

ME TO DO LO GÍAS

ENFOQUES Y ESTRUCTURAS

DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



El Colegio de
Chihuahua
Instituto Público de Investigación y Posgrado

Aida Yarira Reyes Escalante
Diego Adiel Sandoval Chávez
Coordinadores

Metodologías, enfoques y estructuras de trabajos de investigación en las Ciencias Administrativas.

D.R. © El Colegio de Chihuahua
Calle Partido Díaz 4723
Colonia Progresista, C.P.32310
Ciudad Juárez, Chihuahua, México
Tel. +52 656 639 0397
www.colech.edu.mx

© Aida Yarira Reyes Escalante y Diego Adiel Sandoval Chávez por la coordinación.

Este texto fue sometido a doble proceso ciego por pares académicos externos a esta institución.



Primera edición en formato electrónico 2021.
ISBN: 978-607-8214-65-5

Coordinación editorial y cuidado: E. Liliana Chaparro Vielma
Diseño de cubierta y diagramación: Karla María Rascón González
Corrección de estilo: Jazmín Sujey Cano Frías

Es libro es un producto de los miembros de la Academia de Seminarios de Investigación de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
PUBLICACIÓN EN ACCESO ABIERTO: Se autoriza cualquier reproducción total o parcial de esta obra, siempre y cuando sea sin fines de lucro o para usos estrictamente académicos, citando invariablemente la fuente sin alteración del contenido y dando los créditos autorales.

Hecho en México
Made in Mexico



ICSA



El Colegio de
Chihuahua
Institución Pública de Investigación y Posgrado

METODOLOGÍAS, ENFOQUES Y ESTRUCTURAS de trabajos de investigación en las Ciencias Administrativas

ÍNDICE

Prólogo	9
Introducción	13
CAPÍTULO 1	
Iniciando en la metodología de la investigación científica: tipos y características de los trabajos de investigación	
<i>Aida-Yarira Reyes-Escalante, Diego Adiel Sandoval Chávez</i>	19
CAPÍTULO 2	
Fundamentos de la redacción científica para nuevos investigadores	
<i>José de Jesús Flores Figueroa, Ivette Nohémi Alvarado García</i>	45
CAPÍTULO 3	
Manejo del aparato crítico en los trabajos académicos	
<i>Guadalupe Esquivel Carreón</i>	85
CAPÍTULO 4	
Los gestores de referencias bibliográficas: Más que un gestor del aparato crítico	
<i>Guadalupe Esquivel Carreón</i>	109
CAPÍTULO 5	
Búsqueda, recuperación, evaluación, organización y uso de información para elaborar trabajos académicos	
<i>Berenice Mears Delgado</i>	141

SECCIÓN I

MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO 6

A quien estudia las Ciencias Administrativas

Fany Thelma Solís Rodríguez.....185

CAPÍTULO 7

Marco contextual en las Ciencias Administrativas

Carmen Patricia Jiménez Terrazas, Tomás Jesús Cuevas Contreras.....207

CAPÍTULO 8

Abordaje disciplinar de los estudios en turismo

Manuel Ramón González Herrera.....231

CAPÍTULO 9

Abordaje disciplinar de los estudios en mercadotecnia: Una propuesta multidisciplinar

Elizabeth Bautista Flores257

CAPÍTULO 10

Abordaje disciplinar de los estudios de la contabilidad

Sixta Cobos Floriano.....291

SECCIÓN II

ESTUDIOS CUANTITATIVOS: METODOLOGÍAS Y APLICACIONES EN LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO 11

Análisis estadístico categórico en investigación turística. Las tablas de contingencia o de doble entrada 2x2

Diego Adiel Sandoval Chávez, Aida Yarira Reyes Escalante, Manuel Arnoldo Rodríguez Medina.....319

CAPÍTULO 12

Desarrollo de un estudio cuantitativo a partir de información cualitativa recolectada en YouTube

Marie Leiner de la Cabada339

CAPÍTULO 13

Estudio cuantitativo en contabilidad

Diana Mireya Nieto Hipólito.....359

CAPÍTULO 14

Modelo administrativo para el despliegue de herramientas de mejora continua en procesos productivos de las maquiladoras del sector automotriz en Ciudad Juárez, Chihuahua

José Nicolás Cardona Mora, Francisco Arturo Bribescas Silva381

CAPÍTULO 15

Análisis cuantitativo en mercadotecnia: Un análisis de caso sobre el uso de Twitter en las elecciones de Trump vs Clinton, 2016

Ricardo López Salazar.....415

SECCIÓN IV

ESTUDIOS MIXTOS: METODOLOGÍAS Y APLICACIONES EN LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO 16

Estudios cualitativos en la administración

Carlos Jesús González Macías, Jesús Alberto Urrutia de la Garza.....437

CAPÍTULO 17

Estudios cualitativos en turismo

Ana María Valero Quezada¹, Luis Daniel Azpeitia Herrera.....465

CAPÍTULO 18

Construcción de un modelo de plan financiero para microempresas comerciales de Ciudad Juárez, Chihuahua: Estudio de caso

Esther Guadalupe Carmona Vega, Sergio Ignacio Villalba Villalba483

CAPÍTULO 19

Estudios cualitativos en Mercadotecnia

Carmen Lorena Posada Martínez.....517

SECCIÓN IV

ESTUDIOS MIXTOS: METODOLOGÍAS Y APLICACIONES EN LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO 20

Estudios mixtos en la administración de empresas

Josefa Melgar Bayardo, Ricardo Melgoza Ramos.....535

CAPÍTULO 21

Estudios mixtos en finanzas

Blanca Márquez Miramontes.....557

CAPÍTULO 22

Estudios mixtos en turismo

Isabel Zizaldrá Hernández.....579

CAPÍTULO 23

Mercadotecnia verde: Antecedentes y perspectivas empresariales

Oscar Sánchez Carlos, Elizabeth Bautista Flores.....601

Sección V

NOTAS CURRICULARES DE LOS AUTORES.....619**Prólogo**

La formación universitaria no es un evento aislado, sino que es parte de un *continuum* del aprendizaje que a lo largo de la vida se va adquiriendo en alguna disciplina. No obstante, si se agranda la imagen y se dirige la mirada hacia el periodo de la consecución del ciclo de estudios universitarios, nos encontraríamos con un suceso parecido al momento en el que un ave abandona el nido para circundar la majestuosidad de los cielos: un vuelo con iniciativa y dominio propios, una travesía de la que se conoce el inicio, pero no el final. En este sentido, viene a la mente la pregunta relativa a cuál es el último aleteo que se da dentro del nido antes de emprender el vuelo a cielo abierto, esto es, antes de que los estudiantes egresen de su programa y estén en condiciones de ejercer la profesión para la que fueron preparados. Como preámbulo a la incursión en el mercado laboral, se requiere de la familiarización con los métodos de la ciencia a través de la elaboración de un trabajo escrito final, lo que requiere de una guía, de una entidad de consulta que compendie y resuma las características y requerimientos de los diferentes tipos de formatos de investigación, así como del abanico de métodos disponibles para su puesta en marcha. Tal es el propósito de esta obra, que va dirigida a los estudiantes en su etapa de recepción profesional de las diferentes ramas de las Ciencias Administrativas.

La investigación en el terreno de las Ciencias Administrativas demanda un abordaje lo suficientemente amplio para cubrir los temas generales tocantes a la ciencia y su método, al tiempo que en su tratamiento se haga referencia a aplicaciones específicas de los diver-

CAPÍTULO 17

Estudios cualitativos en turismo

Ana María Valero Quezada¹,
Luis Daniel Azpeitia Herrera²

Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez
1Email: avalero@uacj.mx
ORCID: 0000-0001-7992-3032
2Email: daniel.azpeitia@uacj.mx
ORCID: 0000-0003-1673-8045

Resumen

En todos los ámbitos, la investigación cualitativa es una alternativa válida que ha despertado el interés de quienes trabajan en investigación por su capacidad para realizar análisis en fenómenos donde los planteamientos cuantitativos pudieran no ser suficientes, o no existan datos disponibles. El presente capítulo presenta dos ejemplos de investigaciones que se han valido de las técnicas cualitativas, como el estudio de caso y el juicio de expertos, para la validación de contenido.

Palabras clave

Estudios cualitativos, turismo, estudio de caso, juicio de expertos.

Introducción

La investigación cualitativa (IC) trabaja con la interpretación del lenguaje (verbal o no verbal). Las formas más características son la observación participante, las historias de vida, la entrevista abierta y el grupo de discusión. En la metodología cualitativa, el elemento de estudio no son los hechos sino los discursos, su herramienta es el análisis y la interpretación del lenguaje. En lo general, no se usan cuestionarios, ni abiertos ni cerrados; se utiliza la entrevista ya que se trata de los sujetos que participan en la investigación hablen abiertamente. Además, el investigador nunca ofrece su opinión a las personas que participan en el estudio, con el fin de no producir influencias que modifiquen los resultados, por lo que la autoridad del investigador es de carácter simbólico. Entre abril 1997 y abril 2002, la mayor parte de los trabajos publicados en revistas españolas científicas que utilizaron metodología cualitativa emplearon una única técnica (80%). En los casos en que se combinaron varias, se emplearon grupos focales y la entrevista. Las técnicas empleadas fueron: grupo focal (34%), entrevista (24%), Delphi (10%), análisis de contenido (8%) grupo nominal (8%), Metaplán (2%) y Philips 6/6 (2%) (Mira et al., 2004).

La IC es ideal cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean (Hernández et al., 2014). El planteamiento cualitativo comprende: 1) el propósito y los objetivos, 2) las preguntas de investigación, 3) la justificación y la viabilidad, 4) una exploración de las deficiencias en el conocimiento del problema, y 5) la definición inicial del ambiente o contexto.

Según Hernández et al. (2014), para plantear el objetivo se recomienda utilizar verbos activos como: describir, entender, comprender, examinar, descifrar, desarrollar, analizar o descubrir. La justificación puede incluir datos cuantitativos, como estadísticas, para dimensionar el problema de estudio.

A diferencia de los estudios cuantitativos, un estudio cualitativo es abierto, expansivo, no direccionado desde su inicio, fundamenta-

do en la revisión de literatura y en la experiencia del contexto y la intuición, se aplica a un menor número de casos, el entendimiento del fenómeno es en todas sus dimensiones (presente, pasada, interna, externa), se orienta a aprender de experiencias y puntos de vista de individuos, valorar procesos y generar teorías fundamentadas en las perspectivas de los participantes.

Trabajo de campo

Al ingresar al campo de estudio, al ambiente o contexto seleccionado, la mente del investigador debe ser muy inquisitiva: ¿qué significa esto que observé?, ¿cómo se relaciona con el planteamiento?, ¿qué ocurrió y por qué?, etc. Toda observación es importante, por ello debe auxiliarse con un diario de campo donde anotará todo lo que percibe y que se relacione con el fenómeno estudiado. Estas notas o registros se deben guardar por periodos, con fecha y hora. Muy conveniente resultan las grabadoras de voz y de video. Igualmente son importantes las fotografías, los diagramas y cuadros, los listados de objetos o artefactos recogidos.

Hernández et al. (2014) señalan que, al introducirse en el campo de trabajo, el investigador decide los datos que se van a recolectar, la determinación de la muestra, el tiempo estimado de recolección de información y el lugar.

Panel o juicio de expertos

El panel de expertos se define como un grupo de especialistas con experiencia en el tema que se va a evaluar, personas con trayectoria en el contenido, expertos cualificados para dar información, discernimiento y valoraciones, y que emitirán un juicio consensado.

Los expertos tienen un amplio conocimiento sobre el tema, por lo que pueden dar una evaluación o juicio con peso académico y experiencial. Además, la técnica ofrece un ahorro de tiempo, ya que se

pueden generar reuniones o grupos de trabajo donde se conjuntan a varios expertos a la vez.

A diferencia de Delphi, donde se guarda el anonimato de los expertos participantes, en el juicio de expertos, los participantes se integran en grupos de trabajo junto a otros expertos, por lo que los de mayor rango suelen imponer sus opiniones sobre los más jóvenes o con menos experiencia.

Para la selección de estos se deben seguir varios criterios, la selección es esencial para el éxito de la investigación. Hay que recordar que de dicha selección dependerán los resultados de la investigación.

Algunas características recomendables para un panel de expertos en turismo pueden ser:

- a. Experiencia en turismo.
- b. Experiencia en administración pública relacionada al turismo.
- c. Miembros de instituciones y/u organismos empresariales vinculados al turismo.
- d. Profesores universitarios.
- e. Especialistas en diferentes áreas del conocimiento vinculadas a la investigación y al turismo.
- f. Experiencia en investigación.
- g. Reputación en la comunidad.
- h. Disponibilidad y motivación para participar.
- i. Imparcialidad.

El número de expertos a participar puede fluctuar entre 8 a 15, dependiendo de la temática de la investigación y la posibilidad de la existencia de expertos en el área.

Veamos el siguiente ejemplo. En la investigación "Los efectos de la gobernanza en la gestión sostenible del destino turístico", se utilizó el juicio de expertos para la validación de contenido del cuestionario. El procedimiento que se realizó fue el siguiente:

- a. Se diseñó el instrumento de investigación generándose los ítems a través de la realización de análisis comparativo de la literatura, se establecieron las variables, dimensiones e indicadores que permitieron la medición del objeto de estudio. Una vez obtenidas las variables y los indicadores para medir en la investigación, se crearon las 92 cláusulas.
- b. El siguiente paso fue realizar la validez de contenido a través de un juicio de expertos. La validez de contenido se establece en diferentes situaciones, siendo dos de las más frecuentes: (a) el diseño de una prueba, y (b) la validación de un instrumento que fue construido para una población diferente, pero que se adaptó mediante un procedimiento de traducción.
- c. Se seleccionaron ocho jueces, el 100% de estos son catedráticos en universidades prestigiosas de México y Latinoamérica con experiencia laboral en docencia que oscila entre ocho y 37 años. El 100% tiene experiencia en turismo. Además, el 63% tiene experiencia en investigación, el 38% en administración pública, el 12% en redes, hotelería y agencia de viajes, el 12% en epistemología y otro 12% en consultoría para la gestión turística y planeación participativa. En relación con el grado de estudios, el 37% tiene grado de doctor, el 37% está cursando un doctorado en turismo, el 12% tiene grado de maestría y el 12% cuenta con posdoctorado. En lo concerniente a la experiencia de los jueces participantes en la validación de instrumentos, el 50% dijo haber participado en esta tarea en anteriores ocasiones, lo que indica que son personas con amplia experiencia en el ámbito de la investigación.
- d. Se explicó a los jueces tanto las dimensiones como los indicadores que se están midiendo en cada uno de los ítems de la prueba, así como el objetivo de la prueba.
- e. Se diseñó la planilla (tabla 1) y se envió a los jueces por correo electrónico junto a una carta de presentación e invitación para participar. Se envió a nueve jueces, respondieron ocho por el mis-

mo medio. A continuación, se presenta la carta que se utilizó para invitar a los jueces a participar:

Carta presentación e invitación para jueces

Estimado Juez:

Por medio de la presente, le informamos que usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento que hace parte de la investigación "Efectos de la gobernanza en la gestión sostenible de un destino turístico". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente aportando tanto al área investigativa del turismo como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

A continuación, se recogen una serie de ítems a través de los que se pretende medir los indicadores señalados en cada dimensión. Para cada ítem se van a evaluar dos aspectos: su COHERENCIA y RELEVANCIA

COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.

1. Si es coherente.

El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que se está midiendo.

d. No cumple con el criterio.

El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido.

1. Si tiene relevancia.

El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

2. No cumple con el criterio.

El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

Agradezco de antemano su participación.

Atentamente;

M.A. Ana María Valero Quezada

Estudiante del Doctorado Internacional en Turismo

Universidad Anáhuac México Norte

Fecha tope de respuesta: 20 de abril del 2020

Enviar a: avalero@uacj.mx

- f. Los jueces participantes contestaron la planilla donde se les pedía valorar dos aspectos de cada cláusula, su coherencia y su relevancia. En el caso de coherencia se pedía estimar si consideraban que el ítem tuviera relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo, con 1 (uno) si es coherente y con 0 (cero) si no cumple con el criterio. En el caso de relevancia se pedía evaluar con un 1(uno), si consideraban que el apartado era esencial o importante, es decir, que debía ser incluido o con un 0 (cero) en el caso que pudiera ser eliminado sin que se viera afectada la medición de la dimensión. Aquí se incluye una vista corta de la planilla, el instrumento contenía 92 ítems y se ha modificado para el ejemplo.

Tabla 1. Planilla para la evaluación de los ítems.

DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADOR	ÍTEM	C	R
PARTICIPACIÓN	Se refiere a la actuación de las stakeholders del destino turístico en la toma de decisiones relacionadas al turismo, con el objetivo de convocar el compromiso de todos. Se mide a través de la existencia de instancias formales de participación y ámbitos de consulta y debate.	Existencia y participación en ámbitos de consulta y debate.	En mi localidad se realizan foros y debates para tomar las decisiones que son importantes para el turismo. Las personas se interesan más por los proyectos de turismo cuando forman parte de ellos y/o a través de sus asociaciones.		
IMPERIO DE LA LEY	Se refiere a la existencia de normas y políticas que tienen el objetivo de aplicar de forma equitativa y justa los criterios anticorrupción. Se mide a través de la existencia de mecanismos que permitan su aplicación y efectividad.	Efectividad de las políticas para la lucha contra la corrupción.	Confío en que el órgano gestor de turismo aprueba fondos y proyectos de forma equitativa.		
TRANSPARENCIA	Se basa en el libre flujo de información. Se refiere a la información disponible para las stakeholders, con el objetivo de que estén bien informadas para la toma de decisiones, y se mide a través de la existencia de mecanismos de información accesibles.	Existencia de mecanismos de información veraz y oportuna.	Existe un mecanismo de divulgación de información útil para la toma de decisiones relacionadas a la actividad turística. La información sobre los contratos a proveedores del sector turismo es libre y de fácil acceso para quien lo solicite.		

Fuente: Elaboración propia.

- g. Para estimar el grado de acuerdo, entre los jueces, se utilizó el coeficiente Kappa. El estadístico indica que un índice menor a 0 indica un acuerdo pobre, de .01-.20 indica uno leve, de .21-.40 uno

justo, de .41-.60 un acuerdo moderado, de .61-.80 uno sustancial y de .81 -1.00 un acuerdo casi perfecto.

- h. Se realizaron dos rondas. Los resultados de la primera indicaron que, de los 92 ítems, en relación con la coherencia, los jueces evaluaron con acuerdo casi perfecto 25, los cuales consideraron que tenían una relación lógica con la dimensión o indicador que se pretendía medir, y evaluaron con acuerdo sustancial 12, 37 ítems en total. En cuanto a la relevancia, de los 92 los jueces evaluaron con acuerdo casi perfecto 29, los cuales consideraron esenciales o importantes, es decir, que debían ser incluidos, y evaluaron 19 con acuerdo sustancial, 48 cláusulas en total.
- i. Para la segunda ronda se rediseñó el cuestionario con el siguiente procedimiento: se mantuvieron los 50 ítems que se consideraron relevantes, se revisó la redacción de los que se consideraron indispensables, pero no coherentes, y se redactaron con las observaciones hechas por los jueces, además de agregar otros más.
- j. Se envió a los jueces los resultados de la primera ronda, explicando todo el proceso de corrección en la redacción de los apartados que se habían considerado relevantes, pero no coherentes. Se pidieron sus observaciones, además se les explicó que se habían redactado algunas preguntas nuevas debido a las observaciones recibidas en la primera ronda y se pidió que se evaluara el nuevo cuestionario rediseñado bajo los mismos criterios usados en la primera vuelta. La nueva platilla de evaluación contenía 72 ítems.
- k. Se registró el número de ítem, la cantidad de expertos que no contestaron, la cantidad de expertos que consideraron que no era coherente y la cantidad de expertos que contestaron que el ítem sí tenía coherencia con lo que se pretendía medir. En la tabla 2 se puede ver una parte del registro.

Tabla 2. Registro de respuestas.

ÍTEM	COHERENCIA DEL ÍTEM			RVC
	NO	SI	RVC	
1	0	8	1.00	
2	0	5	0.25	
3	0	7	0.75	
4	0	7	0.75	
5	0	4	0.00	
6	0	8	1.00	
7	0	5	0.25	
8	0	6	0.50	
9	1	5	0.25	
10	0	5	0.25	
11	1	6	0.50	
12	0	7	0.75	
13	0	6	0.50	
14	0	6	0.50	
15	0	7	0.75	

Fuente: Elaboración propia.

Para estimar el grado de acuerdo, entre los jueces, se utilizó el Índice de Validez de Contenido (Lawshe, 1975), mediante la Razón de Validez de Contenido (RVC, *Coefficient Validity Ratio*). Para ello, se asignó a cada apartado una puntuación con base en dos posibilidades, como se explicó anteriormente: coherencia y relevancia. Sobre esta valoración se aplicó la siguiente expresión:

$$RVC = \frac{n - N/2}{N/2}$$

Donde **n** es el número de expertos que otorgan la calificación de esencial al ítem, y **N** el número total de expertos que evalúan el contenido.

- l. En la segunda ronda, los jueces evaluaron la coherencia de los ítems (de los 72, los jueces evaluaron 59 con una relación lógica con la dimensión o indicador que se pretendía medir) y la relevan-

cia de estos (de los 72, los jueces evaluaron 62 como esenciales o importantes, es decir, que debían ser incluidos).

- m. Se rediseñó el cuestionario con el siguiente procedimiento: (1) se mantuvieron los ítems que se consideraron relevantes, (2) se revisó la redacción de los que se consideraron relevantes, pero no coherentes y se redactaron con las observaciones hechas por los jueces. Finalmente se consideró mantener un cuestionario con 64 ítems.
- n. Se calculó el índice de Validez de Contenido (IVC, *Content Validity Index* en inglés) para el instrumento en su conjunto, el cual no es más que un promedio de la validez de contenido de todos los ítems seleccionados (64) en el paso previo con una coherencia de .80 y una relevancia de .88.

En cuanto a la interpretación del índice, se adoptó el criterio de Davis (1992), interpretando directamente el índice obtenido donde el IVC tuvo que ser superior a 0.80 para definir el conjunto de ítems como adecuado.

$$IVC > 0,80$$

- o. Con los resultados del Juicio de Expertos, se creó el instrumento que se sometió a la prueba piloto. El instrumento final quedó compuesto por 64 apartados.

Entrevista y estudio de caso

La entrevista es una de las técnicas fundamentales de la investigación cualitativa, es una conversación fluida donde uno de los participantes reflexiona y revive un evento, ante la escucha atenta y casi invisible del entrevistador, quien debe poseer cinco cualidades básicas: la identificación con su trabajo, honestidad, confianza, naturalidad y curiosidad. La entrevista es un recurso insustituible, porque logra la descripción del evento o hecho desde la perspectiva de quien lo ha vivido directamente (Carballo, 2001).

El estudio de caso es un método que permite analizar y entender una situación distintiva o compleja desde dentro de su contexto real. Se basa en proposiciones teóricas y el análisis de su interrelación con la realidad a través de la recolección de los datos, utilizando diversas fuentes de evidencia. En este sentido, Bonache (1999) señala que el estudio de caso puede aplicarse cuando se quieren construir o depurar teorías, es decir, cuando se conoce poco el fenómeno que se va a analizar o se va a crear una teoría. En el estudio de caso, según Yacuzzi (2005), el investigador parte de que existe una realidad externa, compleja, que puede ser conocida por la observación y la triangulación; además, el realismo supone la posibilidad de evaluar el conocimiento con medidas de fiabilidad y validez. El mismo autor establece los pasos a seguir, los cuales son el diseño del estudio, realización del estudio, análisis y conclusiones.

Comúnmente la técnica de estudio de caso se apoya de la entrevista, ya que esta representa la técnica ideal para conocer los criterios de quienes integran los grupos humanos desde su punto de vista individual y personal.

El entrevistador debe hacer de conocimiento al entrevistado que su participación es importante para la investigación. Aclarando los motivos con honestidad y apertura, el investigador ganará la confianza del entrevistado y hará placentera la entrevista. El trato debe ser cálido, apacible y comprensivo. La conversación debe fluir de forma natural y espontánea, es decir, el investigador no debe adoptar una actitud de experto, investigador, doctor, profesor, etc., sino al contrario, debe hacer notar su interés en el entrevistado como persona e igual. También debe, con una fina y discreta curiosidad, encaminar la entrevista hacia los temas de su interés, con tacto y discreción y sin presionar en temas que el entrevistado ponga resistencia.

Estas técnicas fueron utilizadas en la investigación "El rol de los organismos de gestión de destinos y la competitividad de los destinos turísticos: Caso México". En la cual, integrando las diferentes teorías revisadas en el marco teórico y tomando en cuenta que los diferentes

autores coinciden en que no existe un modelo general que pueda consensar las variables que permitan la medición de la competitividad en destinos turísticos, se utilizó la metodología del estudio de caso.

La investigación siguió los pasos establecidos para la metodología de estudio de casos en Yacuzzi (2005). Primero, en el diseño del estudio se establecen los objetivos, el diseño y la estructura de la investigación; segundo, en la realización se preparan las actividades de recolección de datos y se recoge la evidencia en todas las fuentes del caso; por último, en el análisis y conclusiones se analiza la evidencia relacionando los datos con las proposiciones y el informe final del trabajo.

Figura 1. Secuencia metodológica para el estudio de casos.



Fuente: Yacuzzi (2005).

- a. Localización del destino turístico. Es de suma importancia realizar un análisis pormenorizado de los casos recogidos con el fin de determinar si, efectivamente, se justifica la elección para la realización del estudio. Para la localización de los casos que debían presentarse se obtuvieron datos del Índice de Competitividad Estatal (ICE).
- b. Justificación de la elección del destino para el estudio. El subíndice de Aprovechamiento de las Relaciones Internacionales del ICE señala los estados de Chihuahua, Quintana Roo, Nuevo León y Baja California Sur como el primero, segundo, cuarto y quinto lugar —el tercer lugar es para la Ciudad de México—. Este subíndice se compone de indicadores que miden la certificación internacional para turismo médico, el flujo de pasajeros aéreos internacionales,

el Producto Interno Bruto (PIB) turístico, la inversión extranjera directa y la exportación de mercancías.

- c. Análisis sobre la competitividad del destino. Los datos sobre la competitividad del destino se obtuvieron del compendio estadístico 2017 DATATUR disponible en: <http://datatur.sectur.gob.mx>. Consultado el 05 de mayo del 2019.
- d. Análisis sobre la estructura y operacionalidad del organismo gestor. En México, las oficinas de promoción turística se denominan indistintamente OCV, OVC, OCC, OCE o Burós de Convenciones, ya que cada plaza determina su denominación en función de los segmentos a los que dirige sus esfuerzos de mercadeo. La información que ayudó al análisis sobre la estructura y operacionalidad de los órganos gestores de turismo en los estados se obtuvo a través de entrevistas con el director o un representante.
- e. Detección de las funciones del DMO que son realizadas por el organismo. Las funciones que debe realizar un organismo gestor para ser considerado un DMO se obtuvieron con la revisión de la teoría. Estas funciones sirvieron como indicadores a medir durante la entrevista.

Ejemplo de la plantilla para presentar los resultados que se utilizó en esta investigación;

Caso de Estudio: En esta sección se coloca el nombre del destino turístico a analizar.

Nombre del órgano gestor de turismo: En esta sección se coloca el nombre de la oficina de visitantes y convenciones o fideicomiso que funge como órgano gestor en el destino turístico.

Localización del destino Turístico: En esta sección se anexan los datos geográficos del destino, la población total, la cantidad de hoteles y habitaciones de que dispone, así como alguna característica que lo distinga competitivamente.

Justificación de la elección del destino: Aquí se reportan los datos obtenidos que justifican la selección del destino, tales como el lugar que ocupa en el Índice de Competitividad Estatal y su clasificación en relación con esta. Características relevantes del destino que lo coloquen en una posición competitiva privilegiada frente a sus competidores.

Competitividad del destino: En esta sección se reportan los datos estadísticos relacionados con la competitividad como el total de turistas hospedados, la estadía promedio, el promedio de ocupación y la llegada de turistas.

Análisis sobre la estructura del organismo de gestión en el destino: Se reporta el análisis de la entrevista. Las respuestas codificadas a las preguntas relacionadas con la estructura y forma de operar del órgano gestor.

Funciones de un DMO que son realizadas por el organismo: Aquí se realiza el análisis producto de la observación y deducción del investigador. Se relaciona la información obtenida con la teoría y se define si el órgano gestor cumple con los roles que debe desempeñar para ser considerado un DMO.

Finalmente se presentan las conclusiones del investigador.

Conclusiones

La investigación cualitativa representa para la investigación una importante alternativa para la obtención de datos, sobre todo cuando se tienen limitación en cuanto tiempo y escasos de datos para realizar un análisis cuantitativo. Así, el estudio de caso, el juicio de expertos para la validación de contenidos y las entrevistas en el campo del turismo resultan métodos válidos de gran utilidad. Independientemente de la elección de metodología cuantitativa o cualitativa "la regla más importante para toda recogida de datos es dejar claro cómo se han

creado y de qué manera hemos accedido a ellos" (King, Keohane & Verba, 2000).

Referencias

- Ballester, J. M. P., & Calderón, E. P. (2017). Análisis de la gobernanza en los parques nacionales españoles a partir de un análisis Delphi. *Papers de Turisme*, (60), pp. 41-64.
- Bonache, J. (1999). Los estudios de casos como estrategia de investigación. Características, críticas y defensas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 3, pp. 123-140.
- Carballo, R. F. (2001). La entrevista en la investigación cualitativa. *Pensamiento actual*, 2(3).
- Ferreras, V. H. A. (2010). Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(2), pp. 201-220.
- Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en educación médica*, 2(5), pp. 55-60.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista-Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-hill
- King, G., Keohane, R.O. y Verba, S. (2000). *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Alianza Editorial.
- Mira, J. J., Pérez-Jover, V., Lorenzo, S., Aranaz, J., & Vitaller, J. (2004). La investigación cualitativa: una alternativa también válida. *Atención primaria*, 34(4), pp. 161-166.
- Morra, L.G. y Friedlander, A.C. (2001). Evaluaciones mediante estudios de caso, Departamento de Evaluación de Operaciones del Banco Mundial, Washington, D.C.
- Silveira Donaduzzi, D. S. D., Colomé Beck, C. L., Heck Weiller, T., Nunes da Silva Fernandes, M., & Viero, V. (2015). Grupo focal y análisis

de contenido en investigación cualitativa. *Índex de enfermería*, 24(1-2), pp. 71-75.

- Villareal, O. y Landeta, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), pp. 31-52.
- Yin, R.K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications.
- Yacuzzi, E. (2005). El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación. CEMA Working Papers: Serie Documentos de Trabajo. 296, Universidad del CEMA, Buenos Aires (Argentina).