

Turismo Social

Manual para la Implementación de Indicadores

OBSERVATORIO DE TURISMO SOCIAL



Ministerio de
Turismo y Deportes
Argentina

Dirección Nacional de Turismo Social

Subsecretaría de Calidad Accesibilidad
y Sustentabilidad del Turismo Nacional

Dirección Nacional de Mercados y Estadística

Subsecretaría de Desarrollo Estratégico
Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

estadistica@turismo.gob.ar

www.turismo.gob.ar

SINTA

Sistema de Información
Turística de la Argentina

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/>

OTS

 Observatorio de
Turismo Social

Signos convencionales

* Dato provisorio

... Dato no disponible a la fecha de presentación de los resultados

/// Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas

S/D Sin registro de datos

- Dato igual a cero

e Dato estimado



Índice

1 PRESENTACIÓN	3
2 FUNDAMENTACIÓN	4
3 OBJETIVOS	5
4 DESTINATARIOS	6
5 CATEGORÍAS ANALÍTICAS Y DEFINICIONES	7
6 DESCRIPCIÓN DE INDICADORES DE INTERÉS	9
6.1 Definición y concepto de indicador	9
6.2 Indicadores de interés para la caracterización del turismo social	9
7 FUENTES DE INFORMACIÓN	11
8 RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	12
9 Seguimiento y evaluación de la aplicación de indicadores	15
9.1 Resultados e informes	15
9.2 Informe de monitoreo, línea de base y metas	15
10 BIBLIOGRAFÍA	16

1 PRESENTACIÓN

En este manual se identifican y definen variables e indicadores que contribuyen al análisis y evaluación del turismo social en Argentina. Esto permitirá medir problemáticas y áreas de intervención que al momento cuentan con escasa o nula información.

Entre esta información de interés se destacan: obstáculos de acceso a la práctica turística y recreativa, desigualdades de ocio por ingreso, salud, género y etnias, oferta de turismo social y solidario (estatal, mutualista, cooperativa, sindical), destinatarios de turismo social (personas de bajos ingresos, tercera edad, infancias y juventudes, personas con discapacidad) e interés público asociado al turismo social y solidario (presupuesto afectado y ejecutado, personal operativo y formas de contratación, convenios ejecutados).

Dicha evidencia se convierte en un insumo clave para la formulación, implementación y evaluación de políticas públicas específicas.

2 FUNDAMENTACIÓN

En diciembre de 2021 el Ministerio de Turismo y Deportes, a través de la Subsecretaría de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad de Turismo Nacional, impulsó el “Plan Nacional de Fortalecimiento del Turismo Social (PNFTS)” (Resolución 642/2021), cuyos objetivos pretenden: 1) Promover el acceso de toda la población a las prácticas turísticas y recreativas, facilitando la participación de los sectores sociales con menos disponibilidades o recursos; 2) Generar una demanda de turismo interno a lo largo del año que atenúe los problemas derivados de la estacionalidad y favorezca a las comunidades de destino con la generación de ingresos y empleo permanente; 3) Propiciar un sistema de turismo social de carácter federal que integre al conjunto de las provincias del país tanto en términos de diseño de la oferta como de estímulo de la demanda.

Para alcanzar dichos propósitos se crean tres programas específicos: el “Programa Unidades Turísticas”, circunscripto a los complejos estatales de Chapadmalal y Embalse como símbolos del turismo social en Argentina; el “Programa Red Nacional de Turismo Social”, que comprende la ampliación de la oferta pública de turismo social en todo el territorio del país; y el “Programa Federal de Turismo Social”, que busca la participación de organizaciones de la economía social y popular, junto a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Asimismo, el PNFTS impulsa una línea de intervención transversal, el Observatorio de Turismo Social. Dicho organismo surge para dar seguimiento y evaluación a los programas, a partir del diseño y aplicación de un sistema de indicadores. Este manual, se impulsa en este marco, con el propósito convertirse en un documento de uso público para la medición del turismo social en Argentina. El mismo identifica y define categorías, indicadores, variables y fuentes de información aplicables en el proceso de medición. Esto comprende el análisis de los Programas de Turismo Social, tanto aquel que se encuentra operativo (Unidades Turísticas), como aquellos que están en una etapa de formulación (Red Nacional de Turismo Social y Programa Federal).

3 OBJETIVOS

El objetivo general del Manual para la Implementación de Indicadores de Turismo Social consiste en diseñar y ejecutar una metodología de monitoreo para medir la evolución y caracterización del turismo social en Argentina.

Para alcanzarlo, se formulan los siguientes objetivos:

- Definir categorías analíticas asociadas al sistema de turismo social de Argentina.
- Diseñar un sistema de indicadores que permitan medir los obstáculos de acceso al disfrute del turismo en Argentina y el desempeño de los Programas de Turismo Social.
- Identificar fuentes de información existentes que contribuyan al seguimiento y evaluación.
- Sistematizar el monitoreo de los indicadores diseñados.
- Conocer la evolución y el impacto de las políticas relativas al área de turismo social.

4 DESTINATARIOS

Como destinatarios se identifica diferentes organismos y sectores:

- Estado Nacional, particularmente el Ministerio de Turismo y Deportes.
- Organismos de Turismo provinciales y municipales.
- Sectores de la economía social y solidaria.
- Micro, pequeñas y medianas empresas turísticas.
- Entes regionales e internacionales de Turismo Social.

5 CATEGORÍAS ANALÍTICAS Y DEFINICIONES

En función del alcance del Plan Nacional de Fortalecimiento de Turismo Social, se definen términos de interés para la construcción de indicadores a partir de bibliografía específica (BITS, 1996; Minnaert, Maitland & Graham, 2009; OITS, 2011; Schenkel, 2017).

Turismo social: Tipología de turismo que se configura a partir de un sistema público, privado o mixto que bajo los propósitos de la inclusión y la solidaridad facilitan el desarrollo de prácticas turísticas y recreativas en sectores de la población que, a causa de diferentes obstáculos de acceso, se encuentran excluidos o limitados de su disfrute. Para ello, ofrecen propuestas turístico recreativas propias, que suelen articular destinos próximos y equipamiento de confort estándar, en muchos casos, propiedad de estados, sindicatos, mutuales, cooperativas y otras asociaciones civiles.

Prácticas turísticas: actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo inferior a un año y mayor a 24 horas (realizando como mínimo un pernocte en el destino). Prácticas recreativas: actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo inferior a las 24 horas, es decir sin realizar pernocte en el destino.

Obstáculos de acceso al ocio: factores que impiden o limitan el disfrute del turismo y la recreación por parte de todas las personas. Entre estos factores, se identifican: características demográficas, como edad y género; características de salud, asociadas a las facultades físicas y psíquicas; las características del entorno, que abarcan situaciones políticas, económicas, sociales y ambientales; características socioeconómicas, referidas a ingresos disponibles, facilidades de movilidad y alojamiento, nivel educativo, estabilidad laboral y disponibilidad de tiempo libre.

Demanda de turismo social (turistas sociales potenciales): sectores socioeconómicamente vulnerables. En este público objetivo, el PNFTS identifica: personas e hijos/as que perciben un ingreso mensual menor o igual a 2 Salarios Mínimos Vitales y Móviles (jubiladas, pensionadas, beneficiarias de pensiones no contributivas, en relación de dependencia, monotributistas, desempleadas, titulares de programas sociales, titulares de cobro de prestaciones por desempleo), personas con discapacidad, grupos de menores y jóvenes, sectores de la agricultura familiar, campesina e indígena y veteranos/as de Guerra del Atlántico Sur. Asimismo, el Manual de Procedimientos de la Dirección de Turismo Social (2022) agrega grupos numerosos de instituciones asociadas al público objetivo (educativas, religiosas, casas de personas mayores, infancias y juventudes, clubes, fundaciones, cooperativas, mutuales) y eventos de organismos públicos y privados que impliquen la conmemoración de un acontecimiento de relevancia histórica, social o cultural.

Usuarios de turismo social (turistas sociales efectivos): personas que acceden a las prestaciones de turismo social, pudiendo coincidir o no con el público objetivo (turistas sociales potenciales).

Oferta de turismo social: prestaciones turísticas y recreativas provistas por el estado y actores de la economía social y popular. Asimismo, se incluye dentro de esta categoría oferta privada de micro, pequeñas y medianas empresas que ofrecen prestaciones destinadas al turismo social.

Oferta pública de turismo social: prestaciones turísticas y recreativas ofrecidas en establecimientos de dominio estatal, sea este nacional (como las Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse), provincial o municipal.

Oferta solidaria de turismo social: prestaciones turísticas y recreativas ofrecidas en establecimientos dominio de la economía social y popular, como cooperativas, mutuales y otras asociadas civiles (clubes, bibliotecas populares, ONG's), así como sindicatos y fundaciones, asociada tanto a modalidades tradicionales como a aquellas enmarcadas dentro de las categorías de turismo responsable, solidario, justo y comunitario.

Oferta privada de turismo social: prestaciones turísticas y recreativas ofrecidas en establecimientos de dominio de micro pequeñas y medianas empresas que, a través de la suscripción de convenios con el estado y actores sociales, ofrecen prestaciones por debajo del precio del mercado destinadas al turismo social.

Accesibilidad turística: principio que busca garantizar el disfrute del turismo y la recreación para todas las personas mediante la eliminación de barreras físicas, comunicacionales y actitudinales. Esta definición adopta un enfoque del ciclo vital de las personas, incluyendo discapacidades permanentes y temporales, personas mayores, con obesidad y personas acompañadas por niñas y niños pequeños.

Oferta turística accesible: prestaciones turísticas y recreativas que articulan productos, servicios y entornos turísticos basados en el diseño universal, garantizando la igualdad de acceso para todas las personas.

Programas de Turismo Social: comprenden los programas creados por el Plan Nacional de Fortalecimiento de Turismo Social: Unidades Turísticas, Red Nacional y Programa Federal.

Programa Unidades Turísticas: programa de turismo social gestionado por el gobierno nacional que ofrece prestaciones turísticas y recreativas en los complejos de Embalse y Chapadmalal. En la actualidad es el único programa de turismo social que se implementa.

Programa Red Nacional de Turismo Social: programa que crea el PNFTS con el propósito de diversificar la oferta pública de turismo social a partir de la puesta en valor de equipamiento turística de dominio nacional, provincial y municipal.

Programa Federal de Turismo Social: programa que crea el PNFTS para la incorporación de prestadores privados (organizaciones de la economía social y popular y micro, pequeñas y medianas empresas) a la oferta de turismo social nacional.

6 DESCRIPCIÓN DE INDICADORES DE INTERÉS

6.1 Definición y concepto de indicador

Un indicador es algo que señala o expresa una característica, una situación, una tendencia o un comportamiento. Etimológicamente da idea de indicio o señal, y en tal sentido se considera como una medida indirecta, aproximativa de algo que por sus características no se puede medir directamente (Phelan & Oliva, 2010; Marradi, Archenti y Piovani, 2010). El indicador debe formularse de manera que los gobiernos o la sociedad puedan observar fácilmente los niveles y tendencias del bienestar de los individuos (Naciones Unidas, 1978).

Desde esta perspectiva, se considera a los indicadores como instrumentos de medición válidos, destinados a establecer el cambio resultado o impacto de una actividad (OEA, 1995). Por ello, un indicador social no se concibe aisladamente, forma parte de un conjunto de medidas interdependientes, que sirven para describir el estado de la sociedad y la eficacia de las políticas públicas. A partir de ellos, se realizan estadísticas que permiten evaluar la situación actual y saber dónde nos encontramos respecto a nuestros valores y objetivos (OEA, 1995).

6.2 Indicadores de interés para la caracterización del turismo social

La detección y sistematización de información de interés se estructurará a partir de un sistema de indicadores orientado a medir la evolución del sistema de turismo social argentino, sus características y problemáticas asociadas, tanto en aspectos de configuración de la oferta, como de estímulo del público objetivo.

Indicadores de desigualdades de acceso al disfrute del tiempo libre: en función de variables socioeconómicas (quintil de ingresos, condición laboral, nivel educativo), demográficas (etarias, de género), territoriales (localidad y provincia de residencia, espacio rural/urbano, región de origen), de salud (personas con discapacidad visual, auditiva, motriz, cognitiva), étnicas (población indígena), y las brechas de acceso en cada caso, entre aquellos grupos mejor y peor posicionados.

Indicadores de interés público asociado al turismo social: en relación al presupuesto afectado y ejecutado, prestaciones, recursos humanos asignados, y su forma de contratación, estado de infraestructura estatal de turismo social, convenios de adhesión suscriptos con terceros (provincias, municipios y prestadores).

Indicadores de destinatarios: de acuerdo a usuarios de turismo social (cantidad y procedencia), y su vinculación con el público objetivo (en términos de ingreso, condición laboral, nivel educativo, género, salud, etnia, procedencia), niveles de satisfacción y contribución al desarrollo de las personas en el ámbito deportivo, social y/o cultural.

Indicadores de configuración de la oferta de turismo social: en función de establecimientos y plazas estatales y privadas operativas, localidades, municipios y provincias integradas, nivel de accesibilidad para todas las personas, empleo generado y tipo de contratación, participación de destinos emergentes, micro, pequeñas y medianas empresas, organizaciones de la economía social y popular, proyectos de inversión social e impacto ambiental.

7 FUENTES DE INFORMACIÓN

La sistematización, cálculo y seguimiento de los indicadores utilizará diferentes fuentes de información existentes. En el siguiente cuadro se mencionan algunas de las fuentes a utilizar y una breve caracterización de cada una de ellas. Entre las fuentes a utilizar podemos mencionar:

Fuente	Descripción
SINTA – SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ARGENTINA	Sistema de Información Turístico de la Argentina ¹ (SINTA) del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. Incluye una sección de Informes, que contiene documentos técnicos, de seguimiento y metodológicos, y un Portal de Datos Abiertos, en el que se disponibilidad conjuntos de datos y recursos de turismo interno, turismo internacional, entre otros.
PADRÓN ÚNICO NACIONAL DE ALOJAMIENTO (PUNA)	El PUNA reúne todos los establecimientos de alojamiento turístico de la Argentina, en el que se detallan las principales variables de cada uno, nutrido a partir de diferentes fuentes de información .
ENCUESTA DE VIAJES Y TURISMO DE LOS HOGARES (EVyTH)	La Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares tiene como objetivo medir la evolución del turismo interno, es decir, los viajes realizados por residentes, sus características y aspectos socio-demográficos.
ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA	La Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) mide el impacto del turismo internacional y del turismo interno sobre el sector hotelero y parahotelero nacional. Elabora indicadores de la actividad hotelera tanto desde la perspectiva de la oferta como desde el punto de vista de la demanda
ENCUESTA NACIONAL DE GASTOS EN HOGARES	A partir del mes de noviembre de 2017 y hasta diciembre de 2018, la ENGHo relevó alrededor de 45.000 hogares ubicados en centros urbanos de 2.000 habitantes y más de todo el país. El objetivo principal del relevamiento es obtener información acerca de los gastos y los ingresos de los hogares y sus características sociodemográficas. La encuesta permite caracterizar las condiciones de vida de los hogares, fundamentalmente en términos de su acceso a los bienes y servicios, y de los ingresos -monetarios o en especie-. El INDEC, como coordinador del Sistema Estadístico Nacional (SEN), está a cargo del operativo en general, mientras que las Direcciones Provinciales de Estadística son responsables del relevamiento en sus respectivas jurisdicciones.
ENCUESTA PERMANENTE DE HOGARES	La Encuesta Permanente de Hogares (EPH) es un programa nacional de producción sistemática y permanente de indicadores sociales que lleva a cabo el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Identifica las características sociodemográficas y socioeconómicas de la población. Se aplicada desde 1973, dos veces al año (mayo y octubre). Con un plan de incorporación progresiva, se han llegado a cubrir 31 aglomerados urbanos y un área urbano-rural.
SISTEMA INTEGRAL DE TURISMO SOCIAL	Ministerio de Turismo y Deportes. Registro de solicitudes de turismo social, niveles de ocupación, plazas y desarrollo de obras de puesta en valor en las Unidades de Embalse y Chapadmalal. Convenios con provincias, municipios, organizaciones sociales y prestadores.
LEYES DE PRESUPUESTO	Ministerio de Economía. Jurisdicción Ministerio de Turismo y Deportes. Asignación presupuestaria de acuerdo a finalidades y funciones, programa y tipo de gasto.
CUENTAS DE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA	Ministerio de Economía. Jurisdicción Ministerio de Turismo y Deportes. Ejecución del crédito por programa. Metas previstas y alcanzadas.
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE TURISTAS SOCIALES ALOJADOS EN LAS UNIDADES TURÍSTICAS	Información relevada por el Ministerio de Turismo y Deportes para conocer el nivel de satisfacción alcanzado por el turista social alojado en las Unidades Turísticas.

La Dirección Nacional de Mercados y Estadística de la Subsecretaría de Desarrollo Estratégico del Ministerio de Turismo y Deportes es la responsable de administrar el **Sistema de Información Turística de la Argentina (SINTA)** conformado entre otros por varias fuentes acá mencionadas (EOH - EVYTH - PUNA) <https://www.yvera.tur.ar/sinta/>

8 RECOPILOCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

Se realizarán estadísticas (estimación de volumen de demanda, segmentación de demanda, promedios de estadía, matrices de origen y destino) y seguimiento de resultados obtenidos por los Programas de Turismo Social impulsados por la Dirección de Turismo Social, dependiente de la Subsecretaría de Accesibilidad, Calidad y Sustentabilidad de Turismo Nacional. A continuación, se detallan los procesamientos de información y análisis estadístico de las variables de acuerdo a la fuente. Asimismo, se identifican variables de interés que al momento no se registran.

Fuente	Variables y resultados con registro existente	Variables de interés sin registro existente	Tipo de análisis y estadísticas
ENCUESTA DE VIAJES Y TURISMO EN HOGARES (EVYTH)	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso al turismo por residentes (nivel de participación turística). • Acceso a la recreación por residentes (nivel de participación recreativa). • Total de individuos que acceden a viajes recreativos, y proporciones sobre población total. • Por sexo . • Por condición laboral. • Por nivel educativo. • Por rango etario. • Por lugar de residencia. • Acceso al turismo social por parte de los residentes. • Matriz de origen y destino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Por género . • Por condición rural . • Por situación de salud . • Por condición étnica minoritaria. • Acceso al turismo social por residentes. 	Distribuciones de frecuencias, tabulaciones cruzadas. Grficación.
ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA		<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de establecimientos hoteleros y parahoteleros accesibles de acuerdo al diseño universal. 	
ENCUESTA DE GASTO DE LOS HOGARES	<ul style="list-style-type: none"> • Proporción del presupuesto familiar que se destinan a prácticas turísticas y recreativas por decil de ingresos. • Proporción del presupuesto familiar que se destina a turismo por decil de ingreso. • Proporción del presupuesto familiar que se destina a espectáculos deportivos y musicales por decil de ingresos. • Proporción del presupuesto familiar que se destina a la asistencia a cines por decil de ingresos. • Proporción del presupuesto familiar que se destina a la colaboración en clubes barriales por decil de ingresos. • Proporción del presupuesto familiar que se destina al acceso a televisión por cable por decil de ingresos. 		Distribuciones de frecuencias, promedios, porcentajes, tabulaciones cruzadas, desvío estandar estándar. Grficación.

Fuente	Variables y resultados con registro existente	Variables de interés sin registro existente	Tipo de análisis y estadísticas
PADRÓN ÚNICO NACIONAL DE ALOJAMIENTO – PUNA.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de establecimientos, habitaciones y plazas hoteleras provista por actores de la economía social y popular. • Cantidad de establecimientos, habitaciones y plazas hoteleras provista por actores de la economía social y popular por tipo (sindicatos, mutuales, cooperativas). • Cantidad de establecimientos, habitaciones y plazas hoteleras de organizaciones sociales por provincia y localidad. 		Estimaciones de volumen, promedios, porcentajes, tabulaciones cruzadas.
ENCUESTA PERMANENTE DE HOGARES	<ul style="list-style-type: none"> • Proporción de población asalariada con vacaciones pagas. 		
SISTEMA DE INFORMACIÓN INTEGRAL DE TURISMO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Días/turistas afectados y ejecutados anuales. • Cantidad de turistas sociales anuales. • Cantidad de turistas sociales anuales por provincia de procedencia. • Cantidad de turistas sociales por tipo (familia, escolar, tercera edad y eventos). • Cantidad de turistas sociales por organización (Programa para Eventos). • Cantidad de personas con discapacidad que acceden a las prestaciones por tipo (motora, auditiva, visual, cognitiva). • Cantidad de recursos humanos destinados por área (UTCH, UTE y Rivadavia). • Cantidad de recursos humanos por condición de contratación. • Cantidad de personal por categoría de contratación. • Cantidad de plazas disponibles para turismo social. • Recursos destinados a la inversión en infraestructura a precios constantes. • Cantidad de convenios asociados al turismo social. • Puesta en valor de infraestructura y servicios. Cantidad de plazas recuperadas. • Renovación de mobiliario. • Recuperación de espacios recreativos (parques, canchas deportivas y polideportivos). • Empleo generado a partir de las obras edilicias. • Adaptación de equipamiento e instalaciones al diseño universal (accesibilidad). • Comunicación de las actividades en las Unidades Turísticas. • Gestión de las solicitudes de turismo social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de turistas sociales por quintil de ingreso. No se registra. • Cantidad de turistas sociales por nivel de escolarización. • Cantidad de turistas sociales por inserción en el mercado de trabajo. • Cantidad de turistas sociales por género. • Cantidad de turistas sociales por condición étnica minoritaria. • Capacitación y actualización al personal de la Dirección de Prestaciones Turísticas. Turismo Social • Proporción de productos, servicios y entornos turísticos que integran el Programa de Unidades Turísticas basados en el diseño universal. • Cantidad y calidad de los productos, servicios y entornos turísticos del Programa Unidades Turísticas basados en el diseño universal. 	Estimaciones de volumen, promedios, porcentajes, tabulaciones cruzadas.

Fuente	Variables y resultados con registro existente	Variables de interés sin registro existente	Tipo de análisis y estadísticas
LEYES DE PRESUPUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos afectados a turismo social (Dirección de Turismo Social). • Recursos afectados a turismo social por programa. • Recursos afectados a turismo social por tipo de gasto. 		Estimación cuantitativa de volumen de recursos, y evolución.
CUENTAS DE INVERSIÓN ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE TURISTAS SOCIALES ALOJADOS EN LAS UNIDADES TURÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos ejecutados en turismo social (Dirección de Turismo Social). • Nivel de ejecución de metas (cantidad de días turista). • Niveles de satisfacción con los servicios de las unidades turísticas. • Nivel de contribución al desarrollo de las personas en el ámbito deportivo, social y/o cultural. 		Estimación cuantitativa de volumen de recursos, evolución, y porcentajes de ejecución. Estadísticas descriptivas de variables de descripción de la satisfacción.

9 Seguimiento y evaluación de la aplicación de indicadores

9.1 Resultados e informes

La información se presentará en un informe de gestión cuyo contenido sea un mapa de la situación del turismo social en Argentina, a partir de los indicadores y variables relevadas.

Estos informes incluirán estimación de volumen y segmentación de demanda, promedios de estadía, matrices de origen y destino, y el análisis y seguimiento de las solicitudes efectuadas por los Programas de Turismo Social. Asimismo, realizarán índices síntesis complejos, a partir de distintos indicadores individuales, y elaborando índices ponderados que combinen el resultado de varios indicadores.

9.2 Informe de monitoreo, línea de base y metas

El informe de monitoreo analizará la eficiencia, eficacia y productividad de los Programas de Turismo Social. Para ello, se identifican los resultados alcanzados en términos de cantidad y plazo, el cumplimiento de las especificaciones priorizadas en la etapa de formulación, el uso de recursos y el cumplimiento de los objetivos propuestos. Estas tareas de seguimiento permiten realizar un control de lo implementado, para identificar brechas, desvíos no previstos y realizar ajustes a corto, mediano y largo plazo. Para el desarrollo de estas tareas de seguimiento y control, se llevarán a cabo una serie de acciones:

- Definir indicadores, fuentes y variables.
- Elaborar matrices en bases de datos electrónicas.
- Establecer líneas de base y metas.
- Monitorear dichos indicadores y su evolución.
- Sugerir acciones de ajuste a metas.

10 BIBLIOGRAFÍA

Bureau International Du Tourisme Social - BITS. (1996). Declaración de Montreal. Montreal, Canadá.

Dirección de Turismo Social. (2022). Manual de Procedimientos de la Dirección de Turismo Social

Marradi, A., Archenti, N., Piovani, J. (2010). Metodología de las ciencias sociales. Buenos Aires: Cengage Learning.

Naciones Unidas (1978). Revised Recommendations Concerning the International Standardization of Educational Statistics. París.

OEA, CIENES (1995). Aspectos metodológicos del desarrollo humano. Series Documento de trabajo del CIENES. Santiago de Chile; mayo 1995

Organización Internacional de Turismo Social – OITS. (2011). Social Tourism Inquiry. The social and economic benefits of social tourism. Bruselas.

Phelan, M. y Oliva, M. (2022). Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social. N°22. Argentina. ISSN 1853-6190, 48-64

Resolución 642/2021. Plan Nacional de Fortalecimiento del Turismo Social (PNFTS). Ministerio de Turismo y Deportes

Schenkel, E. (2017). Política turística y turismo social. Una perspectiva latinoamericana. Buenos Aires: CLACSO - CICCUS.