Asociaciones conceptuales del Capítulo 13

|  |  |
| --- | --- |
| Objetivos | Resumen |
| 1 Conocer el proceso de selección de la muestra en la investigacióncualitativa. | • Durante la inmersión inicial o después de ésta, sedefine la muestra.• En los estudios cualitativos el tamaño de muestrano es importante desde una perspectiva probabilística,pues el interés del investigador no esgeneralizar los resultados de su estudio a unapoblación más amplia. |
| 2 Comprender los conceptos esenciales vinculados con la unidad deanálisis y la muestra en estudios cualitativos. | • Tres son los factores que intervienen para “determinar”o sugerir el número de casos que compondránla muestra: 1) capacidad operativa derecolección y análisis, 2) el entendimiento delfenómeno o saturación de categorías y 3) la naturalezadel fenómeno bajo análisis.• En una investigación cualitativa la muestra puedecontener cierto tipo definido de unidades iniciales,pero conforme avanza el estudio se pueden iragregando otros tipos de unidades.• En un estudio cualitativo se pueden tener unidadescuya naturaleza es diferente.• En el muestreo cualitativo es usual comenzar conla identificación de ambientes propicios, luego degrupos y, finalmente, de individuos.• La investigación cualitativa, por sus características,requiere de muestras más flexibles. |
| 3 Entender los diferentes tipos de muestras no probabilísticas o dirigidasy tener elementos para decidir en cada investigación, cuál es el tipoapropiado de muestra de acuerdo con las condiciones que se presentendurante su desarrollo. | • Las muestras dirigidas son de varias clases: 1)muestra de sujetos voluntarios, 2) muestra deexpertos, 3) muestra de casos-tipo, 4) muestreopor cuotas y 5) muestras de orientación hacia lainvestigación cualitativa (muestra variada, variadahomogénea, muestra por cadena, muestra decasos extremos, muestras por oportunidad, muestrateórica, muestra confi rmativa, muestra decasos importantes y muestra por conveniencia). |