo, pero que algunos autores destacan en sí como una clase de muestra cualitativa (por ejemplo, Creswell, 2005; Mertens, 2005), son las llamadas “muestras típicas o intensivas”, que eligen a casos de un perfil similar, pero que se consideran representativos de un segmento de la población, una comunidad o una cultura (no en un sentido estadístico, sino de prototipo). Por ejemplo, tiburones de una especie con un peso estándar; ejecutivos con un salario promedio y características nada fuera de lo común para su tipo (la expresión “hombre medio” se utiliza para identificarlos) o soldados que se enrolaron en una guerra y no fueron gravemente heridos ni recibieron medallas, que estuvieron en servicio el tiempo regular, etcétera.

3. *Muestras en cadena o por redes* (“bola de nieve”): se identifican participantes clave y se agregan a la muestra, se les pregunta si conocen a otras personas que puedan proporcionar datos más amplios, y una vez obtenidos sus datos, los incluimos también. La investigación sobre la Guerra Cristera operó en parte con una muestra en cadena (los supervivientes recomendaban a otros individuos de la misma comunidad).

---

## ● EJEMPLO

---

González y González (1995), en su estudio sobre una población, utilizaron una muestra en cadena, a fin de generar riqueza de información sobre una cultura, a través de sujetos clave que relataron la historia de ésta.

---

4. *Muestras de casos extremos*: útiles cuando nos interesa evaluar características, situaciones o fenómenos especiales, alejados de la “normalidad” (Creswell, 2005). Imaginemos que queremos estudiar a personas sumamente violentas, podríamos seleccionar una muestra de pandilleros; de igual forma, si tratamos de evaluar métodos de enseñanza para estudiantes muy problemáticos, elegimos a aquellos que han sido expulsados varias veces. Deliberadamente elegimos a participantes que se alejan del prototipo de normalidad. Mertens (2005) señala que el análisis de casos extremos nos ayuda, de manera paradójica, a entender lo ordinario.

Este tipo de muestras se utilizan para estudiar etnias muy distintas al común de la población de un país, también para profundizar el análisis de comportamientos terroristas y suicidas. En la historia podríamos hacerlo con faraones excepcionales o por el contrario con faraones que no fueron tan relevantes. A veces se seleccionan en la muestra casos extremos opuestos, con fines comparativos (por ejemplo, escuelas donde la violencia estudiantil es elevada y escuelas sumamente tranquilas; edificios sólidos que han resistido temblores u otros fenómenos naturales y estructuras que se han colapsado; serpientes de una especie muy agresivas y otras que se retraen).

Otro ejemplo sería el de Hernández Sampieri y Martínez (2003), quienes efectuaron una serie de sesiones grupales para definir qué criterios podían considerarse, en cuanto a sexo, violencia, consumo de drogas, horror y lenguaje insultante, para clasificar películas cinematográficas como aptas para niños, adolescentes y adultos. Algunos de los grupos estaban constituidos por personas calificadas como muy liberales (entre ellos algunos escritores, críticos de cine y cineastas) y otros, por individuos situados como conservadores (miembros de ligas de defensa de la familia y la moral, sacerdotes, etcétera).<sup>4</sup>

5. *Muestras por oportunidad*: casos que de manera fortuita se presentan ante el investigador, justo cuando éste los necesita. O bien, individuos que requerimos y que se reúnen por algún motivo ajeno a la investigación, que nos proporcionan una oportunidad extraordinaria para reclutarlos. Por ejemplo, una convención nacional de alcohólicos anónimos, justo cuando conducimos un estudio sobre las consecuencias del alcoholismo en la familia.

---

## ● EJEMPLO

---

Herrera (2004) realizó un estudio de caso de sí misma, sobre el lupus eritematoso sistémico (ella lo padecía, con 31 años de evolución), al presentar los resultados de su investigación acudieron médicos que conocían enfermos con el mismo padecimiento, quienes recomendaron a sus pacientes a Norma Herrera para que ampliara su indagación.

---

6. *Muestras teóricas o conceptuales*: cuando el investigador necesita entender un concepto o teoría, puede muestrear casos que le ayuden a tal comprensión. Es decir, se eligen a las unidades porque poseen uno o varios atributos que contribuyen a desarrollar la teoría. Supongamos que quiero probar una teoría microeconómica sobre la quiebra de ciertas aerolíneas, obviamente selecciono a empresas de esta clase que han experimentado el proceso de quiebra. Si busco evaluar los factores que provocan que un hombre sea capaz de violar sexualmente a una mujer, la muestra la puedo obtener en cárceles donde se encuentran reclusos criminales violadores. Otro ejemplo característico serían los detectives, cuando seleccionan a sospechosos que encajan en sus “teorías” sobre el asesinato.

<sup>4</sup> Desde luego, se incluyeron grupos de orientación “intermedia” o central en el continuo “liberalismo-conservadurismo”.

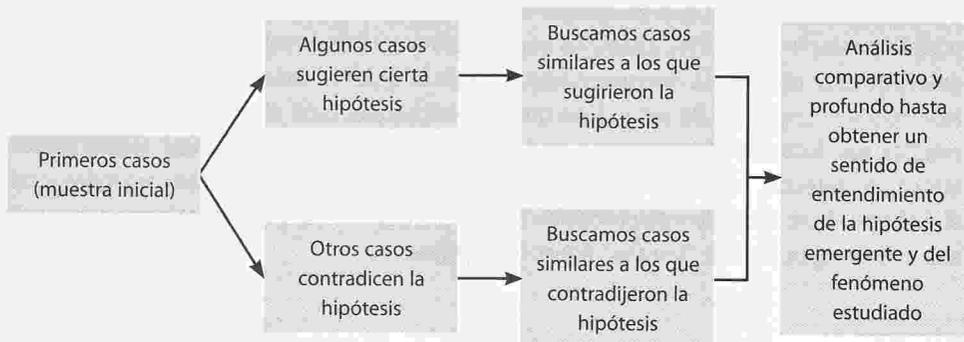
## ● EJEMPLO

Lockwood (1996) llevó a cabo un estudio para encontrar en comunidades específicas submuestras de individuos con distintos trabajos, a fin de analizar si algunas situaciones laborales conducen a ciertas percepciones sobre las clases sociales.

7. *Muestras confirmativas*: la finalidad es adicionar nuevos casos cuando en los ya analizados se suscita alguna controversia o surge información que apunta en diferentes direcciones. Puede suceder que algunos de los primeros casos sugieran hipótesis de trabajo y casos posteriores las contradigan. Entonces, seleccionamos casos similares donde emergieron las hipótesis, pero también casos similares en donde las hipótesis no aplican o no se prueban. Esto se podría representar tal como se muestra en la figura 13.2

Por ejemplo, la investigación de Amate y Morales (2005) sobre las oportunidades de empleo para las personas con capacidades diferentes. Los primeros casos (que eran empresas grandes, transnacionales y nacionales) sugerían que las oportunidades eran similares para individuos con capacidades regulares que para seres humanos con capacidades distintas. Posteriormente, otros casos (empresas locales de menor tamaño) contradijeron la hipótesis de trabajo y entonces se agregaron más casos, tanto de organizaciones locales como de nacionales con presencia en todo el país y también de transnacionales. Esto con el fin de lograr el sentido de comprensión de la hipótesis emergente y una explicación de las causas del fenómeno (que finalmente fueron la capacidad de recursos para entrenamiento y las políticas corporativas, así como la presencia de un programa de imagen externa).

8. *Muestras de casos sumamente importantes para el problema analizado*: casos del ambiente que no podemos dejar fuera, por ejemplo, en el estudio sobre la Guerra Cristera, los cronistas de las ciudades en cuestión no podían ser excluidos. En una investigación cualitativa en una empresa, no es conveniente prescindir del presidente(a) o director(a) general. Incluso hay muestras que únicamente consideran casos importantes. Por ejemplo, un estudio de pandillas donde solamente se entrevista a los líderes.



**Figura 13.2 Muestras confirmativas. Casos contradictorios en la muestra inicial, proceso para su entendimiento.**

9. *Muestras por conveniencia*: simplemente casos disponibles a los cuales tenemos acceso. Tal fue el caso de Rizzo (2004), que no pudo ingresar a varias empresas para efectuar entrevistas con profundidad en niveles gerenciales, respecto a los factores que conforman el clima organizacional y, entonces, decidió entrevistar a compañeros que junto con ella cursaban un posgrado en Desarrollo Humano y eran directivos de diferentes organizaciones.

**Composición y tamaño de la muestra cualitativa**  
Depende del desarrollo del proceso inductivo de investigación.

Con respecto a las estrategias de muestreo en algunos estudios cualitativos, presentamos algunas definiciones que complementan lo expuesto hasta ahora (ver tabla 13.3).

**Tabla 13.3 Estrategias de muestreo y recolección de los datos en diferentes estudios cualitativos<sup>5</sup>**

¿Cuál es la unidad de análisis?				
Biografía	Fenomenología	Teoría de contraste	Etnografía	Estudio de caso
Individuos únicos, distintos, accesibles	Número de sujetos que experimentan un mismo fenómeno. Metáforas utilizadas por los sujetos	$n$ sujetos participando en la misma acción o en un fenómeno social específico	$n$ individuos representantes de una cultura o un grupo social. Ritos, episodios y eventos	Individuo, sistema u organización con los criterios establecidos por un estudio
¿Qué retos son típicos en la selección de los sujetos?				
Biografía	Fenomenología	Teoría de contraste	Etnografía	
Tener <i>rapport</i> , permiso del (los) individuo(s) y acceso a archivos relevantes	Elección de los sujetos que experimentan o han experimentado la situación	Garantizar la homogeneidad de la muestra, a fin de que otras características no representen distracción	Identificar a los informantes apropiados, ganar su confianza	
¿Qué estrategias de muestreo o estrategias de selección son utilizadas?				
Biografía	Fenomenología	Teoría de contraste	Etnografía	
Conveniente, variada, políticamente relevante, e históricamente influyente	Muestreo por criterios previamente establecidos	Muestras homogéneas o muestreo teórico	Muestra representativa, muestreo en cadena seleccionando redes de informantes	

<sup>5</sup> Basado en Creswell (2005).

El cuadro tendrá mayor sentido cuando se revisen los métodos de recolección de los datos y diseños cualitativos.

Las muestras dirigidas son válidas en cuanto a que un determinado diseño de investigación así las requiere; sin embargo, los resultados se aplican nada más a la muestra en sí o a muestras similares en tiempo y lugar (transferencia de resultados), pero esto último con suma precaución. No son generalizables a una población, ni interesa esta extrapolación.

Finalmente, para reforzar los conceptos vertidos, se incluye un diagrama de toma de decisiones respecto de la muestra inicial (ver figura 13.3), adaptado de Creswell (2005, p. 205). Aunque este autor divide las decisiones en antes y después de la recolección de los datos, y desde nuestro punto de vista esto es relativo, porque, como se ha insistido, el proceso cualitativo es iterativo y emergente.

Un último comentario: En todo el proceso de inmersión inicial en el campo, inmersión total, elección de las unidades o casos y de la muestra; debemos tomar en cuenta al planteamiento del problema, el cual constituye el elemento central que guía todo el proceso, pero tales acciones pueden hacer que dicho planteamiento se modifique de acuerdo con la “realidad del estudio” (construida por el investigador, la situación, los participantes y las interacciones entre el primero y estos últimos). El planteamiento siempre estará sujeto a revisión y cambios.

**Muestras dirigidas** Son válidas en cuanto a que un determinado diseño de investigación así las requiere; sin embargo, los resultados se aplican nada más a la muestra en sí o a muestras similares en tiempo y lugar (transferencia de resultados), pero esto último con suma precaución. No son generalizables a una población, ni interesa tal extrapolación.

## RESUMEN

- Durante la inmersión inicial o después de ésta, se define la muestra.
- En los estudios cualitativos el tamaño de muestra *no* es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador *no* es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia.
- Tres son los factores que intervienen para “determinar” o sugerir el número de casos que compondrán la muestra: 1) capacidad operativa de recolección y análisis, 2) el entendimiento del fenómeno o saturación de categorías y 3) la naturaleza del fenómeno bajo análisis.
- En una investigación cualitativa la muestra puede contener cierto tipo definido de unidades iniciales, pero conforme avanza el estudio se pueden ir agregando otros tipos de unidades.
- En un estudio cualitativo se pueden tener unidades cuya naturaleza es diferente.
- En el muestreo cualitativo es usual comenzar con la identificación de ambientes propicios, luego de grupos y –finalmente– de individuos.
- La investigación cualitativa, por sus características, requiere de muestras más flexibles.
- Las muestras dirigidas son de variás clases: 1) muestra de sujetos voluntarios, 2) muestra de expertos, 3) muestra de casos-tipo, 4) muestreo por cuotas y 5) muestras de orientación hacia la investigación cualitativa (muestra variada, variada homogénea, muestra por cadena, muestra de casos extremos, muestras por oportunidad, muestra teórica, muestra confirmativa, muestra de casos importantes y muestra por conveniencia).

