



Capece, Gustavo

El uso de indicadores en la elaboración de tesis en turismo : un aporte metodológico



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Capece, G. (2016). *El uso de indicadores en la elaboración de tesis en turismo : un aporte metodológico*. *Revista de ciencias sociales*, 8(29), 91-111. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1649>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

El uso de indicadores en la elaboración de tesis en turismo

UN APORTE METODOLÓGICO

Introducción

El objetivo de este artículo es facilitar a los estudiantes que tienen que elaborar una tesis de grado o de posgrado –en particular para el campo de estudio del turismo– el uso de indicadores, aunque también puede ser empleado por quienes se desempeñan en la investigación, planificación o en la gestión del turismo.

La experiencia de años de enseñanza en niveles de grado y posgrado en diferentes universidades, junto con trabajos de campo relacionados a la asistencia técnica, planificación y *coaching* han mostrado que, si bien los indicadores son un elemento auxiliar del cual se presume, pocas veces se los encuentra instrumentados en los documentos finales, especialmente, en trabajos de tesis y tesinas.

Conceptos generales de contexto

Una tesis es una proposición u opinión que se mantiene y se intenta demostrar con razonamientos a partir de la realización de un trabajo de investigación, que expone los resultados alcanzados por un tesista y se debe desarrollar y presentar metodológicamente organizada.

Según Eco (1977), las tesis pueden ser de *compilación* o de *investigación*. Las primeras son una revisión crítica del estado del arte de un tema que busca exponer interrelaciones entre diferentes miradas o trabajos existentes; mientras que las segundas implican un trabajo original que permite avanzar en el conocimiento sobre cierto tópico. En este trabajo se aborda exclusivamente el tema del uso de indicadores en tesis de investigación.

Según Balbas Diez, “una buena investigación es aquella que disipa dudas con el uso del método científico, es decir, clarifica las relaciones entre variables que afectan al fenómeno bajo estudio; de igual manera, planea con cuidado los aspectos metodológicos, con la finalidad de asegurar la validez y confiabilidad de sus resultados” (2006, p. 92).

Toda tesis debe cumplir con determinados requisitos mínimos: la definición de un fenómeno que se busca analizar, el cual estará acotado por los supuestos iniciales, que desarrollará a través de investigaciones referidas a variables y las relaciones entre ellas; todo ello, a partir de un objetivo general y objetivos específicos que deben ser explicitados. Las investigaciones se harán siguiendo un método que aprovechará datos, información o conocimientos ya existentes, y se realizarán, conforme con una forma explícita y confiable, lo cual permitirá un trabajo intelectual compartible y verificable, que tenderá a concluir en resultados que validarán o refutarán los supuestos iniciales.

El fenómeno que se analiza suele recibir el nombre de “problema”. De acuerdo con la Real Academia Española, este término tiene dos acepciones: cuestión discutible que hay que resolver o sobre la que se busca una explicación; y cuestión que se plantea para hallar un dato desconocido a partir de otros datos conocidos, o para determinar el método que hay que seguir para obtener un resultado dado.

Hernández y otros (2006) sostienen que, al plantear un problema, es fundamental considerar cinco elementos, los cuales serán las referencias a la hora de definir qué y cómo se investigará y qué indicadores serán parte de esta investigación. Esos cinco elementos son: objetivos de investigación; preguntas de investigación; razón o justificación de la investigación; viabilidad; evaluación de las carencias y tal vez deficiencias en el conocimiento del problema; y definición inicial del ambiente o contexto.

Una vez definido el problema se establecen el objetivo general y los objetivos específicos de la tesis. El primero se vincula con la finalidad genérica del trabajo; los otros corresponden a los límites y, con ello, muestran el recorte de la realidad que se efectúa y los efectos específicos que se persiguen. Por lo tanto, el

objetivo general señala el camino y horizonte, y los específicos deben estar expresados de forma tal que se pueda llegar a resultados mensurables.

Todo fenómeno que se desea investigar responde a alguna razón, la cual se basa en supuestos iniciales. Estos son las *hipótesis* del trabajo. Por regla general, las hipótesis se corresponden con un determinado estado del arte de la temática y antecedentes del proyecto que incluyen los estudios realizados dentro de nuestra línea de investigación. Es decir que conformarán las referencias teóricas previas al desarrollo de la tesis. También puede suceder que las hipótesis reflejen la falta de datos, información o conocimientos sobre el fenómeno bajo análisis.

Una vez establecidas las hipótesis y efectuada la revisión bibliográfica o documental, se requiere de la elección del marco teórico que se utilizará como referencia, y que será el soporte conceptual para el estudio, debidamente referenciado a las fuentes de información aceptadas para cada disciplina. Luego se establecerá la metodología que permitirá cumplir con los objetivos de la tesis.

Para que las investigaciones sean conducentes al cumplimiento de los objetivos propuestos es necesario establecer cuáles serán las variables a considerar y las relaciones que se busca conocer entre ellas. Para su logro es saludable que los tesisistas enmarquen los datos, información y conocimiento disponibles que utilizarán *a priori*, y expliciten de qué manera buscarán llegar a los datos, información y conocimientos novedosos toda vez que, como enseña Bunge, “los datos aislados y crudos son inútiles y no son dignos de confianza; es preciso elaborarlos, organizarlos y confrontarlos con las conclusiones teóricas” (2001, p. 34).

Para ello, los indicadores resultarán instrumentos por demás adecuados, y serán la fuente sustancial para las demostraciones, conclusiones o propuestas de la tesis.

Indicadores

Para desarrollar una tesis de investigación, los autores utilizan, entre otros elementos, *datos*. Estos son una representación simbólica (numérica, alfabética, algorítmica, etc.) de un atributo o variable cuantitativa o cualitativa. Para algunas tesis los datos serán el punto de partida; para otras serán proyecciones y, en algunos casos, conformarán una combinación de ambos. Para llegar al trabajo final, es probable que el tesisista deba generar nuevos datos o combinaciones que no sean preexistentes. Muchos de

ellos suelen ser cuantitativos, es decir que se expresan con una magnitud numérica y permiten medir o calcular un hecho o situación. No siempre están organizados según las necesidades de las investigaciones previas al desarrollo del trabajo de tesis. Esto obliga al tesista a darles un formato adecuado al fin perseguido. Un dato cuantitativo siempre se sostiene en una fórmula matemática. Puede ser una simple suma o una fórmula más compleja de sumas, multiplicaciones, divisiones, porcentajes o algún cálculo probabilístico. En los casos de los trabajos de tesis conviene organizar los datos a través de indicadores.

¿Qué es un indicador?

La palabra indicador viene del latín *indicare* y refiere a mostrar o significar algo, con indicios y señales. En el uso científico el término adquiere un sentido más preciso.

Para Quiroga Martínez, “Los indicadores son estadísticas seleccionadas por su capacidad de mostrar un fenómeno importante” (2009, p. 19). De modo más amplio, la autora también afirma: “Si bien el término indicador puede aludir a cualquier característica observable de un fenómeno, suele aplicarse a aquellas que son susceptibles de expresión numérica y que son pertinentes o de máxima importancia para el interés público” (2009, p. 20).

En la publicación *Indicadores de gestión en el ámbito público*, se define al indicador como: “Instrumento de medición elegido como variable relevante que permite reflejar suficientemente una realidad compleja, referida a un momento o a un intervalo temporal determinado” (Ministerio de Economía y Hacienda de España, 2007, p. 25).

Estas definiciones conllevan a la noción de que un indicador es un instrumento de medición, que está vinculado con un objetivo inicial propuesto. El hecho de referirse a un momento o intervalo temporal permite, en una secuencia de ellos, aprovecharlos como instrumentos de comparación en el tiempo o entre diferentes sucesos en uno o en diferentes espacios.

Como las condiciones sobre las cuales se busca evidencia pueden referirse a un hecho en un solo momento, a una serie de hechos o a hechos que aún no han sucedido, los indicadores pueden ser puntuales o secuenciales.

Puntuales: brindan un dato para una situación determinada y que corresponde a un momento concreto, y responden a una visión estática. Ejemplo: cuántas plazas de alojamiento hay en un destino turístico.

Secuenciales: brindan datos sucesivos referidos a un mismo tema, de manera de ofrecer una visión dinámica. Ejemplo: cómo han evolucionado esas plazas en los últimos cinco años.

Asimismo, en relación con su nivel de complejidad, se los clasifica en simples y compuestos.

*Simple*s: los que se obtienen de manera inmediata respecto de la o las variables a las que representan. Ejemplo: la suma de plazas hoteleras existentes en un destino.

Compuestos: los que se obtienen por medio de una relación de por lo menos dos magnitudes referidas a una o diferentes variables. Ejemplo: la variación de plazas conforme a la categoría de los alojamientos y a lo largo de los últimos cinco años.

En todos los casos los indicadores tienen que objetivar las observaciones humanas.

Al mismo tiempo, puede afirmarse que los indicadores resultan valiosos también porque permiten compartir datos, lo cual hace a que investigadores u otros lectores de una tesis puedan conocer cómo se ha elaborado, sobre qué trata, cuándo se concretó, dónde, para qué, con o a través de quiénes, etc. Lo que no significa que todas las personas que lean esos datos lleguen a idénticas conclusiones. Por el contrario, y como se verá más adelante, al ser solo un indicio o señal, requiere de una acción intelectual adicional para convertir el dato en información y, de ese modo, se agrega la subjetividad de quien la realiza. Es por ello que los indicadores no demuestran nada, sino que solamente aportan evidencia cuantitativa referida a la condición que se está analizando.

Ejemplo: el resultado del indicador de la tasa de desempleo de una ciudad le permitiría a un inversor deducir cuántas personas podrían estar necesitadas de trabajo y, a partir de ello, ofrecer un sueldo bajo; mientras que al trabajador social le podría estar señalando la magnitud de personas en estado vulnerable y con una alimentación deficiente.

Se resalta entonces que el resultado de un indicador únicamente es un dato. Véanse los siguientes casos.

Para una empresa comercial, un dato es un registro estructurado y medible (ventas mensuales, sueldos anuales, cantidad de empleados). También lo es para otras situaciones, como la medición de la temperatura ambiente, la cotización del dólar o la edad de mi madre.

A veces, los datos son estáticos por convención —una hora tiene sesenta segundos— y otros son cambiantes —el arribo de turistas en enero de 2015 respecto de enero de 2014.

Otros son casi infinitos hasta que algún nuevo descubrimiento los modifica –la relación entre el metro como patrón de medida y la circunferencia del planeta Tierra en el ecuador.

En general, el dato carece de sentido, ya que “describen solo parcialmente lo que sucede y no proporcionan juicio ni interpretación” (Valhondo, 2003, p. 48). Al mismo tiempo, un dato puede adquirir tres valores: cierto, probable o falso, que se excluyen mutuamente, y es responsabilidad del investigador realizar el trabajo intelectual que le asigne ese carácter de validez, probabilidad o falsedad.

Tipología de indicadores

Hay y pueden existir tantos indicadores como condiciones se quieran analizar en una tesis de turismo. Los más comunes son:

Indicadores de gestión: eficiencia, eficacia, cumplimiento de objetivos, capacidad de mando, innovación, etcétera.

Indicadores de impactos: en el ambiente, la población, la economía, etcétera.

Indicadores de resultados: económicos, financieros, de producción, cumplimiento de promesas electorales, formación humana, etcétera.

Indicadores de desarrollo: humano, económico, social, cultural, etcétera.

Indicadores de calidad: en la provisión de servicios, de diseño, de condiciones de vida, institucional, emprendedurismo, etcétera.

Indicadores demográficos: población, densidad poblacional, pirámide poblacional, etcétera.

Indicadores psicográficos: conductas según algún rasgo etario, cultural o de nacionalidad, tendencias de consumo conforme tal o cual variable, *hobby* y su relación con los destinos turísticos preferidos, etcétera.

No existe un recorte de indicadores ni un manual universal. Cada tesis los elabora según su objeto de estudio, sus necesidades y también según su capacidad de análisis.

Condiciones de los indicadores

Para que sea útil, el indicador tiene que cumplir con varias condiciones. Las más significativas son (Armijo, 2009; Sectur-Conicet, 2009; Quiroga Martínez, 2009):

Vincularse con un objetivo

Todo indicador tiene que estar referido a una cuestión relevante y, por lo tanto, debe estar vinculado con algún objetivo planteado en la tesis, ya sea general o específico.

Confiable

Todo indicador debe estar construido de forma tal que los modos de obtención de resultados no tengan que ser puestos en duda o, en su caso, se explicita el nivel de certeza esperable. Por ende, tienen que ser consistentes, aun los cualitativos, en los cuales pueden predominar factores subjetivos de alta volatilidad.

Es de buena práctica evitar indicadores que solo busquen un resultado ya definido de antemano o sesgado por alguna intencionalidad, que vaya más allá de buscar un dato, ya que esto le quita confiabilidad.

Constatable (o verificable)

Cada indicador tiene que permitirle a cualquier persona que recibe el dato constatar su validez y analizar el fenómeno sobre el cual se aplica o las manifestaciones a las cuales se refiere. En el caso de indicadores cualitativos, que aportan datos sobre conductas (individuales, sociales o de grupos), la constatación no siempre es posible, ya que el fenómeno medido puede que no se repita. No obstante, los mismos investigadores o terceros tienen que poder constatar si los resultados a los cuales se arriba son correctos (en los cuantitativos) o razonables (en los cualitativos).

Aplicable

De poco sirve crear un indicador que no se pueda aplicar, ya sea porque es tan confuso que nadie lo comprende o por razones más comunes, como la falta de recursos para aplicarlos, dificultades de acceso a la información que es parte de su fórmula o falta de coherencia entre la manifestación que se desea medir y los medios que se proponen o disponen para ello.

Respecto de la aplicabilidad conviene considerar dos cuestiones: la capacidad del investigador para abarcar el todo; y el tiempo del que se dispone para tener algún resultado confiable.

Los siguientes casos permiten visualizar su aplicabilidad:

Si se desean analizar algunas conductas del conjunto de mujeres de más de 35 años, residentes en la Argentina, con estudios secundarios completos, como mínimo, que viven solas, y que consumen turismo interno por lo menos dos veces al año, el investigador tendrá que disponer de medios para ubicar ese segmento, llegar a él y contar con datos de otras fuentes que permitan con-

trastar la veracidad –o al menos la consistencia– de las respuestas que pueda haber obtenido.

Pero si el dato lo necesita para cerrar dentro de una semana una campaña publicitaria, es muy probable que el tiempo que le pueda dedicar a su investigación sea escaso, y el indicador no pueda ser aplicado, con lo cual deberá generar otro, probablemente, a través de algo que sea análogo o que permita inferir resultados sobre la base de una fuente secundaria.

Disponible

Los indicadores y sus resultados deben ser accesibles para quienes tienen que transformar el dato en información, también para quienes necesitan utilizar datos e información en la toma de decisiones para la acción.

Secuencia lógica

Resulta conveniente que el tesista elabore un mapa de la secuencia lógica que seguirá. Partiendo del tema a investigar, los objetivos y las hipótesis, puede definir los parámetros y las unidades de análisis. Todo ello debería hacerlo al establecer la metodología de desarrollo de su tesis.

Luego deberá elegir las variables, que le permitirán definir las cuestiones sobre las cuales va a basar la construcción de indicadores para, desde allí, decidir cuáles son los que utilizará. De esta manera podrá visualizar fácilmente los nexos entre cada uno de los elementos clave.

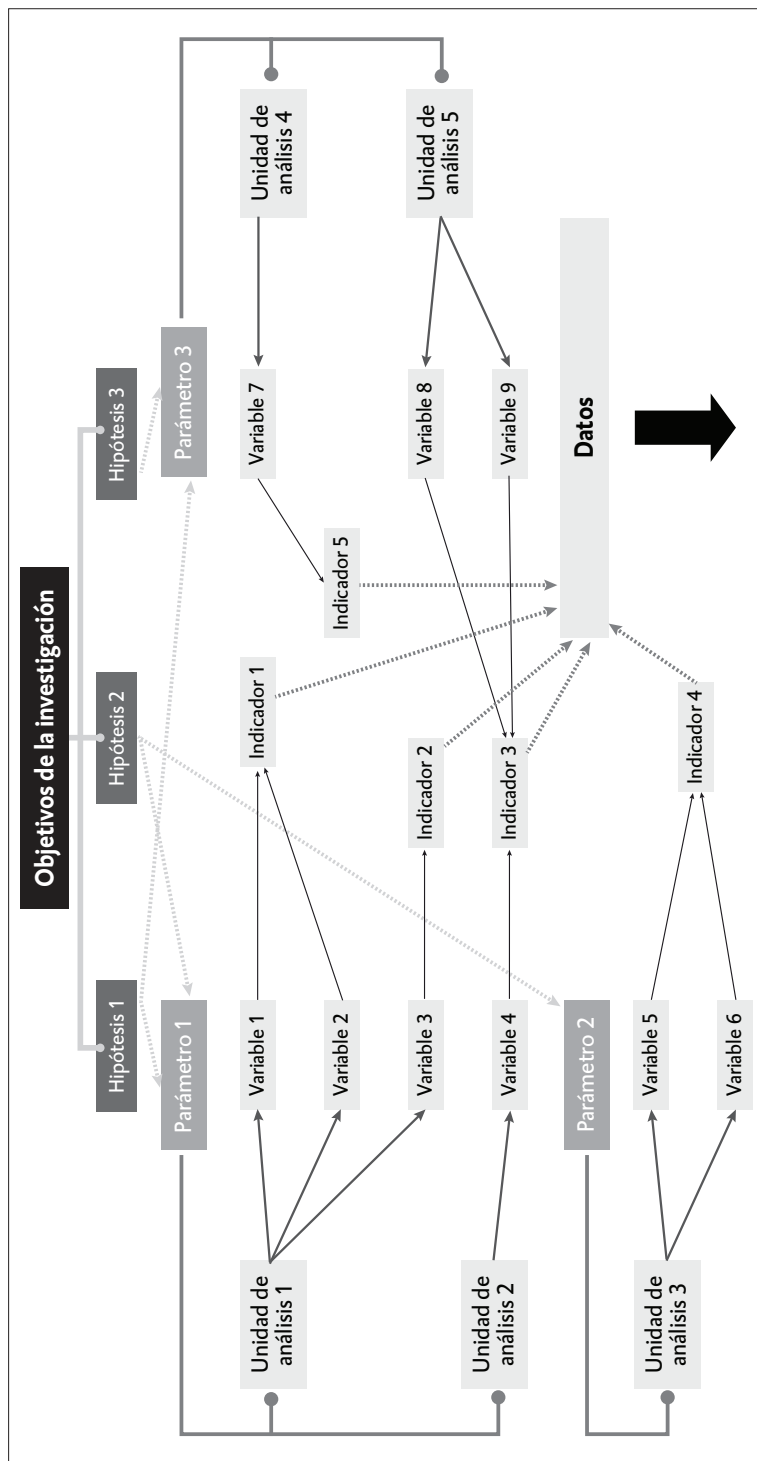
Esta gráfica del entramado (o mapa conceptual) también ayuda a detectar puntos ciegos (por ejemplo, variables o unidades de análisis no consideradas pero necesarias) y algunas cuestiones que no son pertinentes, ya que no aportan a la cuestión central.

El gráfico 1 es un ejemplo de cómo se puede construir el mapa conceptual, de manera que el lector pueda visualizar el conjunto, cuyos componentes se explican en los próximos apartados.

Las líneas son los conectores que vinculan un aspecto de la investigación con otros, en una relación de precedencia. La cantidad de hipótesis, parámetros, unidades de análisis, variables e indicadores son solo un ejemplo. En cada caso la trama se conformará con aquellos que sean necesarios.

La resultante final, denominada “datos”, será el punto de partida del análisis específico de la tesis. A tal efecto, conviene recordar que un dato es la unidad mínima de contenido de un tema. Describe sucesos o entidades. Puede ser una representación simbólica

Gráfico 1. Mapa conceptual



(alfabética, algorítmica, numérica, esotérica, etc.), un atributo o una característica.

Cómo elegir y crear indicadores

El anterior mapa conceptual muestra las cuestiones a considerar y los nexos entre ellas. Ello requiere avanzar hacia una mayor descripción de cada una.

Elementos clave

Tal como ya se indicó, es posible crear la cantidad y variedad de indicadores que se consideren necesarios. No hay límite para ello.

Los elementos clave para su creación son, como mínimo, los siguientes (Armijo, 2009; Sectur Conicet, 2009; Quiroga Martínez, 2009):

Características

Un indicador queda definido por:

Un nombre: tiene que ser claro y preciso, para que se comprenda qué es lo que se está midiendo.

Glosario: al ser cada indicador una construcción subjetiva, es necesario que quienes lo utilicen y lean sus resultados comprendan cabalmente qué se quiere decir con cada término que se emplea (no es lo mismo hablar de turistas que de recreacionistas, y el lego puede no saber cuál es la diferencia).

Fórmula: el indicador intenta reflejar datos; por ende, es necesario explicitar la fórmula que permita aplicarlo, ya sea para cuestiones cuantitativas o cualitativas. Toda fórmula requiere la expresión de una unidad de medida (kilos, personas, metros cuadrados, kilómetros, etc.). Tanto la fórmula como la unidad de medida hacen al tema de la exactitud, que se indica en el punto siguiente.

Nivel de exactitud: hay que establecer cuál es su nivel de exactitud. Los indicadores de aspectos cuantitativos a veces pueden ser exactos (ej.: cantidad de graduados de una maestría al cabo de tres años de la cohorte de tal año). Otras, pueden serlo de manera aproximada (probabilísticas), como son los casos en que se trabaja con muestras y no con el universo (ej.: cantidad de personas residentes en la Argentina que realizan turismo interno al menos una vez al año). Por su parte, los indicadores cualitativos son mucho menos exactos (ej.: razones por las cuales los argentinos

prefieren tomarse vacaciones dentro del país en auto más que en ómnibus).

Frecuencia: una medición es como una foto. Refleja algo en un determinado lugar y tiempo. Si se desea conocer algo más, hay que establecer la frecuencia de uso del indicador (ej.: composición del gasto turístico a lo largo de la temporada de verano en la ciudad de Villa Gesell).

Temporalidad: es la contracara del punto anterior. Al medir algo en un tiempo y espacio, solo refleja ese instante y ese lugar. Por lo tanto, su validez puede ser temporal. Los cambios en las conductas de las personas o del entorno físico (ej.: nuevos inversores que instalan hoteles de lujo en una villa de veraneo de las sierras cordobesas) provocan cambios en las condiciones existentes al momento en que se aplicó. El uso secuencial de indicadores también permite analizar resultados a lo largo del tiempo y, en su caso y según el indicador que sea, también admite hacer proyecciones.

Oportunidad: un indicador puede utilizarse en cualquier momento, pero su utilidad depende de cuán oportuno es aplicarlo. Esto es parte del diseño estratégico del uso de indicadores.

Origen: ningún acto humano es objetivo. Casi por definición, los humanos somos seres simbólicos, con cargas de significados que se expresan de diferentes maneras (el habla, la forma de vestir, conductas, costumbres, etc.). Por esto, todo indicador debe contener información de quién lo elabora y para quién.

Supuestos e hipótesis

La construcción de indicadores surge de alguna idea previa que se tiene sobre algo, una necesidad o un pensamiento que vincula el problema o tema de investigación con los resultados buscados. Ninguna investigación se da en el vacío; siempre hay, como mínimo, algún supuesto o, en casos más profundos, algunas hipótesis.

Estas hipótesis orientan y sesgan la investigación, ya que delimitan su campo e inciden fuertemente en el tema, tal como se señala en el apartado titulado “Establecer qué se desea investigar” a continuación.

El siguiente caso ejemplifica la situación:

Si el fenómeno a evaluar fuese la utilidad que han tenido los planes estratégicos de desarrollo turístico de las distintas localidades que conforman la Comarca Andina del Paralelo 42 (Chubut y Río Negro), se van a considerar algunas hipótesis, que implican que: los planes son instrumentos que pueden aportar al desarrollo turístico; su aplicación depende de fuerzas que se dan cita en una arena o escenario socio-técnico-político complejo y variable; y

los planes solo pueden ser aplicados luego, si quienes lo elaboran tienen capacidad –poder, intereses y recursos– para concretar sus propuestas.

Establecer qué se desea investigar

Este aspecto está relacionado con el problema, tema u objetivo definido, y significa que aquello que se desea medir debe estar definido antes de generar el indicador, con la especificación de por qué es relevante.

De este modo, si se desea investigar por qué los argentinos son escasamente consumidores de turismo en los espacios rurales, seguramente se utilizarán indicadores cualitativos antes que cuantitativos, que permitirán conocer la o las causas que explicarían esa conducta.

El caso sería diferente si se deseara analizar cuál es la evolución del valor agregado turístico en un determinado destino, a lo largo de los últimos cinco años, donde los indicadores van a ser netamente cuantitativos. Igualmente, también en este caso habrá que elaborar algunas hipótesis o supuestos previos, como que el turismo tiene la capacidad de generar valor agregado local, o que esta capacidad depende del modelo de desarrollo elegido.

De esta manera, entre el problema o razón de la investigación y las hipótesis se perfilan los parámetros iniciales a considerar. Es importante destacar los parámetros iniciales porque es posible que, al avanzar en la investigación, haya que incorporar otros.

Parámetros

Los parámetros son aspectos genéricos sobre los cuales se harán las evaluaciones, como los temas de demografía, geografía, gestión, calidad, impactos, etc. Así, su uso ayuda a organizar las unidades de análisis por grandes temas.

Si se desea analizar el impacto que podría tener la generación de un sello de distinción para pueblos turísticos que posean ciertas características que los muestren como “mágicos o especiales”, en los que los factores estéticos y de la cultura sobresalgan por ser parte inherente a la esencia de sus habitantes y de su historia. Y que además este sello resulte un instrumento que ayude a resguardarlos. En este caso, habría que realizar varias consideraciones, como ser si la definición de “pueblo” se vincula solo con una cuestión demográfica –no más de X habitantes– o por una sumatoria de elementos, en cuyo caso se tendrán como parámetros, además de los demográficos, otros referidos a la calidad cultural, gestión patrimonial, entorno social y, quizá, hasta de orden político.

Sería distinto si se deseara analizar el impacto de los cruceros turísticos a la Antártida, donde los parámetros demográficos de población residente pierden todo significado.

Unidades de análisis

Un indicador es útil si es pertinente; si permite llegar a saber algo relacionado con aquello cuya evidencia se desea conocer. En ello intervienen las hipótesis y los parámetros.

Por lo tanto, el paso siguiente es elegir las unidades de análisis. Definir una unidad de análisis significa responder a la pregunta ¿qué o quiénes serán estudiados? En el caso de que se estudie solo una parte del grupo bajo análisis (muestra), hay que determinar la muestra y los criterios que llevan a definir su tamaño. Si se estudia todo el grupo, habrá que indicar por qué se hace sobre el universo y no sobre una muestra. Para ello conviene elegir, entre todas las unidades de análisis posibles, las que sean verdaderamente significativas, a fin de no llegar a una instancia de parálisis por exceso de información o, peor aún, agregar cuestiones que no hacen a la sustancia.

Ejemplo: si se desea conocer cómo podría un destino turístico de sol y playa atraer turistas en otras temporadas, las unidades de análisis estarán relacionadas con los diferentes componentes de la oferta turística, otras posibles atracciones como la oferta cultural, y también sobre temas de la demanda, como las conductas de los turistas potenciales –de poco vale saber cuántos arribaron en verano, cuando se buscan turistas con otras motivaciones.

Asimismo, se pueden hacer estudios sobre la capacidad financiera para concretar campañas promocionales *ad hoc*, capacidad de la oferta del alojamiento para brindar servicios de calidad fuera del verano, imagen del destino como opción en otoño o primavera, etcétera.

Variables a considerar

Las variables son representaciones de un hecho. Pueden referirse, por ejemplo, a la cantidad de personas con dificultades motrices que habitan en una ciudad; el total de cubiertos en restaurantes; los metros cuadrados de playas de acceso libre puestas a disposición de visitantes; etc. Cada indicador puede estar generado por una o varias variables. Al momento de seleccionar variables se deben considerar los siguientes aspectos, que serán establecidos para cada una de ellas:

Denominación: nombre que se le asigna a la variable y, para facilitar el trabajo, su sigla. Ejemplo: ocupación de plazas hoteleras.

Parámetro de referencia: las variables pueden ser agrupadas de acuerdo con los parámetros, lo cual facilita la tarea del análisis.

sis de los resultados de los indicadores. De esta manera, resulta conveniente agruparlas según se refieran a temas relacionados con aspectos como calidad, planificación, gestión, impactos en el producto bruto, etc. Ejemplo: equipamiento de alojamientos turísticos

Definición: establecer los límites de la variable. Ejemplo: flujo de turistas y excursionistas atendidos en la Oficina de Informes del destino turístico, organizados según lugar de procedencia.

Dimensión cualitativa: precisa las características del conjunto que se analiza. Ejemplo: personas que residen en ciudades de más de 10 mil habitantes.

Dimensión cuantitativa: precisa si se trabajará con el universo de componentes de la variable o con una muestra. Ejemplo: establecer si se analizará el 100% de los registros, día por día y mes por mes, o si se trabajará sobre la base de una muestra con una confiabilidad del X%. Si se decide trabajar sobre la base de muestras, deben brindarse los detalles de cómo serán definidas, su tamaño y el rango de confiabilidad.

Dimensión operativa: precisa los aspectos operativos de la variable. Ejemplo: establecer un agrupamiento válido de lugares de procedencia (por ciudad, provincia, región, país, etc.), o algún rango etario, de género o de tiempo de permanencia.

Dimensión temporal: establece el límite temporal dentro del cual se realizará el análisis. Ejemplo: definir que la variable abarcará el lapso de los últimos cuatro años en períodos mensuales.

Valores: define las unidades de medidas que se van a utilizar. Pueden ser números absolutos, porcentuales, porcentajes por referencia a un número base, etc. Ejemplo: establecer que se sumará el total de personas atendidas en la oficina de turismo y que luego se calcularán los valores porcentuales por cada grupo definido en la dimensión operativa.

Fuentes

Se debe indicar la fuente de toda información, dato o cuestión relevante. Las fuentes pueden ser primarias, secundarias y terciarias o generales.

Se denominan *fuentes primarias* a los documentos de primera mano relativos al fenómeno que se está analizando, y siempre implican datos o información nueva y original.

Según Danhke, las fuentes primarias “constituyen el objeto de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de los estudios correspondientes” (cit. por Hernández Sampieri *et al.*, 2006, p. 65).

Las *fuentes secundarias* son las que se sostienen en aportes efectuados por terceros y pueden estar basadas en investigaciones primarias efectuadas por ellos o también en otras fuentes secundarias.

Conforme con Danhke las fuentes secundarias “son listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular. Es decir, reprocesan información de primera mano. Comentan brevemente artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos (publicados básicamente en inglés, aunque también se incluyen referencias en otros idiomas)” (cit. por Hernández Sampieri *et al.*, 2006, p. 65).

En el caso de las *fuentes terciarias o generales*, se trata de documentos “en los cuales se registran referencias a otros documentos, que pueden ser de diferentes características, y que compendian nombres y títulos de revistas y otras publicaciones periódicas, así como nombres de boletines, conferencias y simposios, sitios web, empresas, asociaciones” (Hernández Sampieri *et al.*, 2006, p. 67).

Innovación en indicadores

Un rápido inventario de indicadores muestra que ya existen en amplitud de temas y fórmulas, donde sobresalen los relacionados con cuestiones de eficiencia, calidad, ambientales, sustentabilidad, competitividad, tipo de cambio multilateral, uso de instalaciones de todas las actividades económicas, rindes de suelos, efectos por el cambio climático, contaminación cruzada en hospitales, etcétera.

La pregunta que debe realizarse el tesista es si cabe plantearse la posibilidad de crear nuevos indicadores; esto es, innovar. Y la respuesta es que sí.

La razón es simple. Si una tesis plantea un problema, y se asume que este implica buscar nuevas respuestas a temas ya considerados, o bien encontrar soluciones a cuestiones aún no resueltas o ni siquiera investigadas, entonces debe concluirse que hay espacio para que los tesistas innoven a través de la creación de nuevos indicadores.

Algunos surgirán de la combinación de indicadores ya existentes, para otorgarle un nuevo sentido y lograr, con ello, el entrecruzamiento de datos poco frecuentes.

Véase a continuación un caso:

Una localidad de la provincia de Buenos Aires mostraba que el grupo de habitantes entre 0 y 19 años había disminuido entre los censos de los años 2001 y 2010, lo cual preocupaba a sus autoridades.

Un análisis más minucioso permitió observar que quienes en 2001 tenían entre 0 y 19 años, y al momento del censo 2010 debían tener entre 10 y 29 años, presentaban un porcentaje de disminución mayor que si se miraba solo los datos del mismo grupo en un censo y otro.

Este nuevo dato mostraba que el problema era mucho más profundo y que las urgencias para encontrar alternativas eran más acuciantes de lo originalmente pensado.

Otros indicadores innovadores surgirán por considerar nuevos sucesos. La irrupción de los sistemas *smart* cambió el escenario y con ello los indicadores deben ser rediseñados si se busca un dato actual.

Sería el caso en que, si el fenómeno que se investiga, se relaciona con el uso de internet para la realización de reservas de alojamientos turísticos y es probable que haya que generar indicadores diferentes a los existentes.

Una tercera razón para innovar con indicadores se encuentra en el análisis de tendencias. Por ejemplo, si se decide analizar cuál es la relación entre el índice de confianza de los consumidores (que es un indicador conocido) con las conductas esperables de la población en general, respecto del uso de ingresos en temas de viajes y turismo, habrá que crear un indicador *ad hoc*.

Sin embargo, si el análisis se limita a las personas de 60 años o más, es muy probable que el índice deje de ser adecuado para evaluar tendencias de consumos turísticos, por la razón de que el tema de “expectativa de vida” (o “años por delante”) tiene una connotación diferente en una persona de 70 años que en una de 30.

Fichas metodológicas

La construcción de indicadores debe ser explicitada de forma tal que toda persona pueda conocer cómo se elaboran. A los efectos de facilitar esta labor se presentan modelos de fichas de indicadores y de variables (cuadros 1 y 2), las cuales pueden ser ajustadas conforme a cada caso en particular.

La ficha de indicadores puede ser aplicada tanto para indicadores muy específicos, y que los tesisistas definirán *ad hoc*, como para reseñar indicadores que ya han sido construidos y que se considera adecuado utilizar en el trabajo.

Por la importancia de los datos que conforman cada variable (véase apartado “Variables a considerar”), se suma una ficha de contenidos de variables, a modo de guía metodológica para su definición.

Cuadro 1. Ficha metodológica de indicadores

Indicador N°:	Fecha de elaboración:	
Lugar	<i>(Espacio de referencia sobre el cual se aplica el indicador.)</i>	
Nombre del indicador		
Definición	<i>(Breve descripción del indicador.)</i>	
Relevancia	<i>(Razón por la cual el indicador resulta adecuado y relevante.)</i>	
Alcance	<i>(Aquello que el indicador mide.)</i>	
Limitaciones de los indicadores	<i>(Restricciones que puede presentar.)</i>	
Fórmula del indicador		
Definición de variables	<i>(Sigla de cada variable.)</i>	<i>(Explicitar qué elementos comprende y, en su caso, cuáles excluye.)</i>
Cobertura territorial	<i>(Escala territorial: municipal, comarcal, provincial, etc.)</i>	
Fuente de datos		
Disponibilidad de datos	<i>(Facilidad o dificultad de acceso a los datos. Es una referencia cualitativa.)</i>	
Periodicidad de los datos	<i>(Periodicidad con la cual se registran los valores de cada variable.)</i>	
Período de la serie		
Gráfico de presentación		
Tabla de datos		
Difusión de los resultados	<i>(Medios de acceso a los datos con los cuales se elabora el indicador. Pueden ser informes, artículos académicos o de divulgación, libros, etc.)</i>	
Bibliografía/base documental		

Cuadro 2. Ficha metodológica de variables

Variable N°:	Fecha de elaboración:
Denominación y sigla de la variable	
Parámetro de referencia	(Área temática.)
Definición	(Establece los límites.)
Dimensión cualitativa	(Precisa las condiciones o características cualitativas que se consideran de los integrantes de un universo o muestra.)
Dimensión cuantitativa	(Determina si se trabajará con el universo de componentes de la variable o con una muestra y, en este caso, su tamaño y la fórmula de cómo se define.)
Dimensión operativa	(Precisa los aspectos operativos de la variable.)
Dimensión temporal	(Límite temporal de la secuencia a considerar.)
Valores de la variable	(Unidad de medida.)
Fuentes de la información	

De los datos a la información

A los efectos de avanzar y dar consistencia a una tesis es necesario transformar los datos en información, cuestión que está más allá de este trabajo, pero se incluye brevemente porque incide en las decisiones referidas a qué indicadores conviene utilizar en cada oportunidad. La razón está en que, entre el objetivo de la tesis, las hipótesis o supuestos de partida y las propuestas y conclusiones, tiene que existir un trabajo intelectual del tesista que transforme los da-

tos que, como se ha expresado, carecen de sentido, en elementos que compongan la base de los razonamientos que permitan sostener los resultados de la tesis y, con ello, elaborar una propuesta de solución para el problema inicial. Tal como afirma Quiroga Martínez: “En el sentido más amplio, información son datos procesados en forma significativa de modo que sirva para decisiones presentes y futuras” (2009, p. 15).

La información de una tesis es el conjunto de datos procesados, cuando menos organizados y, quizá, también interpretados, que conforman un mensaje. Es un conocimiento explícito, que puede ser capturado, filtrado, organizado, administrado, usado, compartido, censurado, prohibida su circulación y otras acciones que hacen a su generación, administración, uso y entrega.

A diferencia de los datos la información puede ser correcta, falsa, ambigua, aproximadamente correcta, aproximadamente falsa, probable, confusa o clara. Le caben entonces varias categorías que no necesariamente se excluyen entre sí. Obviamente, si es clara no es confusa, y si es falsa no es correcta; pero puede ser ambigua y probable. En el caso de las estrategias se dan estas dos categorías de manera simultánea.

Poseen diferentes grados de importancia, y debe ser posible comprobar su validez. La información tiene valor y, debido a ello, es uno de los factores que genera valor. En el caso de las tesis, es la base desde la cual se va a construir el nuevo conocimiento que esta aportará.

La interpretación

El trabajo del tesista intenta llegar a una conclusión que se profile como solución al problema planteado como razón de la tesis, a la verificación o no de las hipótesis planteadas y, por definición de tesis, a un conjunto superador del conocimiento previo. En este contexto, los indicadores son solo una parte de los instrumentos a utilizar, los cuales permiten disponer de un dato numérico que puede referirse a cuestiones cuantitativas o cualitativas.

Para ser útiles en pos de la tesis, estos datos requieren ser transformados en información a fin de que esta se vuelva conocimiento, lo que conlleva un trabajo intelectual de interpretación por parte del tesista. Esta interpretación consiste en darles a los datos un significado determinado y, en su caso, establecer una relación causal entre esos datos y las conclusiones de su tesis. Sin esta acción, todo queda reducido a tablas y gráficos librados a las capacidades, intenciones o voluntad del lector.

Conclusiones

Una tesis es un conjunto ordenado en el cual el problema, los objetivos, las hipótesis, el estado del arte –o del saber– previo, los marcos teórico y conceptual que asume el tesista, las investigaciones, la correlación entre el arte del saber previo y los resultados de las investigaciones y, por último, las conclusiones, son un conjunto sistémico.

Las partes se pueden dividir al momento de elaborarla, pero tienen que tener sentido, consistencia y coherencia como documento final.

Los indicadores son instrumentos que facilitan la etapa de investigación, al proveer datos que, adecuadamente interpretados, permiten darles a las conclusiones un soporte confiable y constatable, de manera que los lectores u otros investigadores puedan validar el trabajo.

Este documento busca facilitarle al tesista de cursos de grado y posgrado la comprensión, construcción y aprovechamiento e los indicadores, de modo que cuente con una metodología básica e inicial para esa etapa de sus investigaciones.

(Recibido el 26 de octubre de 2015.)

(Evaluado el 2 de diciembre de 2015.)

Referencias bibliográficas

- Armijo, M. (2009), *Lineamientos metodológicos para la construcción de indicadores de desempeño*, ILPES/Cepal. Disponible en <<http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/0/35060/indicadoresdesempeñoarmijom.pdf>>.
- Balbas Diez, C. (2006), “Opinión”, en Hernández, S. et al., *Metodología de la investigación*, 4ª ed., México, McGraw-Hill, p. 92.
- Bunge, M. (2001), *La ciencia, su método y su filosofía*, 4ª ed., Buenos Aires, Sudamericana.
- Eco, U. (1998) [1977], *Cómo se hace una tesis*, 2ª ed., Barcelona, Gedisa.
- Hernández Sampieri, R. et al. (2006), *Metodología de la investigación*, 4ª ed., México, McGraw-Hill.
- Ministerio de Economía y Hacienda de España (2007), *Indicadores de gestión en el ámbito del sector público*, Madrid.
- Quiroga Martínez, R. (2009), *Guía metodológica para desarrollar indicadores ambientales y de desarrollo sostenible en países de América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, Cepal, Serie Manuales N° 61.
- Sectur/Conicet (2009), *Sistema básico de indicadores de sustentabilidad turística de la República Argentina*, Buenos Aires.
- Valhondo, D. (2003), *Gestión del conocimiento. Del mito a la realidad*, Madrid, Díaz de Santos.

Autor

Gustavo Capece es magíster en Gestión Pública del Turismo de la Universidad Internacional de Andalucía, España. Se desempeña como docente en la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco y en la Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo de la Universidad Nacional de Quilmes. Es también consultor-asesor de empresas y organismos públicos de turismo.

Publicaciones recientes:

- (2012), *Turismo, gestión de la complejidad*, Buenos Aires, Fundación Proturismo.
- (2012), *Política turística: metodología para su concepción y diseño*, 2ª ed., Buenos Aires, Fundación Proturismo.
- (2010), *Turismo, la esencia del negocio*, Buenos Aires, Cengage Learning.

Cómo citar este artículo

Capece, G., “El uso de indicadores en la elaboración de tesis en turismo. Un aporte metodológico”, *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, año 8, N° 29, Bernal, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, otoño de 2016, pp. 91-111, edición digital, <<http://www.unq.edu.ar/catalogo/375-revista-de-ciencias-sociales-n-29.php>>.

