

Capítulo 2. Estrategia Metodológica.

Nuria Beatriz Peña Ahumada

DOI: [10.46990/iQuatro.2024.02.4.2](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2024.02.4.2)

La estrategia metodológica utilizada en esta investigación permitió obtener información sobre un fenómeno nacional por medio del enfoque cualitativo. Esta propuesta consistió en la aplicación de entrevistas a alrededor de 1 000 estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa en México mediante un mismo instrumento.

La técnica de investigación que sirvió como herramienta de estudio fue la entrevista semiestructurada, con el fin de identificar las experiencias de las sujetas de estudio, de modo que el análisis de los distintos contextos permitiera conceptualizar los obstáculos que enfrentan.

Para ello, a la perspectiva cualitativa se le debe reconocer su carácter humanista, el cual permite al investigador un acercamiento íntimo al mundo de los sujetos investigados (Taylor y Bodgan, 1996), lo cual enriquece la generación del conocimiento aprendiendo de “experiencias y puntos de vista de los individuos, valorando procesos y generando teorías fundamentadas” (Hernández et al., 2014, p. 361). Partiendo de la premisa de que las investigaciones abordadas desde la perspectiva cualitativa están sujetas a las condiciones de cada investigación, así como al contexto en particular, y que cada método marcará lineamientos para que se pueda llevar a cabo el análisis (Hernández et al., 2014), se determinó que el marco referencial interpretativo utilizado para la presente investigación fuera el análisis fenomenográfico (Álvarez-Gayou, 2007), dado que se busca conocer las formas en como experimentan las microempresarias los obstáculos que se presentan en la gestión de sus organizaciones.

En el mes de abril de 2022, se lanzó una convocatoria a escala nacional en universidades públicas y privadas por parte de la Red Latinoamericana en Estudios de Género (RELEG) para participar en una investigación colaborativa con el fin de conocer las experiencias sobre los obstáculos que presentan las universitarias en la dirección de una micro o pequeña empresa, aplicando un mismo instrumento y siguiendo el mismo proceso para llevar a cabo el objetivo planteado. Se solicitó que dicha participación fuera a partir de la conformación de equipos de cuatro académicos como máximo, quienes determinarían las facultades o divisiones donde llevarían a cabo la investigación.

En el mes de mayo de 2022, se convocó a los equipos registrados para que el Comité Académico de la RELEG, quien coordinó la investigación a escala nacional, impartiera la prime-

ra capacitación para la determinación de la muestra, la presentación del instrumento, el proceso de aplicación y la captura de información.

Derivado de los equipos registrados para realizar este trabajo, esta investigación se llevó a cabo en 15 estados de la República mexicana: Baja California, Campeche, Chihuahua, Coahuila de Zaragoza, Colima, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Sonora, Tlaxcala y Zacatecas en 29 instituciones de educación superior (IES), con la participación de 31 equipos de investigación.

A continuación, se presenta la tabla con la relación de universidades participantes en la investigación y los estados a los cuales pertenecen.

Universidad	Estado
1. Universidad Autónoma de Baja California	Baja California
2. Instituto Tecnológico Superior de Escárcega	Campeche
3. Universidad Autónoma de Chihuahua	Chihuahua
4. Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez	Chihuahua
5. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	Chihuahua
6. SINCE Colegio Universitario, S.C.	Chihuahua
7. Instituto Tecnológico de Piedras Negras	Coahuila de Zaragoza
8. Universidad Tecnológica de Manzanillo	Colima
9. Instituto Tecnológico de Durango	Durango
10. Universidad Tecnológica Fidel Velázquez	Estado de México
11. Universidad Autónoma del Estado de México	Estado de México
12. Instituto Tecnológico Superior del Sur de Guanajuato	Guanajuato
13. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (1)	Hidalgo
14. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (2)	Hidalgo
15. Universidad Tecnológica de la Huasteca Hidalguense (1)	Hidalgo

Universidad	Estado
16. Universidad Tecnológica de la Huasteca Hidalguense (2)	Hidalgo
17. Universidad Politécnica de Francisco I. Madero	Hidalgo
18. Universidad de Guadalajara	Jalisco
19. Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara	Jalisco
20. Universidad de Guadalajara	Jalisco
21. Universidad Autónoma de Nayarit	Nayarit
22. Universidad Tecnológica Linares	Nuevo León
23. Universidad Tecnológica de Tehuacán	Puebla
24. Universidad Politécnica de Querétaro	Querétaro
25. Universidad Autónoma de Querétaro	Querétaro
26. Universidad Tecnológica de Querétaro	Querétaro
27. Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo	Quintana Roo
28. Universidad Estatal de Sonora	Sonora
29. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	Tabasco
30. Universidad Autónoma de Tlaxcala	Tlaxcala
31. Universidad Autónoma de Zacatecas	Zacatecas

Fuente: Elaboración propia.

En dicha capacitación se instruyó sobre el levantamiento de información y se definieron aspectos puntuales de la ejecución de la entrevista.

Se definieron como informantes a mujeres estudiantes universitarias o con nivel académico equivalente, quienes deberían de encontrarse estudiando cualquier grado académico, dirigiendo o siendo dueña de una micro o pequeña empresa, la cual cuente por lo menos con un año de operación; se considera directora a la persona que toma la mayoría de las decisiones en la organización.

Muestra

Cada equipo aplicó 30 entrevistas a universitarias directoras de mypes. La determinación del muestreo por equipo se definió a partir de la propuesta de Álvarez-Gayou (2007). Se entrevistó a un total de 985 universitarias con las características solicitadas, por lo que es una muestra de tipo homogénea, donde las unidades que fueron seleccionadas “poseen un mismo perfil o características, o bien comparten datos similares” (Hernández et al., 2014, p. 388).

El número de la muestra para esta investigación cualitativa podría considerarse atípico por la cantidad de casos abordados, propios de una investigación con diseño cuantitativo; sin embargo, es un levantamiento de datos consistente, realizado bajo un protocolo estricto y confiable que quiere leer una realidad nacional de manera cualitativa.

La técnica que se utilizó para esta investigación cualitativa fue la entrevista. El diseño del cuestionario fue proporcionado a todos los equipos participantes de esta investigación a escala nacional por el Comité Académico de la RELEG.

Para realizar la primera parte de esta investigación, se hicieron las entrevistas, las cuales tienen cinco bloques. El primero abordó los datos generales de la aplicación de la entrevista, los cuales apoyaron para la confiabilidad de la información, así como a la validez y el seguimiento, si era necesario. El segundo bloque contempló las características sociodemográficas de la universitaria dueña o administradora de la mype. El tercer bloque trató los datos de la institución donde estudia la directiva. El cuarto tocó los datos de la mype. La entrevista contempló 24 preguntas y fue diseñada para que la directora de la empresa (persona que toma la mayor parte de las decisiones de la organización) la respondiera.

En el mes de mayo de 2022, se llevó a cabo una capacitación para los 86 académicos-investigadores, donde se dio a conocer el cuestionario para la aplicación de la entrevista, así como el proceso que debería de seguirse, con el fin de homologar criterios que no alteraran los resultados de la investigación.

El levantamiento de la información se llevó a cabo en los meses de mayo y junio de 2022. Posteriormente, la transcripción de las entrevistas se hizo de manera manual o con ayuda de un software especializado.

La recolección y el análisis de la información se realizó en la Plataforma para Estudios Cualitativos de RedesLA Comprende®, en los apartados desarrollados para el estudio de cada equipo de investigación.

El Comité Académico de la RELEG llevó a cabo capacitaciones periódicas y revisiones dentro de Comprende® para todas las fases de la investigación, con el objetivo de retroalimentar a los equipos y de verificar si el proceso se había llevado de acuerdo con el protocolo estipulado.

El texto obtenido de las preguntas fue analizado por medio de la Plataforma para Estudios Cualitativos Comprende®.

Primera fase de la investigación: definición de categorías para conceptualizar los obstáculos.

De los resultados obtenidos en la primera fase de la investigación: los obstáculos que tienen las estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa (2024), emergieron 21 categorías, las cuales se describen en el capítulo de “Resultados generales de la investigación” y cuya relación se envió a los equipos de investigación con sus respectivas descripciones. A partir de ello, los investigadores deberían identificar en las transcripciones de las entrevistas realizadas las frases o los textos que argumentaban las informantes para darle significado de acuerdo con el contexto. A cada categoría, se le asignaba un color dentro de la plataforma. Al analizar cada respuesta, si surgía una nueva categoría que no viniera en la relación enviada por el Comité Académico de la RELEG, entonces se definía y se enviaba a la Coordinación General de la Red con el objetivo de la autorización, de modo que fuese integrada para los resultados a escala nacional.

Posteriormente, se solicitó que cada equipo de investigación llevara a cabo el análisis de la información y presentara sus discusiones sobre las universitarias de sus instituciones de estudio.

Segunda fase de la investigación:

Esta segunda fase consistió en que las categorías emergidas en cada institución donde se llevó a cabo el estudio, se organizaran a partir de la Plataforma para Estudios Cualitativos *Comprende®* y definir las en el modelo de análisis propuesto para esta investigación.

Referencias.

- Ahl, H. J. (2006). Why Research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory y Practice*, 30(5), 595-621.
- _____. (2002). *The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*. Suecia: Parajett AB.
- Aldrich, H. (1989). Women on the verge of a break-through: Networking among entrepreneurs in the United States and Italy. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1(4), 339-356.

- Alimo-Metcalfe, B. (1995). Investigation of female and male constructs of leadership and empowerment. *Women in Management Review*, 10(1), 3-8.
- Álvarez-Gayou, J. L. (2007). *Cómo hacer investigación cualitativa. fundamentos y metodología*. México: Paidós Educador.
- Amorós, C. (2008). Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de “lo masculino” y “lo femenino”. *Feminismo y Filosofía*, 6, 2-21.
- Amorós, J. E., Guerra, M., Pizarro, O., y Poblete, C. (2006). *Mujeres y actividad emprendedora en Chile*. Chile: Global Entrepreneurship Monitor.
- Anker, R. (1997). La segregación profesional entre hombres y mujeres. Repaso de las teorías. *Revista Internacional del Trabajo*, 116(3), 343-370.
- Aranda, J. J., Oreza, W., Solorzano, M., y Madero, J. (2015). Criterios de conceptualización de la empresa familiar. *3c Empresa*, 4(3), 185-199. <http://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.17993/3comp.2015.040323.185-199>.
- Ayman, R. y Korabik, K. (2010). Leadership: Why gender and culture matter. *Psychologist*, 65(3), 157-170.
- Azcárate, T. (2006). Propios. *Nueva Sociedad*, 135, 78-91.
- Barbieri, M. T. de (2007). Los ámbitos de acción de las mujeres. *Revista Mexicana de Sociología*, 53(1), 203-224.
- Baum, J. (2004). The Relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4).
- Baum, J., Locke, E., y Smith, K. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Review*, 44(2), 292-303.
- Berg, N. (1997). Gender, place, and entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9(3).
- Bermúdez-Carrillo, L. (2014). Características de las pymes de Guanacaste. *Revista de las Sedes Regionales*, XV, 1-17.
- Bonder, G. (2003). *Construyendo el protagonismo de las mujeres en la sociedad del conocimiento: estrategias educativas y de formación de redes (mujer, ciencia y tecnología en América)*. España: Unesco.
- Booth, S., Darke, J., y Yeandle, S. (1998). *La vida de las mujeres en las ciudades. La ciudad, un espacio para el cambio*. España: Narcea.
- Brush, C. G., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., y Hart, M. (2004). *Clearing the hurdles: Women building high-growth businesses*. Estados Unidos: Prentice Hall.
- Carter, N., y Allen, K. (1997). Size determinants of women-owned business: choice or barriers to resources? *Entrepreneurship and Regional Development*, 9, 211-222.

- Cheung, F., y Halpern, D. (2010). Women at the top. Powerful leaders define success as work + family in a culture of gender. *American Psychologist*, 65(3), 182-193.
- Citro, S. (2009). Cuerpos significantes: travesías de una etnografía dialéctica. *Reseñas*, 17(1), 208-210.
- Cornet, A., y Constantinidis, C. (2004). Entreprendre au féminin: Une réalité multiple et des attentes différenciées. *Revue Française de Gestion*, 30(1), 191-205.
- Delic, S. (2006). Income determinants and factors affecting the choice of self-employed Canadians to invest in RRSPs and health-related benefits: an empirical analysis and policy reflection. University of Canada.
- Delmar, F., y Shane, S. (2003). Does planning facilitate product development in new ventures? *Strategic Management Journal*, 24(12), 1165-1185.
- Eaglye, A. (2005). Achieving relational authenticity in leadership: Does gender matter? *The Leadership Quarterly*, 16, 459-474.
- Escapa, R., y Martínez, L. (2010). Estrategias de liderazgo para mujeres directivas (Departamen). España: Departament de Treball.
- Espinar, E., y Ríos, J. (2002). Producción del espacio y desigualdades de género. España: Espagrac.
- Fagenson, E., y Marcus, E. (1991). Perceptions of sex-role stereotypic characteristics of entrepreneurs: women's evaluations. *Entrepreneurship: Theory y Practice*, Summer, 33-47.
- Fernández, J. (1998). Género y sociedad. España: Pirámide.
- Flores, C. (2002). Potencial social de las mujeres microempresarias. *Cuadernos de Trabajo Social*, 15, 83-92.
- Forbes (27 de junio de 2023). Mujeres encabezan 1.6 millones de mipymes en México; lanzan plan para que exporten. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/mujeres-encabezan-1-6-millones-de-mipymes-en-mexico-lanzan-plan-para-que-exporten/>.
- Frutos, L., y Titos, S. (2011). Formación y trabajo autónomo desde la perspectiva de género. *X Jornadas de la Asociación de la Economía de la Educación* (pp. 309-320). Servicio de Publicaciones.
- Gamber, W. (1998). A gendered enterprise: Placing nineteenth-century businesswomen in history. *Business History Review*, 72(2), 188-218.
- García, B., Blanco, M., y Pacheco, E. (1998). Género y trabajo extradoméstico. En: García B, coordinadora. *Mujer, género y población en México* (273-316). México: El Colegio de México, Sociedad Mexicana de Demografía.
- Gascón, M. I. (2012). Las Mujeres entre la intimidad doméstica y espacio público: libros de cuentas femeninos y ordenanzas municipales. *Revista de Historia Moderna*, 30, 283-300.
- González, C. (2014). Investigación fenomenográfica. *Magis. Revista Internacional de Investigación*, 7(14), 141-158. <http://doi.org/10.11144/Javeriana.M7-14.INFE>.

- Grant, J. (1989). Women as managers: What can they offer to organizations? *Organizational Dynamics*, 56-63.
- Guerrero, L., Gómez, E., y Armenteros, M. del C. (2014). Mujeres emprendedoras: similitudes y diferencias entre las ciudades de Torreón y Saltillo, Coahuila. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 7(5), 77-91.
- Harmon, S. (1997). Do gender differences necessitate separate career development theories and measures? *Journal of Career Assessment*, 5(4), 463-470.
- Heras, I., Encinas, L., y Ochoa, I. (2006). Participación de la mujer en el ejercicio del poder y la toma de decisiones dentro de los actuales escenarios laborales. *Vértice Universitario*, 31, 1-9.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6.a ed.), México: McGraw Hill Interamericana.
- Hisrich, R., y Brush, C. G. (1986). *The woman entrepreneur: Starting, financing, and managing a successful new business*. Lexington: Lexington Books.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2023a). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad*. México: Inegi.
- _____. (2023b). *Matrícula escolar por entidad federativa según nivel educativo, ciclos escolares seleccionados de 2000/2001 a 2022/2023*. México: Inegi.
- _____. (2022). *Estadística a propósito del Día Internacional de la Mujer (8 de marzo)*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Mujer22.pdf.
- Lamas, M. (1995). La perspectiva de género. *Revista de Educación y Cultura de la Sección 47 del SNTE*, (8), 14-20.
- Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Lee, F. C., Newton, K., Sharma, B., Gadenne, D., Stevenson, L., Amboise, G. D. y Pleitner, H. J. (2001). Innovation of SMEs in the knowledge-based economy quality management strategies and performance: An empirical investigation sources in location decisions problems, motivations. *Journal of Small Business y Entrepreneurship*, 15(4).
- Mavin, S. (2001). Women's career in theory and practice: Time for change? *Women in Management Review*, 16(4), 183-192.
- Medrano, M. C. (2012). Cazando a la cazadora: cuestiones sobre la posición de la mujer toba en los ámbitos políticos y públicos, domésticos y privados. *Bulletin de L'Institut Français d' Etudes Andines*, 41(1), 123-146.
- Murillo, S. (1997). *El mito de la vida privada: De la entrega al tiempo propio*. España: Siglo XXI.
- Ochman, M. (2006). En busca de una nueva sociedad. Los aportes de la teoría feminista a la reformulación del mundo moderno. *Desafíos*, (15), 371-387.

- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2014). La mujer en la gestión empresarial. Uruguay: OIT.
- Ortega, T. (2007). La fenomenografía, una perspectiva para la investigación del aprendizaje y la enseñanza. *Pampedia*, (3), 39-46.
- Ortiz, P. y Olaz, Á. J. (2014). La mujer en la empresa familiar española desde la perspectiva del “familiness”. *Política y Sociedad*, 51(2), 481-506. http://doi.org/10.5209/rev_POSO.2014.v51.n2.43647.
- Peña, N. (2024a). Los obstáculos que tienen las estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa. Resultados de una investigación cualitativa en México (vol. 1). México: McGraw-Hill.
- _____. (2024b). Resultados generales de los obstáculos que tienen las estudiantes universitarias que dirigen una micro o pequeña empresa (vol. 1) (pp. 7-8). México: McGraw-Hill.
- _____. (2017). La dirección femenina en la micro y pequeña empresa mexicana: obstáculos y desarrollo de perfiles. Un estudio en 18 estados. [Tesis doctoral, Universidad de Celaya]..
- Peña, N., y Aguilar, O. (2024). Estrategia metodológica (vol. 1) (pp. 6-14). México: McGraw Hill.
- Posada, R., Aguilar, O. y Peña, N. (2015). Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa. México: Pearson.
- Powell, G. y Butterfield, D. (1994). Investigating the “glass ceiling” phenomenon: An empirical study of actual promotions to top management. *Academy of Management Journal*, 37, 68-86.
- Red de Estudios Latinoamericanos (RedesLA) (2024). Investigaciones anuales. <https://redesla.la>.
- Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN) (2024). Investigación anual, N. Peña y O. Aguilar (coords.). <https://relayn.redesla.la>.
- Red Latinoamericana en Estudios de Género (RELEG) (2024). Investigación anual. <https://releg.redesla.la/> RedesLA <https://redesla.la/>.
- Riger, S. (2002). Debates epistemológicos. Voces del feminismo. *American Psychologist*, 47.
- Rigg, C. y Sparrow, J. (1994). Gender, diversity and working styles. *Women in Management Review*, 18(3), 9-16.
- Rosa, P. y Hamilton, D. (1994). The Impact of Gender on Small Business Management: Preliminary Findings of a British Study. *Internacional Small Business Journal*, 12, 25-32.
- Sesia, P. y Vázquez, V. (2009). Balance y perspectivas del campo mexicano. México: Cámara de Diputados, Conacyt y Asociación Mexicana de Estudios Rurales.
- Shane, S. (2003). A general theory of entrepreneurship-The Individual opportunity nexus. Estados Unidos: Edward Elgar Editores.

- Shane, S., y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Shelton, L. M. (2006). Female entrepreneurs, work-family conflict, and venture performance: new insights into the work-family interface. *Journal of Small Business y Entrepreneurship*, 44(2).
- Suárez, M. (2008). Barreras en el desarrollo profesional femenino. *Reop*, 19(1), 61-72.
- Swanson, J., y Tokan, D. (1991). A college student's perceptions of barriers to career development. *Journal of Vocational Behavior*, 38, 92-106.
- Taylor, S. y Bodgan, R. (1996). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. España: Paidós Educador.
- Varela, H. (2012). Iguales, pero no tanto. El acceso limitado de las mujeres a la esfera pública en México. *Confines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, VIII, 39-67.
- Vázquez, V., Cárcamo, N., y Martínez, N. (2012). Entre el cargo, la maternidad y la doble jornada. *Presidentas municipales de Oaxaca. Perfiles Latinoamericanos*, (39), 31-57.
- Vega, A. (2014). Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión. *La Ventana*, 40, 186-213.
- _____ (2007). Por la visibilidad de las amas de casa: rompiendo la invisibilidad del trabajo doméstico. *Política y Cultura*, (28), 173-193.
- _____ (2004). La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales. [Tesis doctoral]. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(2), 151-183
- Watson, J. (2002). Comparing the performance of male and female-controlled businesses: Re-lating outputs to inputs. *Entrepreneurship: Theory y Practice*, primavera, 91-100.
- Welsh, D. y Dragusin, M. (2006). Women-entrepreneurs: A dynamic force of the small business sector. *Amfiteatru Economic*, 20, 60-68.
- Wiklund, J., Davidsson, P. y Delmar, F. (2003). What Do They Think and Feel about Growth? An Expectancy-Value Approach to Small Business Managers Attitudes Toward Growth1. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27(3), 247-270.
- Zabludovsky, G. (1998). *Las mujeres empresarias en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.