



CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE
DESARROLLO TURÍSTICO DEPARTAMENTALES Y
MUNICIPALES

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Departamento de Boquerón



TETÁPY
JEHECHAUKA
SAMBYHYHA
SECRETARÍA
NACIONAL
DE TURISMO

TETÃ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL

Paraguay
de la gente



 Paraguay
Reñandúmantev'era

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Departamento de Boquerón

Contenido

1. Presentación del Plan.....	1
2. Descripción del destino.....	3
3. Resumen Ejecutivo.....	5
4. Planificación turística del Paraguay	7
5. Diagnóstico	10
5.1. Análisis del entorno	10
5.2. Contexto Territorial	22
5.3. Entorno geográfico	24
5.4. Mercado Turístico	39
5.5. Gobernanza y competitividad.....	73
5.6. Análisis de la Oferta	86
5.7. Instrumentos de análisis estratégico	96
5.8. Mesa de Turismo	100
6. Desarrollo del Plan.....	101
6.1. Modelo de desarrollo turístico y posicionamiento.....	101
6.2. Pilares y Estrategias del Plan	103
6.3. Programas y Acciones	112
Fuentes.....	175
Secundarias.....	175
Primarias.....	177
Anexo: operadores que comercializan Paraguay.....	178
Anexo: normatividad regional.....	186
Anexo: fichas de inventario de atractivos y servicios	187
Loma Plata	187
Mariscal Estigarribia	192

Índice de tablas, ilustraciones y mapas

Tabla 1. Principales especies de peces de importancia comercial.....	29
Tabla 2. Tendencias turísticas más destacadas para 2019.....	41
Tabla 3. Puntos de control migratorio terrestre.....	47
Tabla 4. Visitantes ingresados al Paraguay según puntos de ingreso 2010-2015.....	47
Tabla 5. Matriz de posicionamiento.....	72
Tabla 6. Mapa de Actores – Rol Expectativa.....	77
Tabla 7. Atractivos turísticos de Boquerón.....	84
Tabla 8. Valoraciones recurso/attractivo Filadelfia.....	89
Tabla 9. Valoraciones recurso/attractivo Loma Plata.....	89
Tabla 10. Valoraciones recurso/attractivo Mariscal Estigarribia.....	90
Tabla 11. Estrategias derivadas del DAFO.....	98
Tabla 12. Impactos en Boquerón (Taller de Flujos).....	99
Tabla 13. Componentes Mesa de turismo Boquerón.....	100
Ilustración 1. Planes marco del Paraguay.....	7
Ilustración 2. Turismo internacional 2017.....	39
Ilustración 3. Ocho tendencias de viaje para 2019.....	40
Ilustración 4. Llegadas de turistas internacionales.....	44
Ilustración 5. Llegadas mensuales de turistas internacionales.....	44
Ilustración 6. Mercado actual de turistas internacionales.....	45
Ilustración 7. Visitantes por Origen en 2017.....	45
Ilustración 8. Visitantes extranjeros en 2017.....	46
Ilustración 9. Llegada de visitantes 2013 - 2017.....	46
Ilustración 10. Medio de transporte utilizado para acceder al Paraguay.....	48
Ilustración 11. Motivo de viaje.....	48
Ilustración 12. Medio de compra del viaje por parte de los turistas.....	49
Ilustración 13. Actividades realizadas por turistas en el destino.....	51
Ilustración 14. Movimiento mensual de turistas domésticos.....	51
Ilustración 15. Estacionalidad turismo doméstico vs receptivo.....	52
Ilustración 16. Estadía promedio.....	53
Ilustración 17. Satisfacción de la experiencia.....	54
Ilustración 18. Departamentos visitados en Paraguay.....	54
Ilustración 19. Actividades realizadas por turistas domésticos.....	55
Ilustración 20. Competitividad turística en el Paraguay según FEM.....	56
Ilustración 21. Participación del turismo sobre el PIB.....	57
Ilustración 22. Imágenes de la campaña turística de Argentina.....	70
Ilustración 23. Imágenes de la campaña turística de Bolivia.....	70
Ilustración 24. Imágenes de la campaña turística de Brasil.....	71
Ilustración 25. Imágenes de la campaña turística de Uruguay.....	71
Ilustración 26. Imágenes de la campaña turística de Paraguay.....	72
Ilustración 27. Nueva cadena de valor del turismo.....	73
Ilustración 28. Mapa de Actores.....	76
Ilustración 29. Cantidad de prestadores de servicios por distritito.....	91
Ilustración 30. Cantidad de prestadores de servicios turísticos por tipología.....	92
Ilustración 31. Modelo de Gobernanza Turística del Sector Turístico del Departamento de Boquerón.....	107
Ilustración 32. Cinco ámbitos clave del turismo que aportan a los ODS.....	111
Mapa 1. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y departamento de Boquerón.....	3
Mapa 2. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y departamentos.....	4
Mapa 3. Ordenamiento territorial de Paraguay.....	11
Mapa 4. Departamento de Boquerón. División administrativa.....	11
Mapa 5. Red vial de Boquerón.....	24
Mapa 6. Hidrografía del Paraguay.....	25
Mapa 7. Hidrografía Del Departamento de Boquerón y Filadelfia.....	27
Mapa 8. ASP de Paraguay.....	30
Mapa 9 ASP de Boquerón.....	31
Mapa 10 Atractivos de Boquerón.....	96

Listado de acrónimos y abreviaciones

- APATUR. Asociación Paraguaya de Turismo Rural.
- ASCIM. Asociación de Servicios de Cooperación Indígena.
- BID. Banco Interamericano de Desarrollo.
- CADEP. Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguaya
- DGDTIR. Dirección General de Desarrollo Territorial e Integración Regional
- EMITUR. Emprendimiento Misionero de Turismo.
- FEM. Foro Económico Mundial.
- ICCA. The International Congress and Convention Association.
- IDH. Índice de Desarrollo Humano
- IPA. Instituto Paraguayo de Artesanía
- KOICA. Agencia de Cooperación de Corea.
- OCDE. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
- OMT. Organización Mundial del Turismo o, en sus siglas en inglés, UNWTO.
- MADES. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- MICE. Turismo de Reuniones, Congresos e Incentivos.
- MERCOSUR. Mercado Común del Sur.
- MOPC. Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones.
- PMNDyOT. Plan Marco Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
- PRONATUR. Programa Nacional de Turismo
- REGISTUR. Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay.
- SENATUR. Secretaría Nacional de Turismo del Paraguay.
- SICESPAR. Sistema Informático de Control de Entrada y Salida del Paraguay.
- SIG. Sistemas de Información Geográfica.
- SINASIP. Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas.
- STP. Secretaría Técnica de Planificación.
- TRC. Turismo Rural Comunitario.
- DGEEC. Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos.
- UNASUR. Unión de Naciones Suramericanas.

1. Presentación del Plan

A continuación, se presenta el [Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Boquerón \(PDTDB\)](#).

Para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico se ha seguido la [metodología aplicada en la Guía de Planificación Turística](#), elaborada por [Touristology by Inmark](#), dentro del marco de la presente consultoría.

El Plan se encuentra dividido en dos partes diferenciadas, por un lado, una primera parte con el [diagnóstico](#) del destino, donde aparecen de forma descriptiva las particularidades del destino, características territoriales, políticas, administrativas y físicas, así como la oferta, estadísticas y planta turística. Una segunda parte, [el plan](#) propiamente dicho, con el modelo de desarrollo turístico a implementar, las estrategias, programas y acciones.

El [Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Boquerón](#), elaborado por el equipo de [Touristology](#) se ha desarrollado teniendo en cuenta una serie de pilares que sustentan la planificación estratégica territorial:

- [Tener un Enfoque Cadena de Valor](#). El enfoque en Cadena de Valor ha ayudado a identificar los actores que intervienen en el contexto turístico y las relaciones entre los mismos, además de guiar sobre dónde y cómo intervenir y la viabilidad de dicha intervención. El enfoque de cadena de valor facilita el compromiso de los actores que participan en el proceso.
- [Incluir la Participación de los actores locales](#). El Plan ha sido consensuado a través de la participación de los actores locales. Se han establecido diferentes formas de participación, reuniones, paneles de expertos, talleres, mesa de turismo; todas con el mismo propósito, elaborar un plan de desarrollo turístico participativo, donde los actores locales lo sientan como propio.
- [Establecer criterios de Sostenibilidad](#). Los principios y criterios de sostenibilidad turística -como los de responsabilidad social y empresarial- han sido transversalmente prioritarios durante todo el Proyecto ya que se trata de apostar por la continuidad de los procesos, la conservación de los recursos naturales y culturales, las energías renovables, las buenas prácticas ambientales, las actividades responsables, así como generar una riqueza y reequilibrio socioeconómico. Se han aplicado tanto en el levantamiento de información como en la definición de líneas estratégicas, programas y acciones.
- [Desarrollar el Posicionamiento](#). El posicionamiento permite a los destinos distinguirse entre ellos en base a la capacidad de potenciar sus características diferenciales; ofreciendo lo que sus visitantes, actuales y futuros, desean. Para ello, se debe “escuchar” al mercado. La propuesta de valor que sustenta el posicionamiento del plan responde a las demandas del mercado, las capacidades y vocación del destino y las legítimas aspiraciones de la comunidad, los empresarios y las autoridades.
- [Identificar proyectos estratégicos y emblemáticos como elementos tractores](#). La identificación de proyectos emblemáticos es crucial para la articulación del Plan. Es por ello, que se han identificado aquellos prioritarios para el desarrollo del destino, estableciendo las características del mismo, desde su descripción, timing, financiación hasta la responsabilidad de cada uno de ellos.
- [Definir estrategias de comercialización](#). Independientemente de su valor, no todos los recursos del destino son susceptibles de aprovechamiento turístico, ni tienen el mismo valor y atractivo para el turismo, máxime en el mercado internacional. Para el Plan se ha definido una oferta coherente de productos, vinculada al modelo y posicionamiento escogido, capaces de generar por si mismos un “efecto llamada”: los productos “materializan” el posicionamiento del destino.

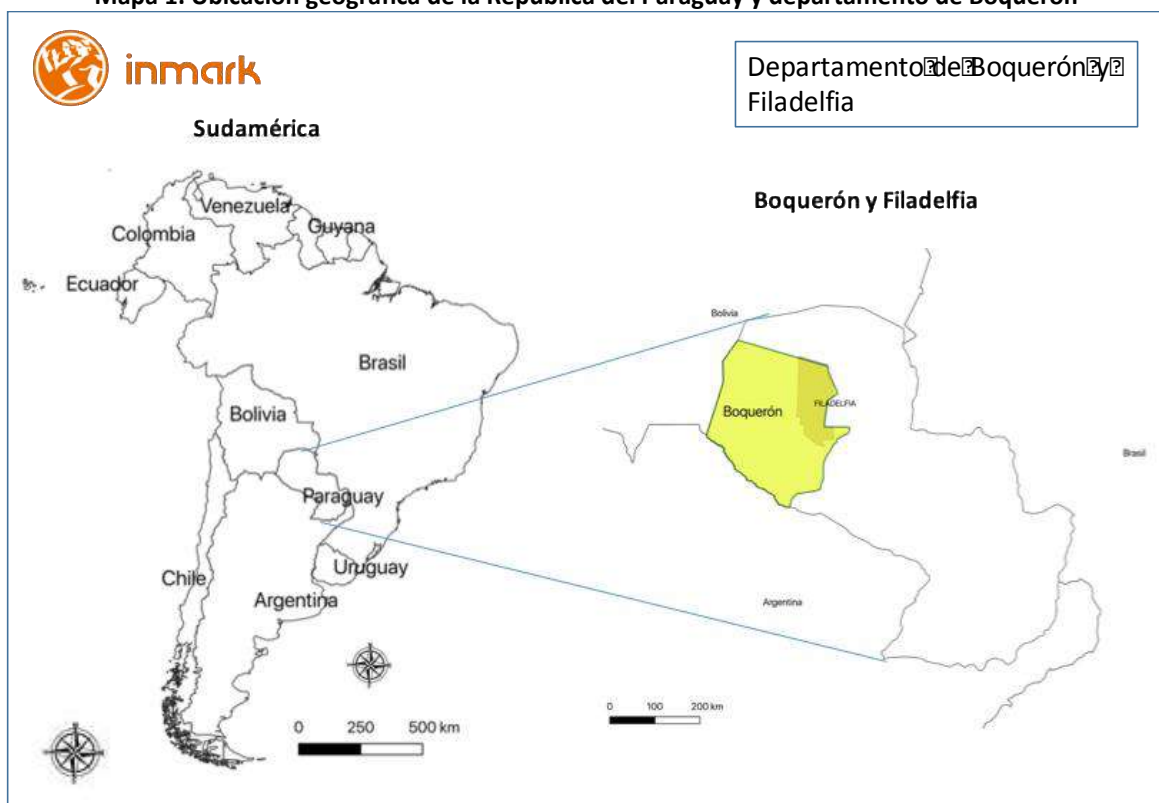
- **Tener en cuenta las tendencias internacionales.** El turismo moderno se caracteriza por la fragmentación y la heterogeneidad de las necesidades y preferencias de los viajeros; éstos, lejos de constituir un grupo uniforme, presentan características diversas que obligan al destino turístico a segmentar su oferta y diversificar sus productos y estrategias de comercialización. Se han tenido en cuenta estas tendencias para la elaboración de estrategias, programas y proyectos que respondan a las necesidades futuras turísticas.

2. Descripción del destino

El departamento de Boquerón es la región menos poblada del país, pertenece a la región Occidental, y es conocido como el Chaco. Es el departamento más grande del Paraguay con un área de 91.669 km². Se encuentra situado en el extremo oeste del país y comprende los siguientes Distritos: Filadelfia (capital del departamento), Loma Plata y Mariscal José Félix Estigarribia.

Sus límites son: al norte, el XVII Departamento Alto Paraguay; al este, El XV Departamento Presidente Hayes y el XVII Departamento Alto Paraguay; al sur, La República Argentina, separada por el Río Pilcomayo, desde el camino que lo une con la Misión San Leonardo, hasta el Hito “Esmeralda” (Fortín Tte. 1° Anselmo Escobar); al oeste, la República de Bolivia.

Mapa 1. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y departamento de Boquerón

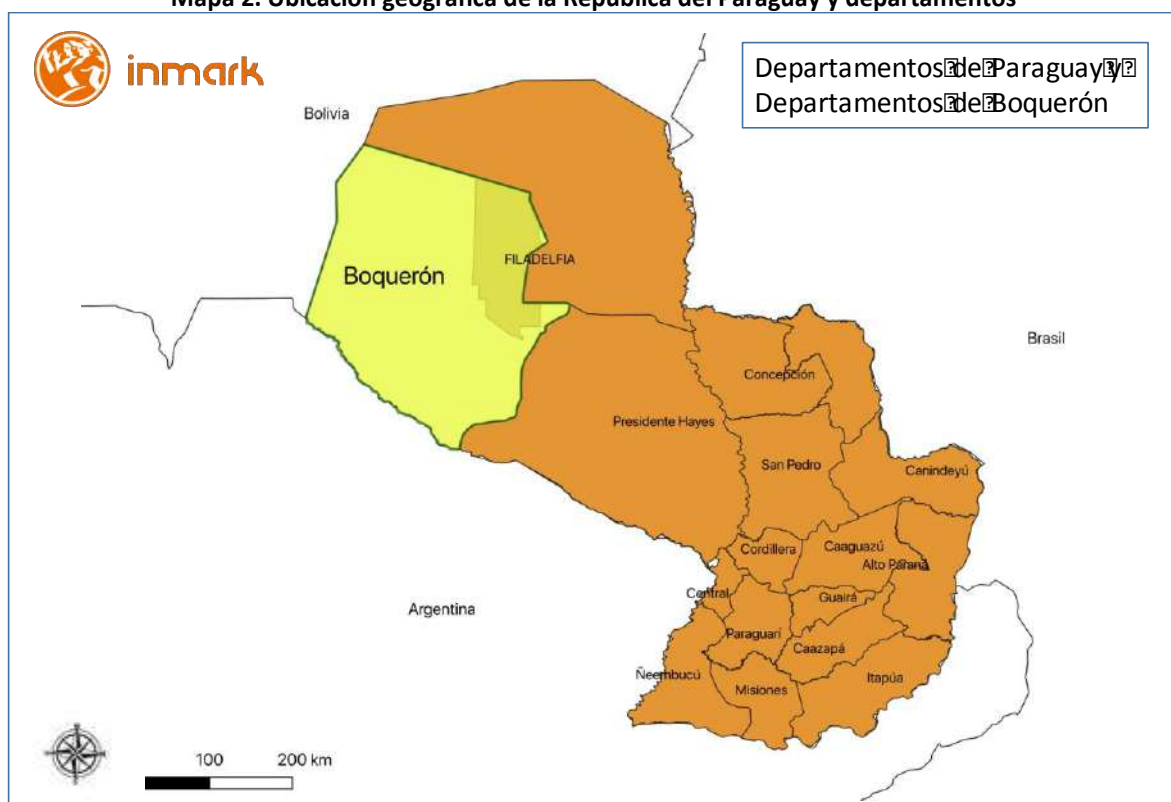


Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

Boquerón es el departamento más occidental del país, razón por la cual la distancia y las comunicaciones terrestres, tienen relevante incidencia en su desarrollo económico y social. Aunque las distancias existentes no son excesivas, el estado de las carreteras, así como los factores climáticos limitan su uso, por el deterioro tras las lluvias. Boquerón se conecta por malla vial con Asunción, la capital, iniciando con la ruta presidente Carlos Antonio López, para tomar un segundo tramo a través de la ruta General Eugenio A. Garay. Esta malla vial cuenta con apenas 120 km de camino asfaltado.

Filadelfia, concebida como centro administrativo de la colonia menonita Fernheim, fue fundada en el año 1931 para ser luego ascendida en el año 1993 por el gobierno paraguayo a capital departamental de Boquerón.

Mapa 2. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y departamentos



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

El Gran Chaco paraguayo, presenta un elevado potencial turístico en torno a la biodiversidad, una naturaleza poco conocida, inhóspita; la cultura, combinando la Historia de la Guerra del Chaco con la historia de la cultura de los menonitas (grupo religioso cristiano protestante de origen alemán, el cual tiene en Paraguay una de las mayores colonias de América); y, por supuesto, con las comunidades indígenas asentadas, de diferentes familias lingüísticas, incluyendo la guaraní.

3. Resumen Ejecutivo

Paraguay es una República presidencialista con 17 departamentos, Asunción, su capital centraliza las actividades políticas y comerciales. Ciudad del Este, en Alto Paraná, es su segunda ciudad más grande y es conocida por ser el un reconocido destino de compras en el país.

La economía de Paraguay cuenta con un importante dinamismo, reflejado en el sector agrícola y ganadero como propulsores importantes del crecimiento. Sin embargo, las condiciones de infraestructura son retos que aún necesita superar. La red vial tiene un déficit de equipamiento y el tráfico aéreo no corresponde con su potencial en la región. Se destaca una conectividad fluvial susceptible de aprovechamiento turístico.

Hay que tener en cuenta que la hidrografía del país se caracteriza por abundantes recursos, además de ríos, el territorio de Paraguay es prolífico en humedales y lagos. Cuenta con cinco grandes ecorregiones: el Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA), el Chaco (Seco y Húmedo), el Pantanal y el Cerrado. El departamento de Alto de Paraná pertenece al primero, territorio con una gran diversidad en flora y fauna.

Respecto al patrimonio cultural del Paraguay, se puede decir que es amplio y diverso al tener como hecho cultural más relevante el extenso uso de la lengua guaraní como parte de la estructura social del país.

En cuanto al turismo, se observa una gran dependencia de Paraguay en el mercado argentino, del que recibe el 71% de sus llegadas y del brasilero con el 16% (2016). La dificultad se encuentra cuando uno de estos países tiene un bajón en su economía, como es el caso de Argentina, lo que afecta la economía nacional. [Se da la paradoja que sus principales mercados emisores son, a la vez, sus principales competidores.](#)

El turismo en el país se ha vuelto una prioridad para el Estado, por lo que se han desarrollado algunas inversiones en este sector y se espera que la dinámica continúe para mejorar la competitividad, para superar la posición 110 entre 136 países, según reporte del Foro Económico Mundial del 2017. [Está presente en el mercado, sobre todo, como destino combinado, lo que condiciona su estrategia a la de los países con los cuales está asociado.](#)

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) realizó un estudio para Paraguay en el 2018, en el que recomienda establecer una mayor conexión entre las estrategias presupuestales equitativas e inclusiva en el contexto del Plan de Desarrollo Paraguay 2030 y como elementos clave, mejorar la articulación del desarrollo en las regiones para garantizar una gobernanza multinivel.

SENATUR, ente rector de la política turística, está abocada a interactuar con otros sectores de manera fluida, promoviendo el turismo como factor de desarrollo para Paraguay. Por ello, se sugiere el desarrollo de un normograma, herramienta útil que permite a las entidades públicas y privadas delimitar las normas que regulan sus actuaciones en desarrollo con su objeto misional.

La gobernanza desde la interacción intersectorial es plasmada en el mapa de actores, identificados por su capacidad de influencia e interés en el sector turístico, como es el caso de la SENATUR, la Secretaría Nacional de Cultura, los guías o las mesas de turismo.

[En el trabajo de campo desarrollado en Boquerón, se detectó un gran potencial para el turismo de naturaleza](#), y diversos elementos patrimoniales y culturales pertenecientes tanto a los menonitas como a las comunidades indígenas muy atractivos para el turismo. El patrimonio cultural e histórico derivado de la Guerra del Chaco conforma el tercer elemento a destacar dentro del destino.

[El DAFO muestra que el departamento presenta grandes debilidades en cuanto a accesibilidad, transporte público y una oferta de naturaleza](#) fuerte y consolidada con guías especializados para ofrecer al turista internacional.

El Departamento de Boquerón, con la Reserva de la Biosfera del Chaco y varias áreas protegidas de un gran valor ecológico, resulta muy atractivo para un turista de naturaleza que busca destinos todavía salvajes, inaccesibles, pero de una calidad natural elevada. Frente a este patrimonio natural, se encuentra un grave problema de accesibilidad e infraestructuras. Llegar a estos atractivos naturales se transforma en toda una aventura, que puede ser interesante para un nicho de mercado muy especializado. La falta de alojamientos, tipo glampings, eco lodges, integrados en el paisaje y de una calidad muy elevada también disminuye la calidad de la experiencia que un turista podría llegar a vivir.

Así mismo, Boquerón se caracteriza por la Cultura Menonita a través de sus colonias: Filadelfia, Loma de Plata y Neuland. La oferta cultural asociada constituye también uno de los grandes reclamos del destino. Boquerón, con su actividad industrial, es atractivo para un desarrollo del turismo industrial, con la exitosa industria ganadera o las cooperativas menonitas.

Respecto a la cultura indígena, son varias las etnias indígenas que habitan el Chaco. De ellas, aparece como atractivo cultural sus artesanías, que pueden ser adquiridas en el Centro de Artesanía del Chaco en Filadelfia y la celebración guaraní de su fiesta Mayor el Arete Guasu. Esta fiesta celebrada por la comunidad indígena guaraní es celebrada en Mariscal Estigarribia principalmente.

La historia de la Guerra del Chaco, es otro de los reclamos culturales del Departamento de Boquerón. Los vestigios de la Guerra, sobre todo los fortines -como el de Toledo y Boquerón-, junto con el Museo de la Guerra del Chaco, constituyen los principales atractivos para el turista, especialmente el nacional.

Atractivos s importantes del Departamento son los eventos que se celebran en él:

- **Rally del Chaco**, la carrera de automovilismo más importante del país, se disputa actualmente en los alrededores de Mariscal Estigarribia.
- **Expo – Rodeo**: la Expo Rodeo Trébol, segunda exposición más añeja y grande del Paraguay, es hoy una visita obligatoria para conocer el potencial productivo del Chaco. Rodeos, deportes ecuestres, remates, exposiciones ganaderas e industriales, presentación de maquinarias, conciertos, programas infantiles, cultura, tradición y mucho más.

4. Planificación turística del Paraguay

Varios planes referencian el Marco Teórico sobre el que se sustenta la planificación estratégica turística en Paraguay, y que marcan los lineamientos a considerar para la conceptualización de los planes de desarrollo turístico en su formulación e implementación:

Ilustración 1. Planes marco del Paraguay



Fuente: Inmark Europa S.A.

El **Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2030** ha conformado la construcción de las bases del desarrollo social¹ del país. El PND 2030, orienta las acciones de los organismos y entidades del Poder Ejecutivo y permite la coordinación con instancias de los diversos niveles de gobierno, la sociedad civil, el sector privado y demás Poderes del Estado, y recoge las expectativas y aspiraciones de la población sobre la visión del Paraguay al 2030. Desde el PND se trabaja en tres objetivos estratégicos para el país:

- Reducción de pobreza y desarrollo social
- Crecimiento económico inclusivo
- Inserción de Paraguay en el mundo

El trabajo del PND ha tenido sus frutos en cuanto a la lucha contra la pobreza; las tasas de pobreza (monetaria) han alcanzado los niveles históricos más bajos desde el año 2013. Las estadísticas nacionales indican que la pobreza total entre los años 2013 y 2017 rondaba el 27%, en tanto que la pobreza extrema se aproximaba al 5%. Estos niveles de pobreza son históricamente los más bajos del país.

Además, Paraguay observó una importante mejora en su puntuación del **Índice de Desarrollo Humano IDH**². Desde el inicio de la medición en 1990, Paraguay integraba el grupo de países con Desarrollo Humano (DH, de nivel) Medio y pasa en 2017 al grupo de Desarrollo Humano Alto, medido por el IDH, según la actualización de datos, con puntuación 0,702 (0 o ningún DH y 1 o DH óptimo) y el puesto 110 entre 189.

Aun así, la pobreza extrema rural persiste y sigue siendo substancialmente mayor que la registrada en áreas urbanas. Esta realidad plantea un gran desafío para las políticas públicas para la definición de estrategias de creación de empleo y oportunidades para las áreas rurales y colectivos desfavorecidos.

¹ El Desarrollo Social aplicado es el enfoque propuesto por Amartya Sen, entendido como el proceso de ampliación de las capacidades de “ser” y de “hacer” de las personas.

² El IDH considera las dimensiones de vida sana y saludable, nivel de conocimiento, el acceso al aprendizaje, al conocimiento y el nivel de vida de la población.

La participación ciudadana en el proceso de elaboración del PND 2030 y de los planes de desarrollo y consejos de desarrollo locales ha sido fundamental en su éxito. La articulación de los actores locales públicos y privados representa una nueva institucionalidad y gobernanza, clave también para la planificación y gestión turística de los territorios.

La conservación ambiental es uno de los pilares en la agenda de desarrollo 2030. Para Paraguay, los recursos naturales son sumamente estratégicos y uno de los atractivos más importantes para algunas de las áreas de estudio.

El Gobierno de Paraguay, en el 2011, a través de la Secretaría Técnica de Planificación, y por medio de un proceso participativo diseñó e implementó un “Plan Marco Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial”, PMNDyOT, con el objetivo de:

- Establecer un marco conceptual sobre el significado del Desarrollo y el Ordenamiento Territorial en Paraguay.
- Definir un conjunto de lineamientos estratégicos sobre la dinámica y la organización territorial del país.
- Definir un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial que permitiera alcanzar los objetivos planteados
- Establecer un marco legal que diera sustento a la propuesta de Plan.

El PMNDyOT, permite, a través de sus diferentes instrumentos (acciones, normativas e instrumentos), organizar más eficazmente el territorio de manera que se generen las condiciones básicas que viabilicen el desarrollo económico productivo, la mejora de la calidad de vida de la población, el desarrollo político institucional y la sustentabilidad ambiental. A través del plan se define a largo y mediano plazo un modelo de ocupación y organización del territorio, señalando, además, las acciones territoriales necesarias para su adecuado funcionamiento.

El Plan trata de ordenar la ocupación del territorio, para aprovechar racionalmente la potencialidad de los recursos naturales existentes para alcanzar el desarrollo, evitando el deterioro del entorno físico de una manera irreversible, que habitualmente se produce a través de la incidencia de diversas actividades. Por ello es fundamental tenerlo en cuenta como uno de los planes marco donde los PDT han de apoyarse.

Otro de los Planes Marco es el “Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay”, cuyos orígenes se remontan a lo expresado por la Ley 2828/05 del Turismo, concretamente a lo que se recoge en el Artículo 19, donde lo menciona la necesidad de un instrumento técnico operativo para el desarrollo sustentable del turismo. La SENATUR -máxima autoridad estatal competente en materia de regulación y desarrollo del sector turístico-, a partir del año 2008 y por primera vez, traza la hoja de ruta para el sector turístico a nivel país enmarcada dentro del “Plan Maestro del Desarrollo Sostenible del Sector Turístico de Paraguay 2008–2018”, posteriormente actualizado en 2012 y 2018, como instrumento principal de la política pública del sector.

El Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2018 – 2025 se articula en torno a unos ejes principales, con una serie de objetivos:

- *Mejorar el desempeño y la competitividad del sector*
- *Poner en valor los atractivos turísticos, las infraestructuras y los servicios que se prestan.*
- *Mejorar la relación calidad/ precio de productos y servicios.*
- *Mejorar la accesibilidad turística y las infraestructuras.*
- *Vincular la imagen del país con sus recursos naturales y culturales.*
- *Asegurar un entorno atractivo para el florecimiento de los negocios turísticos.*
- *Mejorar la disponibilidad de recursos humanos capacitados para la actividad turística.*

- *Asegurar que los proyectos son respetuosos con el medioambiente y beneficiosos para las comunidades locales.*
- *Impulsar unas instituciones bien estructuradas, articuladas y dotadas de recursos (financieros y humanos) y herramientas de monitoreo.*
- *Reforzar el marco regulatorio turístico.*

SENATUR elaboró también el “Plan Nacional de Turismo Rural Comunitario”, herramienta para promover el desarrollo del Turismo Rural Comunitario (TRC), el cual se enmarca como un elemento de inclusión social con efectos distributivos de renta, una vez que la población, de una forma u otra, participa en los servicios turísticos que son ofrecidos en sus comunidades.

El TRC, según el Plan, debe ser incluido en la oferta turística del país, incorporando a las comunidades y pueblos y a los distintos sectores gubernamentales del país, a nivel local y nacional, quienes, a su vez, podrán contar con apoyo de otros cooperantes nacionales e internacionales. Podrán formarse cooperativas, consorcios, organizaciones o redes que nucleen y colaboren con las gestiones desarrolladas por las diferentes iniciativas de TRC o bien anexar la actividad turística a formas asociativas o de trabajo conjunto ya existentes, según sea el caso, como, por ejemplo, las iniciativas de participación con el objetivo de dinamizar el TRC, como la APATUR y EMITUR que ofrecen servicios de alojamiento en cabañas, camping, posadas, además de recorridos y experiencias gastronómicas y en las granjas, actividades de ordeño de vacas, rodeo y faenas de corral.

5. Diagnóstico

El Plan de Desarrollo Turístico parte del ordenamiento territorial como herramienta de desarrollo que se vincula necesariamente con las demás dimensiones del desarrollo nacional: la económico-productiva, que busca armonizar los elementos territoriales (recursos naturales, ambientales, sociales y productivos); la sociodemográfica y la cultural (Presidencia de la República, 2011.PMDyOT p.400).

5.1. Análisis del entorno

5.1.1. Contexto político y administrativo

El Paraguay es una república presidencialista. La Constitución de 1992 lo declara como un país multicultural y bilingüe (español y guaraní), hecho que resulta altamente interesante en el contexto de la diversidad étnica y cultural. El guaraní es una lengua hablada por el 87% de los paraguayos y existe una Academia de la Lengua.

Tras un largo pasado de dictaduras, el sistema político de elección democrática de gobernantes ha generado estabilidad no solo política sino también económica. Funcionan 3 poderes:

- El ejecutivo, ejercido por el Presidente de la República, que tiene como primera instancia jerárquica en vertical a un Vicepresidente, ambos elegidos por votación popular, y un gabinete ministerial nombrado por el primer mandatario. Por su parte, el gobierno de cada departamento es ejercido por un gobernador y por una junta departamental, electos por voto popular. Igualmente ocurre con los alcaldes.
- El legislativo, ejercido por el Congreso de la República, de tipo bicameral.
- El judicial, a cargo de administrar la justicia, se compone de la Corte Suprema de Justicia, los tribunales y la Magistratura.

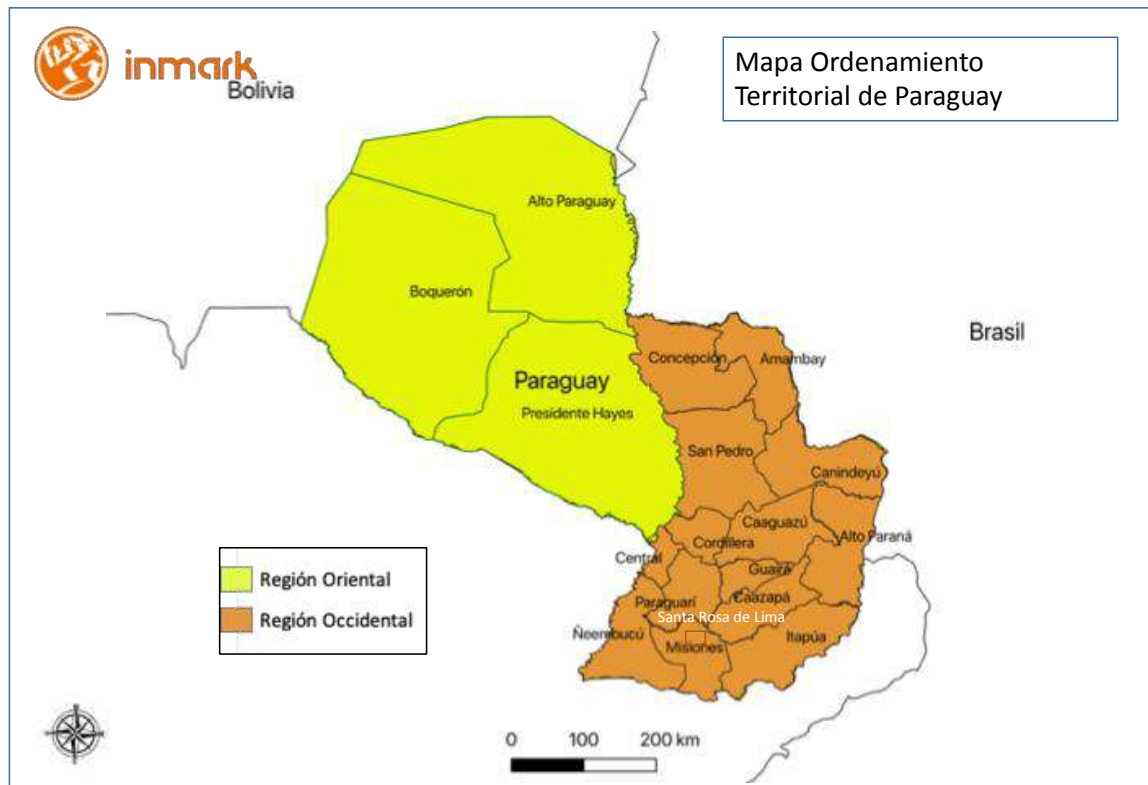
En lo que respecta a las relaciones exteriores, [Paraguay pertenece al Mercosur](#) (Mercado Común del Sur) y a la [Unasur](#) (Unión de Naciones Suramericanas), lo cual facilita los flujos de visitantes y comercio entre los países miembro. Mantiene relaciones estrechas con la Unión Europea y Taiwán (China-Taiwán), siendo en este caso el único en Suramérica, hecho que debe tenerse en cuenta a la hora de dar una mirada futura a los mercados turísticos emisores.

A nivel político-administrativo, el territorio de Paraguay se organiza en [17 departamentos](#).

- | | | |
|----------------|------------------|-----------------------|
| 1. Concepción. | 7. Itapúa. | 13. Amambay. |
| 2. San Pedro. | 8. Misiones. | 14. Canindeyú. |
| 3. Cordillera. | 9. Paraguarí. | 15. Presidente Hayes. |
| 4. Guairá. | 10. Alto Paraná. | 16. Alto Paraguay. |
| 5. Caaguazú. | 11. Central. | 17. Boquerón. |
| 6. Caazapá. | 12. Ñeembucú. | |

[Asunción, la capital](#), es un municipio autónomo administrado como distrito capital, la urbe más poblada, centro cultural del país y sede de los tres poderes de la Nación. Se localiza sobre la ribera del río Paraguay y su principal puerto fluvial. Le sigue, en importancia y población, Ciudad del Este, capital del departamento de Alto Paraná.

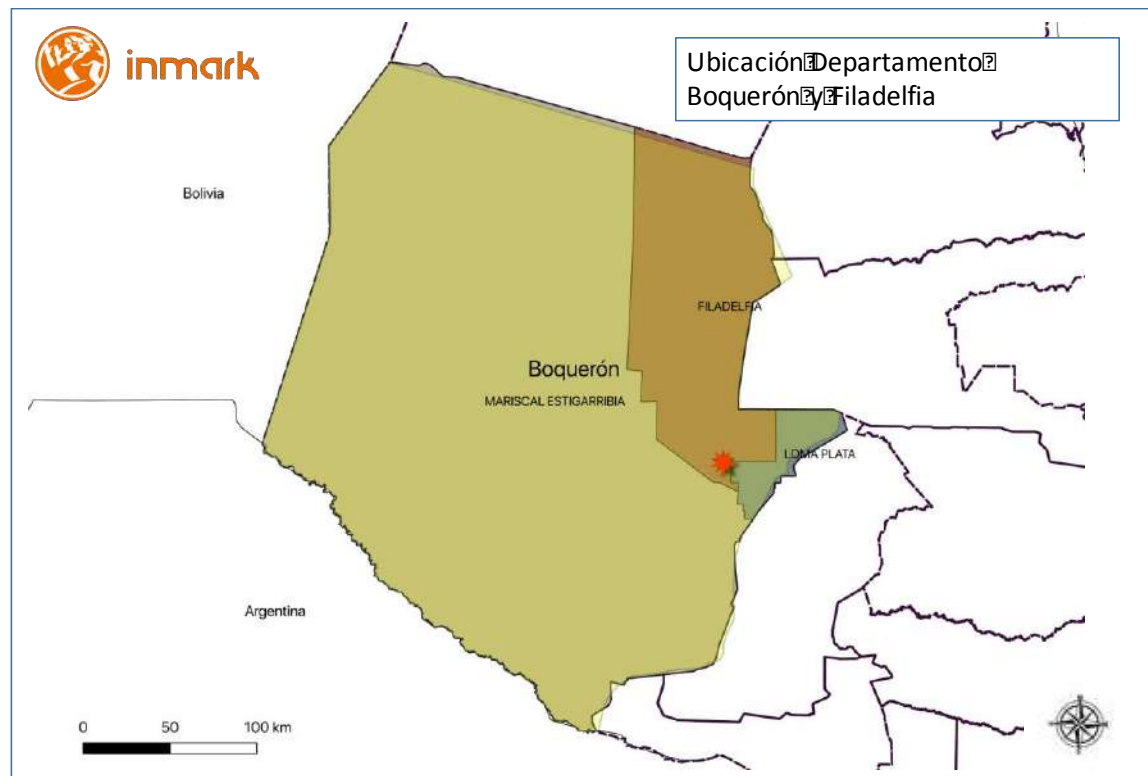
Mapa 3. Ordenamiento territorial de Paraguay



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

El Departamento de Boquerón pertenece a la [Región Occidental de Paraguay](#).

Mapa 4. Departamento de Boquerón. División administrativa



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

La división político-administrativa de Boquerón es relativamente reciente. **Se divide en tres distritos: Filadelfia es la capital del departamento, Mariscal José Félix Estigarribia y Loma Plata.** Adicionalmente se encuentran varios centros urbanos y poblaciones con una riqueza multicultural importante, que como ya se mencionó, son consecuencia de la interacción entre mestizos, indígenas y colonos menonitas, que integran grandes núcleos poblacionales como Colonia Neuland, Pedro P. Peña, Villa Chóferes del Chaco y Yalve Sangá.

En 1945, una disposición ordenadora del territorio nacional creó el departamento de Boquerón, con Mariscal Estigarribia como distrito. En 1973, la Ley de División Política dejó sin efecto la división regional y el carácter de dependencia militar del territorio occidental, dividiéndolo en 5 departamentos: Presidente Hayes, Alto Paraguay, Chaco, Nueva Asunción y Boquerón. Sin embargo, la Ley N° 71 de 1992 resolvió anexar Nueva Asunción a Boquerón, estableciendo los límites departamentales que hasta hoy conserva.

Como ya se ha mencionado, una de las características del Chaco es la presencia de las Colonias Menonitas que son un modelo de éxito de organización y desarrollo de la zona. Según sus habitantes, el Chaco ha denotado durante años una ausencia del gobierno central, por lo que, desde la fundación de Filadelfia, fueron los menonitas los que desarrollaron su particular forma de administrar el territorio.

Son varias las ciudades que nacieron en torno a las Colonias menonitas: Loma Plata, Filadelfia (Capital de Boquerón) y Neuland, que destacan por sus importantes industrias lácteas y ganaderas. Las colonias Filadelfia y Loma Plata cuentan con su Museo de la Historia Menonita y su llegada al Paraguay.

■ Filadelfia

Filadelfia es la **capital del Departamento de Boquerón**, fundada en 1931 como centro administrativo de las aldeas menonitas, de las instituciones comunes y del procesamiento de productos agrarios de la Colonia Fernheim. A su llegada al Chaco, los menonitas, que llegaron principalmente de la Unión Soviética tras ser perseguidos por sus creencias, se organizaron en 12 aldeas y un centro administrativo, cada uno con 20 o 25 granjas. En 1993, Filadelfia fue ascendida como capital del departamento y en el 2006 se creó el distrito de Filadelfia.



Fuente: Hotel Boquerón en Colonia Neuland, Departamento de Boquerón, febrero 2019

■ Loma Plata

Loma Plata fue la primera colonia de inmigrantes menonitas de la región, fundada en 1927, es un importante centro urbano y administrativo de las Cooperativas Menno. Es un centro comercial e industrial, cuenta con infraestructuras y atractivos turísticos, por ejemplo: Campo María, Laguna Capitán, Chaco Logde y otros.



Fuente: Inmark Europa S.A.

Los pobladores de Loma Plata se dedican a la agricultura, ganadería y la industria. Están organizados en la Sociedad Cooperativa Colonizadora. Existen importantes industrias lácteas en la región, alrededor de 5.000 personas viven en Loma Plata.

Se accede a Loma Plata por un desvío pavimentado de 22 km de la ruta Transchaco.

La temperatura en verano llega a los 44 °C y en invierno llega a 0 °C. La media es de 26 °C.

Actualmente uno de los 4 hospitales existentes en el departamento de Boquerón está en Loma Plata, con el que se atiende a todos los pobladores de la zona.

En la Chacra Experimental de Isla Po'í se realizan estudios y experimentos en los distintos rubros de la agricultura: algodón, maní, sésamo, tomate, locote, mamón, además de explicar el proceso de siembra directa, la rotación de cultivos y otras. Se experimenta con las diferentes especies de pastos para alimento del ganado, tanteando forrajes y tolerables al suelo, clima y otros factores condicionantes para la producción ganadera. También se trabaja con plantas ornamentales y frutales y árboles nativos del Chaco para reforestación.

El museo histórico de la Colonia Menno reúne la historia de los primeros pobladores de la zona, está en el mismo predio de la Cooperativa, es de libre acceso.



Fuente: Inmark Europa S.A.

En cuanto a la artesanía, se fabrican bolsos y hamacas de caraguatá de la comunidad indígena Enlhet, en Pozo Amarillo, ubicado a 70 km al sureste del centro de Loma Plata. Además, se exhiben trabajos en madera de palosanto.

La fábrica de lácteos ubicada en la zona, Trébol, cuenta con visitas guiadas para los interesados en conocer el proceso de producción de lácteos.



Fuente: Inmark Europa S.A.

El Club de Rodeo Isla Po'í, perteneciente a la Asociación de Ganaderos de Colonia Menno, busca mejorar la calidad de la producción ganadera de la zona. Anualmente, el 12 de junio, se realiza una feria de exposición en la que se muestra la producción regional.

Los socios también trabajan en la recuperación de lagunas, mediante apertura de canales para facilitar el drenaje de las aguas en épocas de mucha lluvia y limpiar los suelos salinos.

En la Librería de la Colonia Menno se encuentran tarjetas postales y libros de autores de la localidad.

■ **Mariscal Estigarribia.**

Si bien la ciudad de Mariscal Estigarribia fue creada por decreto en el año 1944, es a principios de la década de 1980 cuando comienzan los primeros trabajos de delineamiento a partir de un plan maestro que permitiría la presencia de nuevos pobladores especialmente civiles para el crecimiento poblacional. Hasta ese entonces los únicos pobladores fueron los militares y las comunidades indígenas afincadas en la comunidad de Santa Teresita.

Dispone de pocos servicios y tiene un ritmo de crecimiento muy lento, debido a las condiciones de vida (árido y caluroso) y cuenta apenas con 30.000 habitantes.

Actualmente, la población concentrada en el casco urbano es de aproximadamente 2.500 habitantes que viven en su gran mayoría gracias a las instituciones del Estado, como el Tercer Cuerpo de Ejército, la Sexta División de Infantería, el Hospital Regional, la Municipalidad local, entre otras, que dan fuente de trabajo a más de 60% de su población.

El clima de Mariscal Estigarribia es un subtipo del clima subtropical que se caracteriza por presentar temperaturas altas aún en invierno, pero, a diferencia del clima tropical, sufre de suaves heladas invernales. La temperatura media es de 24 °C. El clima de Mariscal Estigarribia, también puede ser clasificado como clima semiárido cálido (BSh), de acuerdo con la clasificación climática de Köppen.

Este pueblo es uno de los más calurosos del hemisferio sur, considerado como el "Polo del calor de Sudamérica". A pesar del calor en todo el año, en el invierno las mínimas pueden alcanzar valores hasta 0 °C una o dos veces al año. El promedio de precipitaciones anual es bajo, alcanzando 800 mm aproximadamente. Las pocas lluvias que se dan a lo largo del año son en forma de tormentas. A diario, el ambiente es muy caliente, ventoso del norte, muy polvoriento y seco.

La Comunidad Menonita de Neuland, con su museo y hotel, que forman parte de la oferta turística de la ciudad, junto con el Fortín Boquerón y la celebración de la Comunidad Indígena de Santa Teresita. La Colonia Neuland posee un Museo de la Historia de la Colonización y un Monumento Recordatorio de la Guerra del Chaco (1932-1935). El mensuario *Neuland – Informiert und Diskutiert* es uno de varios periódicos en idioma alemán en Paraguay. En el mes de mayo se realiza el Rodeo de Neuland.

El **Rally del Chaco**, la carrera de automovilismo más importante del país, se disputa actualmente en los alrededores de Mariscal Estigarribia.

5.1.2. Población

La población de Paraguay se distribuye por dos regiones: la Oriental, donde se localizan Asunción y las grandes ciudades cercanas a los países vecinos, Argentina y Brasil; y la Occidental o Chaco, que abarca aproximadamente el 60 % del territorio, pero que alberga menos del 2 % de la población, hecho que tiene su reflejo en el tejido empresarial del turismo.

Uno de los aspectos más sobresalientes del Estado multicultural del Paraguay es su **diversidad étnica**. En el Paraguay habitaron pueblos aborígenes, con la que se inicia el mestizaje racial y cultural con fuerte acento desde lo religioso. Existen varias comunidades constituidas por los descendientes de los habitantes originales de la región. El censo de 2002 registra una población de 84.000 indígenas autóctonos pertenecientes a 19 etnias que se clasifican, a su vez, en cinco grandes familias lingüísticas (Guaraní, Zamuco, Maskoy, Mataco y Guaycur), siendo el Guaraní, no solo la más expandida, sino que, como singularidad del Paraguay, es lengua co-oficial con el castellano, siendo hablada por nativos, población blanca y mestiza. (SENATUR, 2012).

En la historia de Paraguay, el factor migratorio ha jugado un papel determinante.

Un hito en la historia social del Paraguay es la **Guerra de la Triple Alianza (1865-70)** que diezmo a un 70% de la de la población original. Durante la postguerra, el gobierno impulsó la inmigración europea – alemana e italiana, principalmente- y un considerable flujo de japoneses, para repoblar el país³. Posteriormente, **la guerra del Chaco (1932-35)** también influyó en la demografía paraguaya.

La actual población paraguaya es bastante heterogénea y en su mayoría mestiza (95%). El país tiene uno de los mayores niveles de emigración de la región y se estima que alrededor de un millón de paraguayos residen en el exterior (en Argentina, España, Brasil, Estados Unidos, algunos menos en Chile y Japón).

Según la Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos, **la población total de Boquerón era de 61.107 personas, en el año 2.012**. La densidad era de 0,7 habitantes/Km², considerablemente inferior a la calculada para el país (16,4 h./Km²), correspondiente al mismo año. Comparando dicho indicador (densidad de la población) respecto de los demás departamentos de la Región Occidental, Boquerón ocupa del segundo lugar detrás del Departamento de Presidente Hayes. El dato antes señalado adquiere especial importancia teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- La escasa población del departamento constituye un factor limitante a su crecimiento económico.
- En contrapartida la baja demanda de servicios públicos por parte de la población, puede inducir a una mayor disponibilidad de medios y recursos, de cara a potenciar el desarrollo departamental.

La estructura de la población de Boquerón revela un hecho característico: la multiculturalidad. Dicho aspecto es fácilmente apreciable en la relación entre latinos y menonitas, y de ambos grupos con respecto a los grupos indígenas, así como también entre los pueblos indígenas entre sí.

Los departamentos que concentran mayor cantidad de comunidades indígenas en la región Occidental son Presidente Hayes (50) y Boquerón (46).

³ Fuente: Wikipedia.

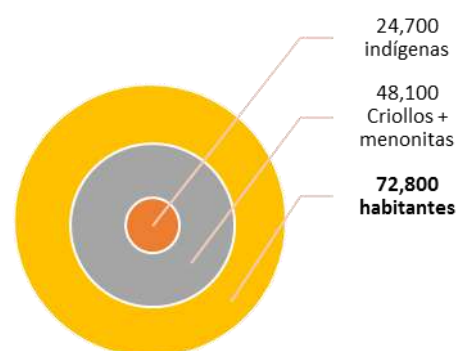
Tabla. Población indígena por ubicación departamental, según familia lingüística y pueblo, 2012

Familia Lingüística	Comunidad Indígena	Población
Guaraní	Guaraní Ñandéva	2.470
	Guaraní Occidental	3.587
Mataco	Nivaclé	14.768 (incluida la población de Vila Hayes)
Mataguayo	Manjui	582
Zamuco	Ayoreo	2.461 (incluida la población de Presidente Hayes)
Lengua Maskoy	Enlhet Norte	8.167
	Enxet Sur	7.284
	Angaité	5.992 (incluida P.Hayes, Boquerón y Alto Paraguay)

Fuente: Censo de Comunidades de los Pueblos Indígenas Resultados Finales 2012

En 2016, la población total estimada ya era de 72.800 habitantes, de los cuales 24.700 son indígenas. Boquerón, con el 12,4%, se considera actualmente el Departamento con mayor crecimiento poblacional del país.

El crecimiento de la población es un indicador a ser observado con detenimiento, puesto que el desarrollo del Departamento de Boquerón dependerá principalmente de un aumento de la población -y con ello de mano de obra y consumidores para bienes y servicios generados en el departamento- y de una mayor calificación de la población, es decir una mayor proporción de población con capacitación media y alta, dada la necesidad de contar con técnicos de mando medio y profesionales.



Fuente: Inmark Europa S.A.

Según información extraída del Plan de desarrollo Departamental de Boquerón, se ha percibido una **mayor dispersión de la población, caracterizado por un aumento de la ruralidad**. En 1962, el 14,09% de la población total se encontraba asentada en el medio rural, pasando dicho coeficiente al 39,94% en el año 2002. Este dato indica un cambio interesante, que solo puede ser explicado a través de las mejoras en las condiciones de vida en el medio rural, dada una mayor y mejor infraestructura en materia de comunicación, así como también un aumento de las explotaciones ganaderas. Si se considera la evolución de la población teniendo en cuenta las décadas existentes en el periodo 1950 – 2002, el crecimiento de la población del Departamento observado en la década 1992 – 2002, fue del 3,5%. Este hecho es considerado positivo y obedece no solo a la mayor capacidad de la economía del Departamento para generar puestos de trabajo, sino también a las mejores condiciones para el asentamiento de la población; de hecho, es la mayor tasa de crecimiento registrada a lo largo del periodo considerado.

*La **mayor colonia conocida de Menonitas** de Latinoamérica se encuentra en la región del Chaco, pero ¿quiénes son los menonitas?*

Con la Reforma Religiosa del Siglo XVI (1525), varias personas se reunieron para realizar un estudio detallado de la Biblia ya que tenían algunas ideas contrarias al catolicismo. De aquí, el ex - sacerdote católico Menno Simons, se convirtió en líder de este movimiento de anabautistas perseguidos organizando su propia iglesia. De su nombre Menno, aparece la comunidad Menonita. Tras varias persecuciones sufridas, llegaron en el siglo XVI a Prusia. En 1788 se trasladaron a Rusia, invitados por la Zarina Catalina II, la Grande. A partir del 1874 emigraron a América del Norte en diferentes grupos. Desde la década de 1921 empezó la migración hacia países latinoamericanos: México, Paraguay (1927-1927), Bolivia, Belize, Argentina y Brasil, entre otros.

Hoy en día la mayoría de los menonitas vive en América y en África, como consecuencia de las migraciones y de una evangelización muy fructífera. Actualmente las iglesias menonitas tienen, a nivel mundial, unos 2.200.000 miembros bautizados.

Ser menonita en el sentido estricto de la palabra significa pertenecer a una iglesia o congregación evangélica con la denominación "menonita". Es decir, "menonita" es un concepto confesional.

La Colonia Menno en el Chaco Paraguayo:

- *1926-1927: fundación de la Colonia Menno por inmigrantes menonitas desde Canadá (1743 personas, 200 familias), primera colonia menonita en el Paraguay.*
- *Motivo: Canadá prohibió el idioma alemán, lo que ellos vieron como limitante de su libertad de fe.*
- *¿Por qué Paraguay? El gobierno ofreció condiciones favorables en el Chaco inhóspito: libertad de culto, de tener sus propias escuelas, autoadministración, liberación del servicio militar obligatorio, entre otros en la Ley 514 de 1921.*
- *Actualmente viven aproximadamente 10.500 menonitas en la Colonia Menno en 104 aldeas; en el Centro Loma Plata más de 4100. En 1927 se compraron 54.800 Has. de terreno; hoy en día son más de 1.000.000 Has.*

5.1.3. Economía

El crecimiento económico experimentado en los últimos años ubica a la economía paraguaya entre las de mayor dinamismo de América Latina. Entre los años 2013 y 2017, **el PIB creció a una tasa promedio anual del 6%**, cifra cercana al objetivo de crecimiento del 6,8% establecido en el PND. La expansión de la economía paraguaya se tradujo en la creación de nuevos empleos, cuyo ritmo de crecimiento superó al aumento registrado en la oferta laboral: de acuerdo con el informe sobre la situación del empleo en Paraguay elaborado por el Banco Mundial en 2016, durante la última década, la creación de nuevos empleos alcanzó una tasa promedio anual del 2,7%, superior al crecimiento observado en la oferta laboral (2,5% anual).

Actualmente los **sectores agrícola y ganadero son propulsores importantes del crecimiento**, explicado en buena medida por la alta demanda existente en los mercados internacionales y por la adopción de nuevas tecnologías por parte de los empresarios. En la actualidad, Paraguay ostenta una posición de liderazgo a nivel mundial en la producción y exportación agroalimentaria, en particular, de soja y carne. La expansión de las ventas y la apertura de nuevos mercados de exportación ha ocurrido del incremento de la productividad y de una mejora significativa de la calidad de los productos exportados.

La diversidad cultural antes citada, asociada al territorio, particularmente de tipo étnico, ha sido determinante en el **cultivo de la mandioca o el maíz, que son la base de la gastronomía nacional**, la cual se enriquece con la influencia de la vecindad territorial con Brasil y Argentina y las migraciones de europeos o asiáticos, en particular japoneses. Igualmente ocurre con las artesanías, producto de la manufactura de elementos de origen en el territorio. Asimismo, la herencia española desde la colonia, con sus determinantes culturales, introducción de especies europeas de fauna y flora -tales como la soja y el ganado vacuno- representa un factor diferencial y, por ende, de competitividad turística.

La estructura económica de Boquerón es diversa. Sin embargo, su análisis presenta complicaciones debido fundamentalmente a la falta de datos oficiales con respecto al comportamiento y dinámica de los distintos sectores económicos del Departamento..

■ Sector primario

El sector primario se caracteriza, en primer lugar, por la producción ganadera, seguida por la agrícola. Según datos proporcionados por el Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal (SENACSA), Boquerón es el departamento con mayor producción ganadera, con 2.281.631 cabezas de ganado. La producción agrícola es relevante, aunque en menor medida, pues sus resultados están fuertemente influenciados por sequías y de fuertes lluvias. Los principales cultivos son: maní, algodón, sorgo, tártago, batata, poroto, maíz, zapallo, sésamo, contando además con semilleros locales.

El sector primario es la mayor fuente de empleo: 38% de la población económicamente activa.

■ Sector secundario

El desarrollo del sector secundario observado en las últimas décadas, ubica al Departamento como el primer productor de productos lácteos del país, destacando un gran potencial para la industrialización futura del mismo. La producción láctea de Boquerón es comercializada en todo el país e inclusive exportada a mercados extranjeros. El comportamiento de las empresas productoras (cooperativas) ha acompasado la evolución del mercado y se ha adaptado a las nuevas exigencias de la demanda. No obstante, es conveniente señalar que el sector lácteo es altamente competitivo, un mercado de competencia perfecta, lo que implica trabajar en innovaciones que generen reducción del costo y generación de ventajas competitivas.

El sector secundario ocupa el 24% de la población, de carácter estable.

■ Sector servicios

El sector servicios, primordialmente asociado al comercio y, en los últimos años, al turismo, pese a su carácter creciente, no alcanza niveles que indiquen un mayor grado de desarrollo del Departamento.

Ocupa al 35% de la población económicamente activa. La evolución de este indicador señala que Boquerón se encuentra inmerso en un proceso de desarrollo de carácter medio.

Pioneros menonitas canadienses llegaron en 1921 a Puerto Casado para asentarse en el Chaco. Iniciaron el proyecto que hoy día es la próspera Colonia Menno, punto de encuentro de dos culturas.

Tuvieron que enfrentar una serie de contrariedades no conocidas en Canadá: las tierras no habían sido mensuradas y el ferrocarril no llegaba a las tierras compradas como había sido prometido. Se iniciaba una penosa espera que en muchos provocó desaliento y abandono. El clima desconocido, la falta de agua potable y enfermedades hicieron estragos entre los inmigrantes. De los 1743 expedicionarios iniciales sólo quedaron 1257.

El viaje tierra adentro se realizó en tren hasta Punta Rieles, o en carretas y carros tirados por bueyes, para adentrarse otros 100 km tierra adentro para poder asentarse en las parcelas.

Al inicio, la base de la economía era exclusivamente agrícola, primero a mano, con el correr de los años con las primeras herramientas agrícolas tiradas por bueyes y caballos. A fines de los años 60 y en 70, con la mecanización de la agricultura, el progreso económico alcanzó pasos más firmes, y por lo tanto se agregaron otros rubros.

La ganadería, que al comienzo se limitaba a la producción lechera para el uso casero, tomó impulso en los años 40. Se crearon las estancias para el aprovisionamiento de carne de los colonos, empezó el comercio del ganado y se desarrolló la industria láctea.

Las migraciones hicieron crecer en las comunidades menonitas los valores de solidaridad, de ayuda mutua y de cooperación. Comprendieron que el emprendimiento de colonización en el Chaco paraguayo solo tendría éxito con un enfoque cooperativista. Apoyado en el principio del bien común antes del bien personal" se emprendió mancomunadamente la obra de colonización, diseñando un sistema de urbanización en aldeas, construyendo viviendas familiares y algunos edificios comunales como escuelas e iglesias. Simultáneamente abrieron picadas para caminos vecinales, limpiaron terrenos para las primeras chacras, ayudándose y pagándose mutuamente con mano de obra o trueques. Por la autogestión en la lucha por la subsistencia y la práctica de ayuda mutua ha surgido un modelo de cooperativismo con un sistema de administración y control democrático por los socios, que desde muchos años sigue cumpliendo con sus fines de mejoramiento y desarrollo socioeconómico de los integrantes de la comunidad.

La Administración de la Colonia Menno corre bajo dos instancias bien definidas: la Sociedad Civil Chortitzer Komitee, luego convertida en Asociación Civil; y la Sociedad Cooperativa Colonizadora Chortitzer Komitee, fundada en base a la Ley de Cooperativas del país.

Las dos instituciones jurídicas han definido sus funciones y atribuciones específicas:

La Asociación Civil Chortitzer Komitee presta los servicios comunitarios a los asociados: el sistema de salud con propios Hospitales y Centros de Salud con cobertura total de costos a través de un sistema de ayuda mutua hospitalaria; la asistencia social con hogares de ancianos, hogares de impedidos y talleres protegidos; el sistema de educación bilingüe castellano - alemán con algunas materias específicas de la comunidad, que cuenta con centros educativos desde el preescolar hasta la formación profesional de mando medio y superior; el orden interno, la construcción y el mantenimiento de caminos vecinales, un sistema de comunicación e información local; correo; registro civil y la asistencia vecinal a no socios, prioritariamente a los diferentes grupos étnicos de la zona.

Tiene a su cargo el fomento del desarrollo socioeconómico de unos 4.651 socios, brindándoles todos los servicios en los sectores de producción, procesamiento y venta de productos en el mercado local, nacional e internacional. La Cooperativa cuenta con una amplia gama de servicios: créditos al desarrollo, supermercados, compra y venta de animales, importación y exportación, fábrica de balanceados, planta láctea y frigorífico, talleres, tambos modelos y granjas experimentales con predios para exposiciones; un centro de capacitación, retiro y campamento a disposición tanto para socios como no socios, servicio de asesoramiento técnico agrónomo y veterinario y una sección de estudios ambientales en el ámbito local.

Ambas instituciones jurídicas tienen administrativamente la misma estructura y son gobernadas por los siguientes órganos: La asamblea general, el consejo de administración y la junta de vigilancia.

5.1.3.1. Principales actividades y empresas

■ Construcción

Teniendo en cuenta la población y el comportamiento demográfico del Departamento, la construcción no constituye un sector económico de relevancia

■ Cooperativa Chortitzer Ltda. – Loma de Plata

La Cooperativa Chortitzer Ltda. es constituida formalmente en el año 1962. Cuando el 12 de julio de 1942 fue promulgada la primera Ley de Cooperativismo en Paraguay, la Colonia Menno ya contaba con una rica experiencia cooperativista.

De los años 1948 a 1949 la Cooperativa Chortitzer Komitee empezó a comprar y comercializar manteca, en el mercado de Asunción en situaciones precarias. En 1954, se construyó en Loma Plata, el primer edificio de la planta láctea, para empezar con la producción de queso y manteca: el "queso menonita" y la marca lácteos "TREBOL". A partir de ahí se hicieron esfuerzos de mejora en la genética, la industria y la distribución.

■ **Cooperativa Fernheim – Filadelfia**

La Cooperativa Fernheim, creada por los colonos menonitas es la que dirige toda la actividad económica y estableció algunas industrias en Filadelfia: la lechería (CO-OP, fusión de dos Cooperativas, Fernheim y Neuland); investigación, procesamiento y comercialización de maní, sésamo y semillas de pastura (Agrochaco) para consumo y exportación a varios destinos internacionales, entre ellos Japón; la comercialización de ganado criado bajo sistemas de manejo extensivo para el frigorífico (Frigochaco Natural Beef y Don Pepe) para consumo y exportación a América del Sur, Europa, Asia, África y Medio Oriente: procesado del cuero bovino, harina de carne, huesos y grasa industrial (Cencoprod).

Todas ellas pueden ser visitadas previa cita con la Cooperativa. Actualmente reciben visitas académicas como con turistas de negocios que quieren conocer sus métodos de trabajo.

■ **Cooperativa Multiactiva Neuland Limitada - Neuland**

Cría, engorda, procesa, empaqueta y comercializa carne vacuna en el mercado local e internacional. Parte de la producción está deslocalizada en Villa Hayes.

La gerencia de comercio local abarca las secciones ferretería, materiales de construcción, supermercado, sucursal Schönhorst, Sucursal Tiede, hotel y restaurante, librería, surtidor, transporte y carnicería y embutidos.

■ **Artesanías**

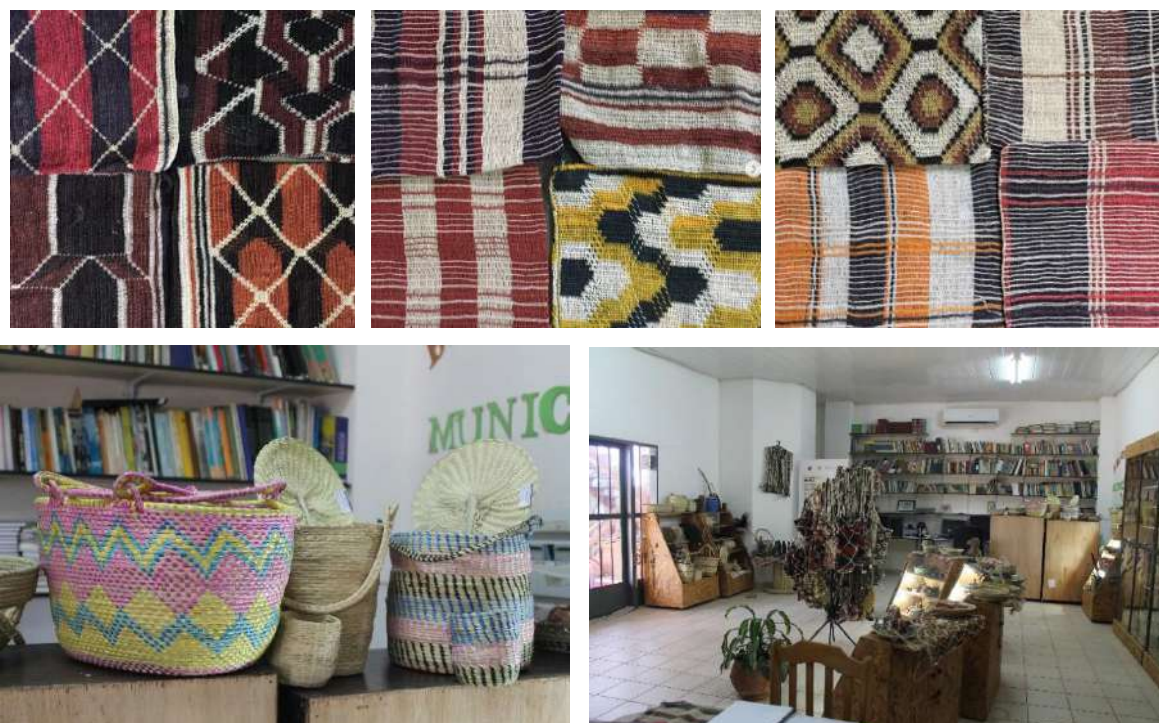
Existe en Filadelfia un [Centro de Artesanías del Chaco](#), donde, las artesanías de diferentes grupos indígenas que habitan en el Chaco son comercializadas.

Es una iniciativa de la Municipalidad de Filadelfia, cofinanciada por la Unión Europea para promover el desarrollo sostenible a través de la integración del turismo, en la cadena de producción artesanal de las comunidades, de manera a que esta actividad económica sea capaz de contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población local. Además, buscan concienciar a niños y jóvenes sobre la importancia de mantener parte de su patrimonio cultural y hacer del mismo una alternativa de desarrollo profesional. También proyectan mantener el modo de vida de la población local, fortaleciendo la capacidad de gestión de las comunidades, a través de la incorporación de la mujer en los procesos de generación de ingresos y administración de la producción y comercialización de la artesanía.

El Centro busca difundir la cultura de los pueblos Ayoreo, Nivaclé, Enhlet, Guaraní Occidental, Angaité, Manjui y Guaraní Ñandéva, que representan el 45% (aproximadamente 7.500 personas) de la población del distrito de Filadelfia. A futuro, establecerá una conexión estratégica con el Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano".

En el lugar se pueden encontrar presentaciones de bolsos y tapices de diferentes texturas, así como, diseños elaborados en fibra de Karaguatá (*Bromeliahieronymi*) y karandilla (*Trithrinaxschizophylla*) o Karanda'y (*Copernicia alba*), karaguata' i (*Deinacanthonurbanianum*) y semillas de leucaena (*Leucaenaleicocephala*) para cesterías, bolsos, aros, pulseras, collares. También tallados de maderasamu'u (*Ceiba chodatii*) y palo santo (*Bulnesiasarmiento*).

[Tienda de Artesanías "El Mensajero"](#) en Filadelfia, pertenece a una ONG menonita. Venta de artículos de artesanía indígena. También ofrecen libros cristianos en español, Biblias y libros para escuela. Y productos para comer como: miel de abeja y ají.



Fuente: INMARK, 2019

5.1.4. Seguridad

En materia de seguridad turística, Paraguay apuesta por intervenir para mejorar temas sanitarios, de seguridad ciudadana y de acogida al turista y reclamaciones. Desde el gobierno central se cuenta con el [Departamento de Seguridad Urbana y Turística](#), dependiente de la Policía Nacional, cuya oficina central se localiza en Asunción.

Se ha tenido en cuenta para evaluar la seguridad del país los “Travel Warnings”: alertas dadas por órganos oficiales de cada país para proveer información sobre el estado de seguridad de ciertos lugares a los que se planea viajar. Se revisaron las *travel warnings* de Estados Unidos (por ser reconocida a nivel mundial), España, algunos países latinoamericanos y las de los países cuyos resultados aparecieron en la búsqueda de alertas de seguridad en Paraguay (Australia e Inglaterra). Estos arrojan, en términos generales, [un estatus para Paraguay más favorable que para otros países de la región](#).

En los países nombrados para tener precauciones de seguridad categorizan las zonas en: zonas de riesgo (deben ser evitadas), zonas de riesgo medio y zonas sin problemas.

Paraguay lo nombran en Estados Unidos, España, Australia e Inglaterra, en términos generales, debido a que en algunas áreas se ha incrementado el riesgo, en alusión a diferentes tipos de robos y al tráfico ilícito de armas, narcóticos, y bienes en la frontera con Brasil; aumento de robos y homicidios en el barrio Chacarita, Asunción; inseguridad por las aglomeraciones de gente en horarios comerciales en Ciudad del Este; presencia del Ejército del Pueblo Paraguayo (EPP) en Concepción y San Pedro-zonas fronterizas; robos a mano armada a vehículos en carreteras poco transitadas y en ciudades, especialmente de noche; mala iluminación, señalización y el estado de la mayoría de las carreteras no es conveniente para conducir de noche; autobús Sao Paulo-Asunción, ocasionalmente asaltos en la ruta. Las zonas sin problemas son: “Circuito de oro” (Departamentos Central, Cordillera y Paraguari) y Misiones jesuíticas (Departamento de Itapúa).

Ningún país latinoamericano tiene alguna alerta de seguridad para quienes quieran viajar a Paraguay.

Puede considerarse como fortaleza para el desarrollo turístico que el Departamento de Boquerón cuenta con altos niveles de seguridad y tranquilidad. A pesar de la distancia con el centro administrativo del país, cuenta con todos los servicios y una activa zona comercial, restaurantes y planta hotelera. Solo es necesario tener en cuenta, que los departamentos de Alto Paraguay, Boquerón y Presidente Hayes tienen muy baja densidad de población, lo cual implica que sus caminos y carreteras queden prácticamente desiertos en la noche.

5.2. Contexto Territorial

5.2.1. Ubicación, conectividad y accesibilidad

La red vial presenta déficit de infraestructura según el Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguaya, CADEP⁴. En Paraguay, el 10% de las vías está asfaltada y el restante tiene otro tipo de recubrimientos tales como hormigón, empedrado y adoquinado.

Mientras la región Occidental cuenta con mayor y mejor conectividad terrestre, la región Oriental del Chaco se halla más aislada, sin servicios, con vías destapadas y difícilmente practicables en épocas lluviosas ya que requieren el uso de vehículos todo terreno. Esta circunstancia afecta el desarrollo turístico.

A pesar del crecimiento del tráfico aéreo en los últimos años, tanto internacional como doméstico, Paraguay tiene el menor de toda Latinoamérica. En 2017 se registró un crecimiento interanual del 13% de pasajeros internacionales (GHP, 2018). El principal aeropuerto de Paraguay es el **Aeropuerto Internacional Silvio Pettirossi**, el cual está ubicado en la ciudad de Luque a 13 Km. de Asunción. Es el que presenta mayor tráfico del país. Pese a contar con conectividad internacional, esta se considera baja.

Las compañías aéreas que ofrecen conectividad internacional, que operan en este aeropuerto son:

- AVIANCA sirve vuelos diarios a LIMA (conexiones con destinos de Suramérica, Norteamérica, Caribe y Centroamérica)
- COPA AIRLINES opera 2 vuelos diarios a PANAMA (conexiones con destinos de Norteamérica, Caribe y Centroamérica)
- LATAM brinda vuelos directos a BUENOS AIRES, SAO PAULO, SANTIAGO DE CHILE y LIMA (conexiones con el resto del mundo)
- AEROLINEAS ARGENTINAS ofrece 2 vuelos diarios a BUENOS AIRES (conexiones en toda Argentina vía Aeroparque y vuelos Internaciones desde Ezeiza)
- GOL LINEAS AEREAS tiene un vuelo diario a SAO PAULO (conexiones principales dentro de Brasil) Convenios con AIR FRANCE y KLM para destinos a EUROPA.
- PARANAIR es la compañía bandera de Paraguay. Vuelos diarios a BUENOS AIRES, 4 frecuencias semanales a MONTEVIDEO. Atiende mercado Regional.
- AIR EUROPA – 5 vuelos semanales directos a MADRID (España) y con conexiones para destinos en EUROPA / CORDOBA (Argentina) con derecho a tráfico solo a dicha ciudad.
- AMAZONAS cuenta con 5 vuelos semanales a SANTA CRUZ (Bolivia) y MONTEVIDEO (Uruguay)
- FLYBONDI. Primera aerolínea low cost de la Argentina, inició sus operaciones en Paraguay el pasado 17 de diciembre 2018, conectando las ciudades de Buenos Aires y Asunción. La línea aérea cuenta con 4 frecuencias semanales entre el aeropuerto Silvio Pettirossi y El Palomar, en el Gran Buenos Aires, los días lunes, miércoles, viernes y domingos, con aeronaves Boeing 737-800 de 189 asientos. Tiene conexiones con 12 puntos en Argentina vía Buenos Aires.

⁴ Fuente: Julio Ramírez "Inversiones y financiamiento de obras viales".

En cuanto a rutas nacionales, se cuenta con las siguientes operaciones regulares, lo cual representa un déficit de cobertura del territorio nacional:

- PARANAIR – Ciudad del Este (2 vuelos diarios)
- SOL del PARAGUAY – Encarnación (un vuelo diario)

Otros aeropuertos utilizados para vuelos regulares son:

- Aeropuerto Guaraní, ubicado en la ciudad de Minga Guazú a 30km de Ciudad del Este – Aeropuerto Internacional
- Aeropuerto Encarnación – Ubicado a 20 Km de la ciudad de Encarnación – Aeropuerto Nacional
- Aeropuerto Pedro Juan Caballero – Frontera Paraguay / Brasil ubicado al norte del país, no tiene vuelos comerciales, solo operan vuelos chárter o privado. Aeropuerto Nacional
- Aeropuerto de Itaipu, de muy buenas condiciones, solo operan vuelos autorizados por la Entidad Binacional (Ubicado en Hernandarias).

La necesidad de mejorar la conectividad aérea ha llevado al gobierno nacional a desarrollar una política de incentivos (SENATUR), incrementando las frecuencias internacionales con Ciudad de Panamá, Madrid y, a nivel regional, con Salta y Buenos Aires (Argentina) y Río de Janeiro (Brasil).

El Plan Maestro para el Desarrollo de la Aviación Civil desarrollado por la Agencia de Cooperación de Corea (KOICA), sugiere como una de las principales estrategias para el impulsar el desarrollo del mercado aéreo atraer líneas aéreas de bajo costo.

Paraguay sufre la debilidad en malla vial con una conectividad fluvial que interconecta los principales centros productivos del país, susceptibles también de aprovechamiento turístico.

5.2.1.1. Conectividad y accesibilidad de Boquerón

En el Departamento de Boquerón, existen pistas rurales, pero no son adecuadas para vuelos comerciales, solo para aviones de poco porte, taxis aéreos y otros para carga o insumos. Son pistas de tierra y no tienen servicios de Torres de Control (tan sólo una cabina de radio básica). Muchas de estas pistas son de propiedad privada (estancias o establecimientos rurales) cuyo mantenimiento corre por cuenta de los propietarios y son utilizados por los dueños de Estancias.

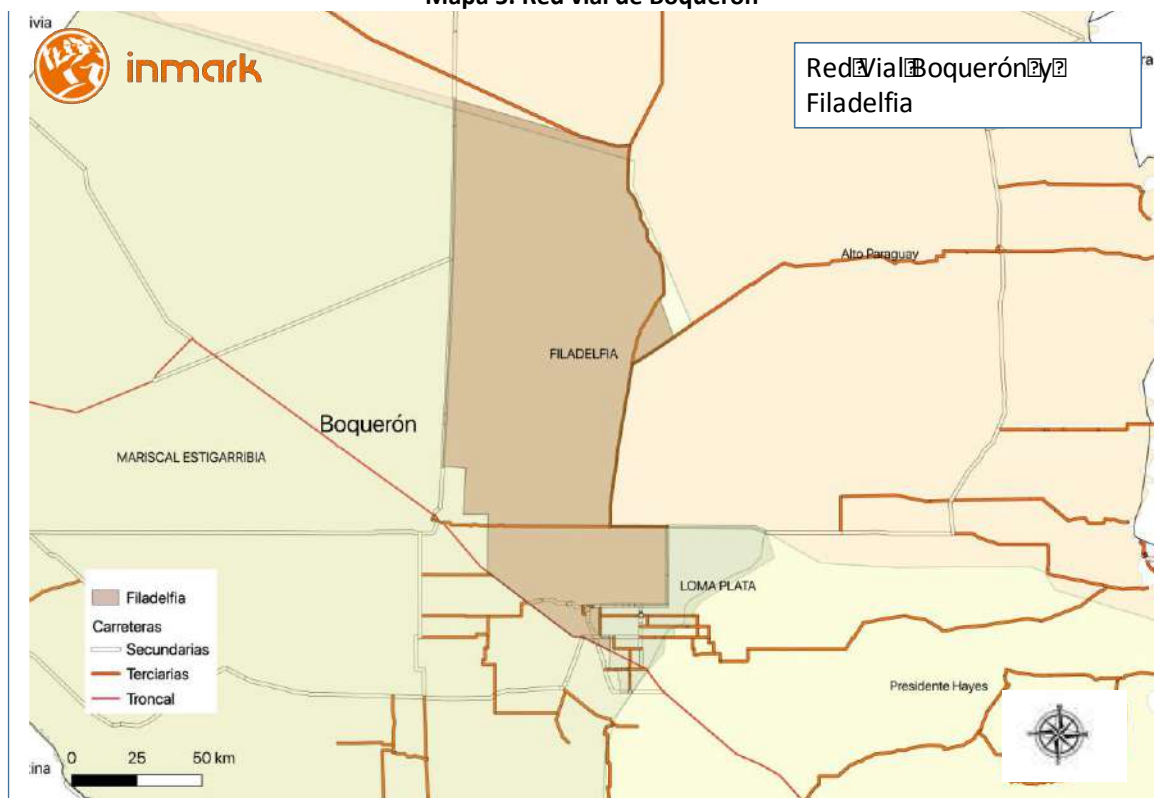
El aeropuerto Mariscal Estigarribia del Chaco, si bien tiene categoría de "internacional" no tiene vuelos comerciales de pasajeros ni de carga. Solo es utilizado por avionetas privadas y algunas veces por la fuerza aérea.

Existen otros aeropuertos menores privados (Neu-Halbstadt, Colonia Neuland / Filadelfia / Loma Plata) que, si bien tienen la categoría de pista rural, operan principalmente avionetas privadas tanto en conexión con Asunción como hacia estancias más alejadas. No hay vuelos comerciales de pasajeros ni de carga. Los varios intentos por implementar el transporte aéreo regular de pasajeros no prosperaron debido al alto costo de los pasajes. En cuanto a los aeródromos, si bien poseen hangares y algún edificio administrativo, son pistas de tierra y por ende no operan todo el año pues están sujetas al clima, además de no cumplir con los requisitos mínimos para vuelos regulares. Esta es una causa posible que dificulta la obtención de licencias por parte de la entidad de cargo.

En cuanto al transporte por tierra, dentro del Departamento de Boquerón, sólo Filadelfia y Loma Plata disponen de parada y servicio de autobús (transporte público). Las compañías de autobuses tienen oficinas en Filadelfia, en la avenida Hindenburg y cercanías. NASA tiene un servicio diario a Asunción (70000 PYG, 8 h); también hay un autobús diario a Concepción (90000 PYG, 8 h). Los servicios a/desde Filadelfia pasan por Loma Plata. Como la mayoría de los autóctonos poseen vehículo, desplazarse entre las colonias en transporte público es complicado. Además de escasos, los autobuses locales suelen salir a primera hora de la mañana y regresar a última de la noche.

El departamento de Boquerón cuenta con 120 km de camino asfaltado y aún mantienen camino de tierra que en tiempos de lluvia y sequía dificulta el traslado para quienes desean transitar. Se destaca la labor de los menonitas, porque mantienen los caminos que utilizan con sus propios recursos más o menos 3.800 km, cada año y conocen muy bien la región.

Mapa 5. Red vial de Boquerón



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

En febrero de 2019, Paraguay inició las obras de construcción del Corredor Bioceánico, un proyecto que pretende unir el Océano Atlántico y el Pacífico a través de una ruta por carretera que cruzará Chile, Argentina, Paraguay y Brasil. Se inicia con el tramo vial Loma Plata (departamento de Boquerón) y Carmelo Peralta (Alto Paraguay), una carretera de 277 kilómetros que se considera la primera sección del Corredor, del que se espera hayan asfaltado entre 40 y 50 kilómetros de la ruta para finales de 2019.

5.3. Entorno geográfico

5.3.1. Entorno físico

El territorio del Paraguay está caracterizado por tener dos regiones bien diferenciadas, separadas por el Río Paraguay, principal afluente del río Paraná y uno de los más largos de América del Sur, que atraviesa el territorio de norte a sur y diferencia la región Oriental, la más poblada de la Occidental, que forma parte del Chaco Boreal⁵.

La orografía se caracteriza por presentar contrastes abruptos en algunas regiones del país, principalmente donde se eleva sus principales cordilleras que son desprendimientos de las cordilleras mayores ubicadas en Brasil y que como éstas, son formaciones muy antiguas (Mesozóico), que presentan alturas que no superan los 850 msnm. La Sierra de Maracayú marca la frontera natural con el país boricua. En esta zona el Alto Paraná e Itapúa, El cruce del Río Paraná, con la Sierra de Maracayú produce saltos de agua y cascadas como el Salto del Monday. Algunos de estos saltos quedaron bajo agua con la construcción de la Represa Hidroeléctrica de Itaipú.

⁵ Fuente: Diccionario Espasa Calpe, pp. 1135-1136

Otras elevaciones montañosas son la Cordillera del Amambay que también es un límite natural con Brasil cuyas mayores elevaciones son Punta Porá (700 msnm) y el cerro Mangrullo (540 msnm). La Cordillera de Caaguazú se origina en el cruce de las cordilleras Amambay y Maracayú y de allí hacia el sur del país se desprende la Cordillera del Ybytyruzú, que tiene el punto más elevado del Paraguay, el Cerro Tres Kandú (842 msnm).

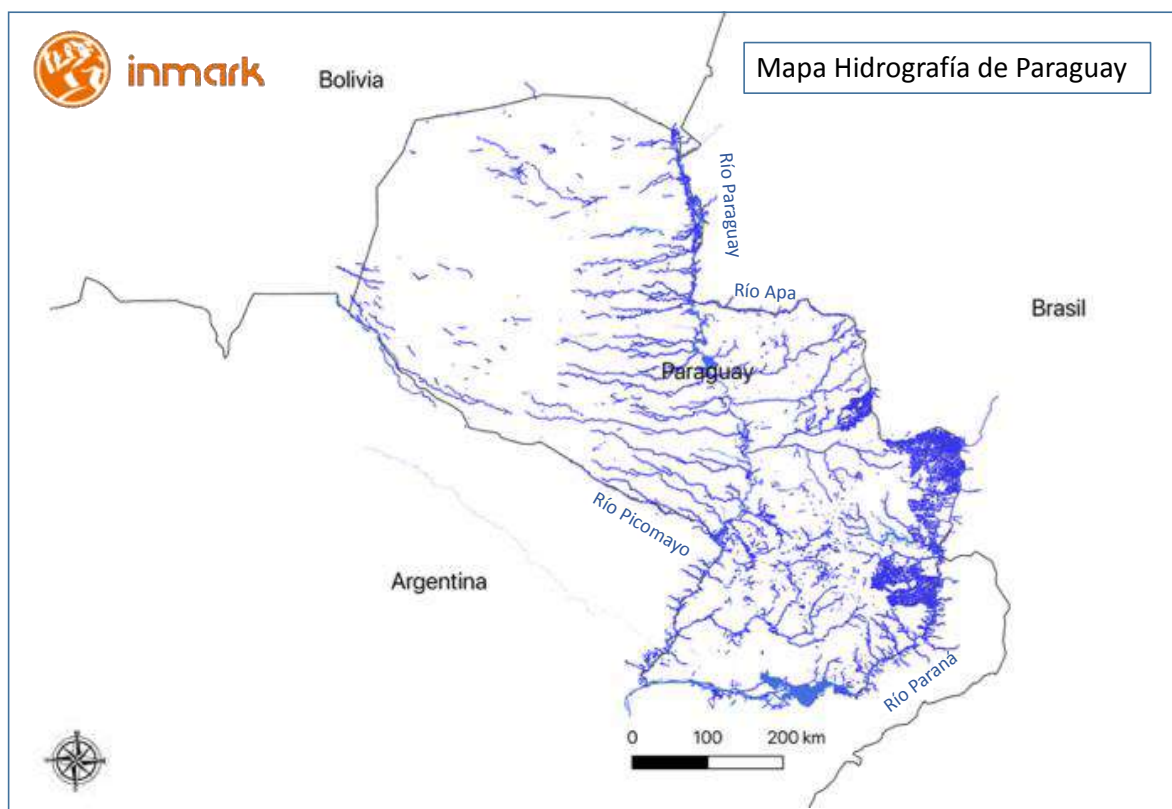
Se observa un buen potencial para desarrollar turismo de naturaleza en las áreas y reservas del Tati Yupí, Pikyry, Carapá, Mbaracayú y otros Parques Nacionales. Sin embargo, se advierte la inadecuación de accesos e infraestructuras y la tala indiscriminada de bosques, que se intenta controlar estableciendo programas de reforestación.

Por otro lado, está la **región Occidental o Chaco** que tiene el 61% del territorio nacional y alberga a un poco más del 2% de la población. El Bajo Chaco o Chaco húmedo es una planicie inundable y el Chaco Boreal o Chaco Seco Chaco Boreal es un territorio formado por un fondo marino que emergió en la era Cuaternaria, esta región está poblada de matorrales extensos y palmares, esteros y lagunas.

El Gran Chaco es el área boscosa más grande del continente después de la Amazonas. El paisaje chaqueño moderno comenzó a instalarse no hace más de 12.500 años, por ello puede ser considerado joven y frágil. El conjunto medioambiental del Gran Chaco (las condiciones climáticas tropicales y subtropicales, el contacto con las regiones biogeográficas del Cerrado y los Andes, las peculiaridades geomorfológicas) explica una notable riqueza de flora y fauna con importantes recursos genéticos, que hacen del Chaco un área internacionalmente clave en términos de conservación de la biodiversidad.

La **hidrografía** del país se caracteriza por abundantes recursos. Además de ríos, el territorio de Paraguay es prolífico en humedales y lagos.

Mapa 6. Hidrografía del Paraguay



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

Como ya se mencionó, el **Río Paraguay delimita las regiones Oriental y Occidental**.

La región Oriental hacia el este, que representa el 39% del territorio, alberga el 97% de la población y gran parte de la actividad económica, agropecuaria y administrativa del país, posee tierras fértiles en las cuencas de los ríos Paraguay y Paraná y un clima tropical/subtropical húmedo. A su vez se subdivide en dos subregiones: la propia cuenca del Río Paraguay -la mayor de ambas- y la cuenca del Río Paraná. En esta región predominan los bosques tropicales y subtropicales, y las lluvias. Las altitudes oscilan entre los 610 msnm en la zona noreste hasta los 65 msnm en el suroeste.

La **región Occidental del Chaco** alberga solo el 3% de la población, tiene suelos de menor calidad y las lluvias sólo llegan a 400-700 mm en las zonas del oeste y noroeste. Su principal actividad productiva es la ganadería y ciertas actividades agrícolas. (Presidencia de la República, 2011).

El gran caudal del Río Paraná, el más grande del mundo en términos de volumen de agua (12 500 millones de litros por minuto, posibilita la existencia de dos grandes represas que convierten a Paraguay en un sobresaliente productor y exportador de energía eléctrica. La **Represa de Itaipú**, la central hidroeléctrica más grande del mundo, que comparten Brasil y Paraguay, se encuentra en Hernandarias y es por sí misma un atractivo turístico.

La **Represa Hidroeléctrica binacional de Yacyretá** que comparten Argentina y Paraguay (Departamento de Misiones), representa el 45% del total de la energía hidroeléctrica producida en el país. Su construcción produjo transformaciones que derivaron en la conformación de un sistema de áreas protegidas y nuevas formaciones naturales como la dunas vegetadas y lagos. El complejo Yacyretá es un lugar apto para el turismo de naturaleza y cuenta con centro de visitantes.

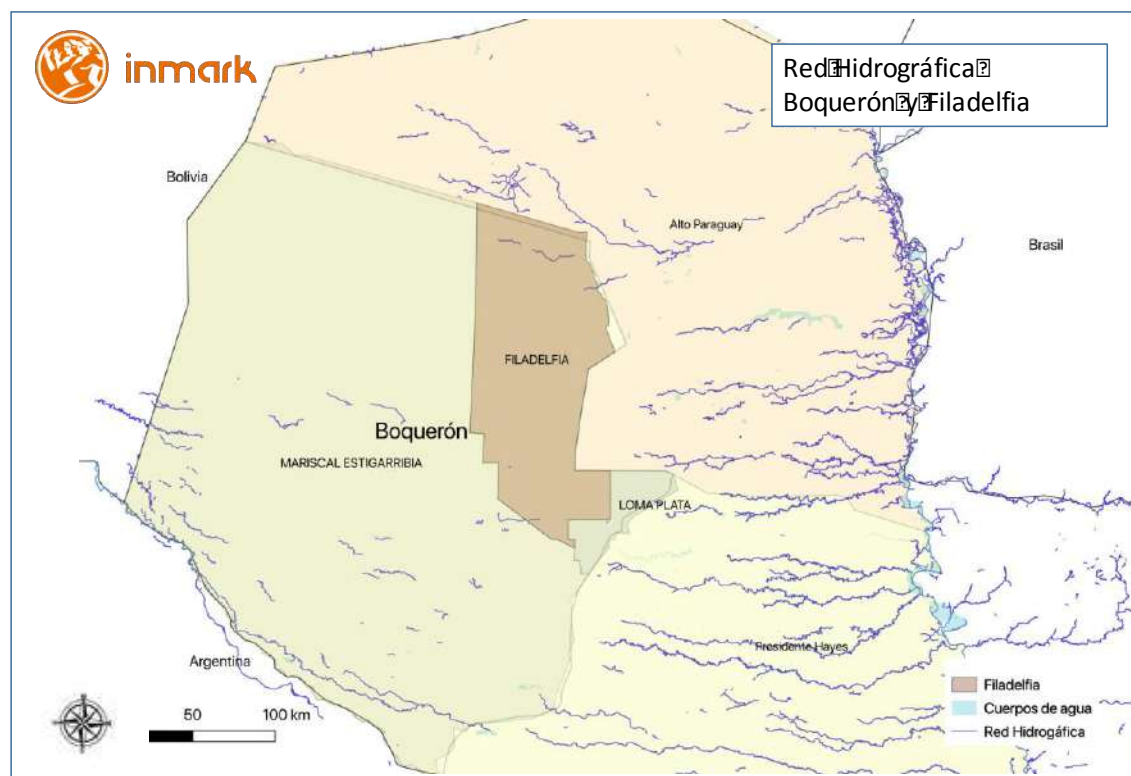
Si bien Paraguay carece de litoral marítimo, suple esa ausencia con la abundancia de ríos, de alta navegabilidad, en particular el Paraguay y el Paraná, que le dan salida al Océano Atlántico a través de la denominada Hidrovía Paraná – Paraguay, de un valor estratégico incalculable en el marco del acuerdo internacional de los cinco países que la integran (Bolivia, Brasil, Paraguay, Uruguay y Argentina) y en la que el país cuenta con importantes puertos. Sin embargo, esta circunstancia la hace dependiente de Brasil y Argentina en materia de comercio.

La **riqueza hídrica del Paraguay constituye un factor de competitividad**. Aun cuando la Hidrovía Paraguay – Paraná es mayoritariamente para transporte de carga, también representa una oportunidad de integración fronteriza y un elemento potencialmente atractivo para el desarrollo de productos turísticos asociados, como cruceros fluviales en combinación con cruceros marítimos. Incluso en ciudades como Encarnación, el Río Paraná que marca frontera con la ciudad argentina de Posadas, es aprovechado como balneario. Allí, la municipalidad adecuó una zona de playas que además de los paraguayos, es disfrutada por argentinos.

5.3.1.1. Entorno físico de Boquerón

Respecto a la Hidrografía, el Chaco presenta un déficit hídrico muy elevado, siendo su evapotranspiración de 1700 mm por año y sus precipitaciones de 830 mm concentradas entre octubre y abril. Los acuíferos subterráneos del Chaco son salinos, es por esto que los productores se ven obligados a hacer reservas de agua de lluvia. Dado que el 50 % de las lluvias anuales son menores a 40 mm, las colonias menonitas idearon un sistema de recolección de agua por superficie de captación que les permite acumular agua de lluvias pequeñas y que, sin esta tecnología, no se podría captar.

Mapa 7. Hidrografía Del Departamento de Boquerón y Filadelfia



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

En el **Chaco Seco**, predominan los ríos endorreicos, es decir, que nacen y mueren en la llanura sin llegar a su nivel de base, o sea, sin llegar nunca a desembocar al emisario que le correspondería (el río Paraguay en este caso). Son de régimen irregular, dependiendo de las lluvias, arrastran muchos sedimentos y en la época seca el caudal suele ser nulo, es decir que no baja nada de agua. Un ejemplo de éstos sería el río Timane (departamento de Alto Paraguay), que depende de las lluvias de la zona de Sierra León – Cerro Cabrera. Si bien todos los ríos endorreicos son activos, al menos una parte del año o en momentos de lluvias, hay estructuras en el relieve del Chaco Seco que denotan una actividad del agua, aunque sea antigua. A estos sistemas se los llama “sistemas degradados”, porque provienen de la degradación de sistemas activos anteriores. Además, presenta una característica abiótica importante: en el subsuelo yace un importante acuífero cuyas aguas provienen de los Yungas Bolivianos y se infiltra de manera progresiva en la región arenosa del Chaco Seco.

Con la temporada de lluvias concentrada entre octubre y abril, más aguas subterráneas con alto nivel de sales, los productores del Chaco Paraguayo han evolucionado en el uso de tajamares, tanques australianos, aljibes y otros sistemas que les permiten optimizar el depósito de agua.

Los **sistemas de obtención y almacenamiento de agua de lluvia son los aljibes** que se llenan con canaletas en las estructuras de las viviendas, para el consumo humano, mientras que el uso de aljibes, tajamares y tanques australianos forman parte de la estrategia de cosecha de agua que permiten dar de tomar al ganado y sobrellevar la escasez hídrica de los meses más duros del invierno.

En las localidades de **Loma Plata, Filadelfia y otras próximas, se pueden ver los tajamares**. Se trata de una excavación, de al menos siete metros de profundidad impermeabilizada que queda a cielo abierto. Con una serie de canales que aprovechan la pendiente del terreno para llenar los reservorios, si bien esto implica sacrificar terreno para mantener estos sistemas.



El Chaco Paraguayo. Fuente: Ruralandia

El tanque australiano es el punto final de la reserva, siendo una construcción circular y elevada, con paredes de tierra que sirve para distribuir el agua a partir de la gravedad del tanque. También pueden ser llenados con extracción por molinos cuando se encuentran napas con agua de baja salinidad. Se estima que tiene una evaporación, para ser efectivo, que no supere el 30 %.

Toda la tecnología, sencilla pero efectiva, sirve para soportar las inclemencias de la región si bien está condicionada a las precipitaciones y aún así, en un año muy seco, no basta para contrarrestar la escasez.

Se calcula que se acumulan 5000 m³/Ha/año tomando en cuenta lluvias promedio de 850 mm/año y 60 % de acumulación de dichas precipitaciones. Existe, además, un manejo fragmentado de los recursos hídricos en el Chaco, puesto que existen grupos de usuarios con una gestión propia como las Colonias Menonitas con sus establecimientos ganaderos. El ganado consume una gran parte del agua que se almacena.

Asimismo, [las entidades gubernamentales locales están poco orientadas hacia la gestión integral de los recursos hídricos](#) y más bien se incluye esta actividad como consecuencia del manejo de los recursos naturales en general. El concepto de cuencas hidrográficas y la gestión del agua (entre usuarios organizados) a partir de esta organización está poco difundida.

5.3.2. Climatología

En términos generales Paraguay es un país caluroso que presenta variaciones climáticas determinadas por estaciones y por la geografía. Así como el Río Paraguay divide el país en zona oriental y occidental, su localización en el trópico de Capricornio, que prácticamente cruza en medio de Paraguay, determina dos tipos de clima: el subtropical húmedo predominante en la región occidental, y el tropical de sabana que predomina en la región occidental, con clima semiárido en algunos sectores del noroeste del Chaco.

El verano es muy caluroso y la sensación se puede incrementar debido a la alta humedad. Las máximas promedio superan los 30 °C desde noviembre a marzo con sensaciones térmicas por encima de los 40 °C. Esta es la estación más lluviosa del año, las precipitaciones del verano se dan generalmente con tormentas aisladas. Las lluvias son un condicionante para los desplazamientos terrestres, particularmente hacia la zona del Chaco.

El invierno del cono sur (a mediados de año), se caracteriza por ser agradable pues presenta una mezcla entre frío y cálido, que alivia y hace más fresco el ambiente, principalmente hacia el sur del país. Esta estación se caracteriza por ser irregular, pues pueden presentarse días de intenso frío (mínimas por debajo de 0 °C), así como días calurosos (máximas por encima de 30 °C). La temperatura media del invierno ronda entre los 15 a 20 °C, y es la estación menos lluviosa del año.

5.3.2.1 Climatología en Boquerón

La Región Occidental del Chaco presenta alturas más bajas que las de la Región Oriental. Estas oscilan entre 91m y 390m.

Es una de las zonas más secas, alcanzando en el año citado una precipitación total de sólo 594 mm, en agosto y septiembre, sin lluvias caídas. Diariamente, el clima del departamento es muy seco, polvoriento con viento norte. La zona norte del departamento es de clima tropical, con mínimas que bajan solo excepcional, y mínimamente, de 11°C.

5.3.3. Patrimonio natural y biodiversidad

Paraguay es un país altamente biodiverso, por su posición central en Sudamérica, en el que confluyen cinco grandes ecorregiones: el Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA), el Chaco, (Seco y Húmedo), el Pantanal y el Cerrado, que albergan un mosaico de ecosistemas muy diversos. Aunque Paraguay no cuenta con un inventario completo de las especies de fauna y flora que habitan su territorio, se estima que en estas ecorregiones existen de unas 8.000 a 13.000 especies de plantas y 100.000 especies de invertebrados. De estas han sido identificadas 4.490 plantas, 2.434 invertebrados, 297 especies de peces, 681 de aves, 182 de mamíferos, 159 reptiles y 85 de anfibios (MNHNP, 2015).

El país está ubicado en un centro de especiación y dispersión para las plantas de la Cuenca del Plata. Muchas de ellas son endémicas de la cuenca y del Paraguay. Destacan unas 13 de importancia socio-económica como la yerba mate (*Ilex paraguariensis*), la piña (*Ananas comusus*), la mandioca (*Manihot esculenta*), el ká'a hé'e (*Stevia rebaudiana*) y la *Crisanta Rodas*, entre otras.

En cuanto a la riqueza de aves y mamíferos Cardozo (2016), utilizando información de la base de datos BiodiversityMapping.org (Pimm et al., 2014), elaboró para Paraguay mapas de distribución de riqueza, amenazas y áreas críticas, tanto para aves como para mamíferos, reportando una mayor riqueza para ambas clases taxonómicas en la Región Oriental; cubren las ecorregiones del Alto Paraná y la Selva Central con 475 aves y la Región Occidental como la zona con menor riqueza, con 270 aves. Para mamíferos, el área con mayor exuberancia corresponde a la Región Oriental, integrando las ecorregiones Amambay, Selva Central y Alto Paraná como las más destacadas, con 113 y 72 especies para las áreas con mayor y menor riqueza, respectivamente.

Existen en el Paraguay 99 especies registradas de peces que poseen algún tipo de valor especial o económico: amenazadas a nivel global, casi amenazadas, de comercio controlado, acuarismo, pesca deportiva y comercial. Una de las actividades que genera ingresos es la pesca deportiva, donde los peces utilizados son aquellos de porte grande y que ofrecen resistencia a ser cazados, como el dorado o el chafalote.

Tabla 1. Principales especies de peces de importancia comercial

Río Paraguay	Río Paraná	Río Pilcomayo
Carimbatá – <i>Prochilodus lineatus</i>	Surubíes – <i>Pseudoplatystoma spp.</i>	Sábalo – <i>Prochilodus lineatus</i>
Boga – <i>Leporinus spp.</i>	Dorado – <i>Salminus brasiliensis</i>	Dorado – <i>Salminus brasiliensis</i>
Pacú – <i>Piaractus mesopotamicus</i>	Pacú – <i>Piaractus mesopotamicus</i>	Surubí – <i>Pseudoplatystoma</i>
Bagres – <i>Pimelodus spp</i>	Manguruyú – <i>Paulicea lutkeni</i>	Tararina – <i>Hoplias malabaricus</i>
Tararina – <i>Hoplias molabaricus</i>	Pira Pytá – <i>Brycon orbygnianus</i>	
Armado – <i>Pterodoras granulosus</i>	Boga – <i>Leporinus spp.</i>	
Patí – <i>Luciopimelodus pati</i>	Bagres – <i>Pimelodus spp.</i>	
Dorado – <i>Salminus brasiliensis</i>	Armado – <i>Pterodoras granulosus</i>	
Surubí – <i>Pseudoplatystoma spp.</i>		
Corvina – <i>Plagioscion ternetzi</i>		
Manguruyú – <i>Paulicea luckeni</i>		

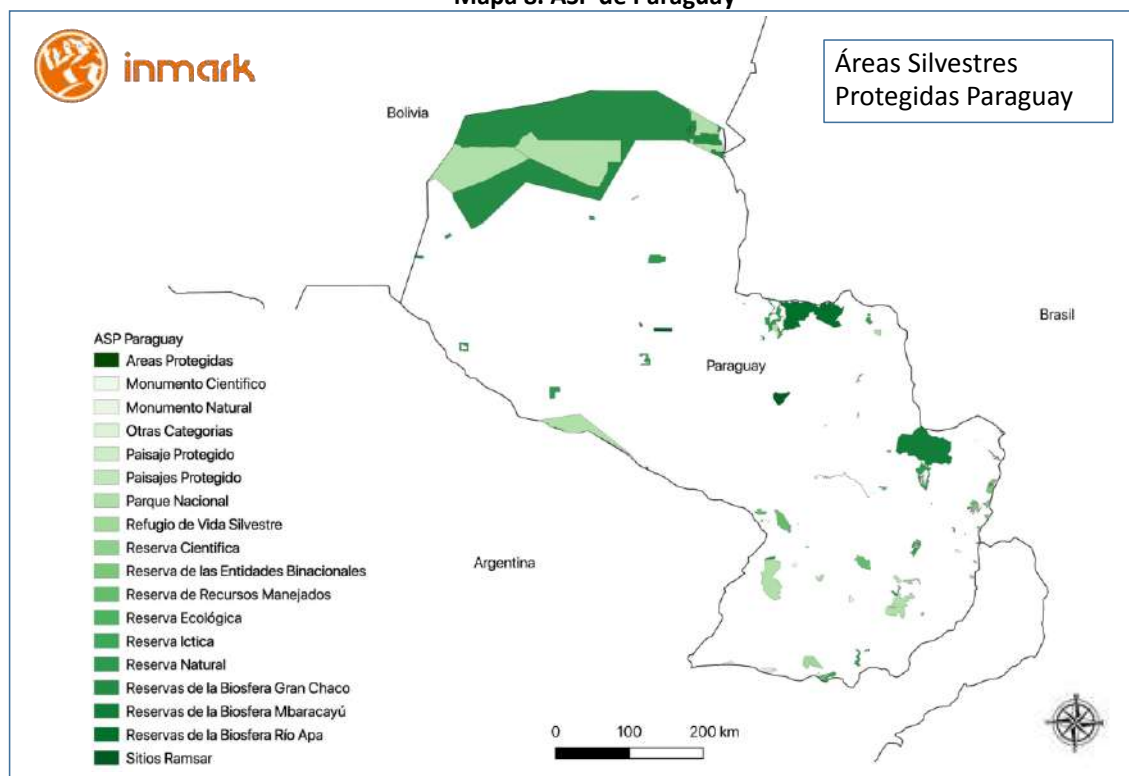
Fuente: Estrategia Nacional y Plan de acción para la conservación de la Biodiversidad del Paraguay 2015-2020.

En cuanto al potencial para el **aviturismo**, Paraguay registra un total de 716 especies de aves, aunque existe alguna discordancia entre los expertos y la cifra oficial. De estas, 209 son especies de aves de interés especial o económico: endémicas, amenazadas a nivel global, casi amenazadas, de comercio controlado, de interés cinegético, gastronómico, o para mercado de mascotas.

Respecto a las áreas protegidas, el manejo y administración del **Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas (SINASIP)** está regulado por la Ley 352/94 de Áreas Silvestres Protegidas. Las áreas protegidas administradas exclusivamente por MADES (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible), que acumulan 32 espacios y 2.466.769 hectáreas, se detallan a continuación:

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| → 15 Parques Nacionales | → 1 Reserva científica |
| → 3 Reservas de Recursos Manejados | → 2 Reservas de recursos naturales |
| → 1 Monumento Natural | → 1 Reserva nacional |
| → 6 Paisajes protegidos | → 1 Monumento Científico |
| → 1 Refugio de vida silvestre | → 1 Reserva Ecológica |

Mapa 8. ASP de Paraguay



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

Otro recurso potencial para el establecimiento de rutas transfronterizas son las **Cataratas de Iguazú, Patrimonio de La Humanidad**, que se encuentran sobre el Río Iguazú haciendo triple frontera en Ciudad del Este (Departamento de Alto Paraná) con Argentina y Brasil. La triple frontera involucra a empresas y fundaciones de los tres países, como Itaipú Binacional, la central hidroeléctrica más grande del mundo, que cuenta con programas de fomento al turismo y complejos turísticos.

5.3.3.1. Patrimonio Natural y biodiversidad en Boquerón

El Chaco es el segundo ecosistema en importancia de América del Sur después de la Amazonía y goza ya de un reconocimiento como imaginario de la biodiversidad y como espacio igualmente transfronterizo es potencial para el desarrollo de rutas turísticas integradas territorialmente.

El Chaco paraguayo contiene dos regiones: el Chaco seco (a menudo llamado el Chaco) y el Chaco húmedo. El Chaco seco se extiende a través de segmentos de Paraguay, Argentina, Bolivia y una pequeña parte de Brasil.

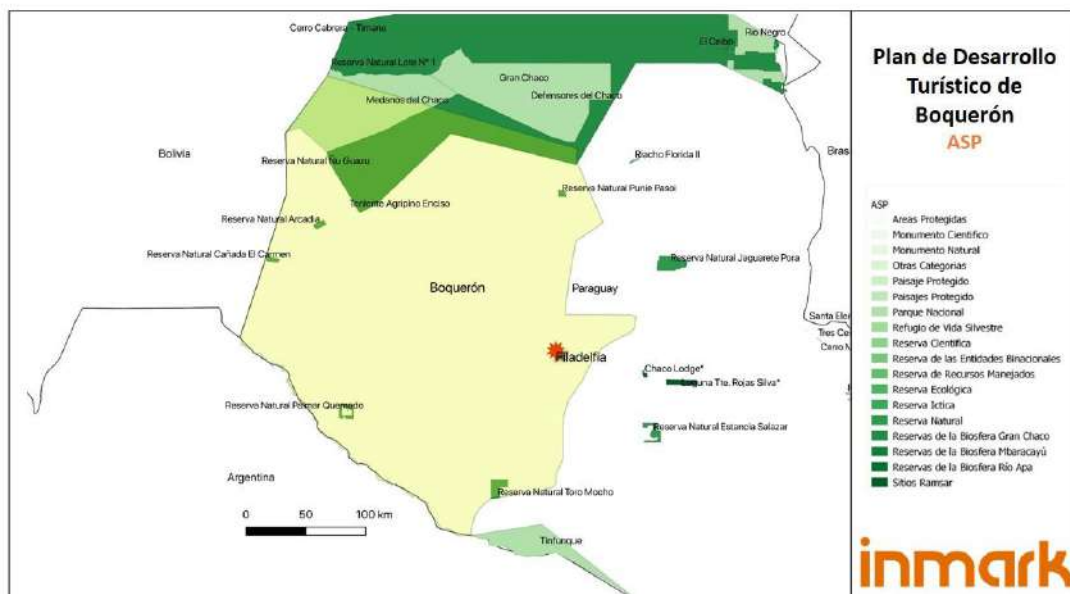
Destaca, **la Reserva de Biosfera Chaco Paraguayo** fue declarada por el Estado paraguayo en el año 2001, y luego reconocida por el programa MAB de la UNESCO en 2005. Dentro de su territorio confluyen cuatro eco-regiones: el Chaco Seco, el Chaco Húmedo, el Cerrado (la Chiquitanía) y el Pantanal. Se encuentra en los departamentos de Alto Paraguay y Boquerón, y es muy rica en diversidad ecológica y cultural. Fue creada debido a la necesidad de proteger grandes extensiones representativas que albergan muestras del patrimonio natural y cultural del Paraguay.

La Reserva de Biosfera contiene 20 de las 21 comunidades vegetales que se describen para el Chaco e incluyen como núcleo a 5 Áreas Silvestres Protegidas de las 6 que existen en el Chaco actualmente que son: el Parque Nacional Teniente Enciso, Parque Nacional Río Negro, Parque Nacional Defensores del Chaco, Monumento Natural Chovoreca y Reserva Natural Cabrera-Timane. Además, se han incorporado otras áreas protegidas que son: las reservas naturales Ñu Guasu, Lote 1, Punie Paesoi y Yaguarete Pora. En sus 4.707.250 hectáreas (7.400.000 hectáreas reconocidas por la UNESCO), se encuentran los ecosistemas más prístinos del país, así como especies amenazadas y únicas. La Reserva de Biosfera extiende desde los áridos médanos en la frontera con Bolivia al Oeste hasta los humedales correspondientes al Pantanal de la cuenca alta del río Paraguay al Este. Además, ayuda en la protección de procesos naturales vitales para el Chaco como el acuífero Yrendá, el sistema de ríos temporarios del Timane, y los cursos de aguas permanentes como los ríos Negro y Paraguay.

El **PN Defensores del Chaco (PNDCH)** tiene parte de su área en Filadelfia y forma parte de la **Reserva de la Biosfera del Chaco**, cuyos límites llegan hasta la frontera con Bolivia, conformando una unidad de protección continua con el PN ANMI Kaa Iya. Ubicado al norte del territorio paraguayo, el PNDCH protege paisajes naturales chaqueños bien conservados, que se consideran territorios ancestrales del pueblo Ayoreo.

Actualmente al interior del área protegida, viven algunos grupos pequeños de Ayoreos “no contactados”, denominados también “en aislamiento voluntario o silvícolas”. Desde el 2004, que se produjo un contacto en Chaidi, se hizo un seguimiento sistemático de los “Ayoreos silvícolas”, determinándose que son muchos más de los que se suponía hasta entonces. Un grupo silvícola transita por la zona conocida por los Ayoreo como Amotocodie, al noroeste de Filadelfia (desde el sur del Cerro León hasta Campo Norte). Otro grupo tendría su centro en el Parque Médanos y otro a ambos lados de la frontera, desde el cerro San Miguel hacia el oeste y suroeste, hasta la zona de Cerro Cabrera. Los grupos usarían corredores, uno de los cuales cruzaría el PNDCh (Oeste del Cerro San Miguel, hasta Madrejón)” (SEAM & DESDELCHACO, 2006).

Mapa 9 ASP de Boquerón



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de OpenStreetMap

La Ecorregión del Chaco Seco, dentro de la cual se encuentra el Departamento de Boquerón y por tanto Filadelfia, se encuentra al noroeste del Gran Chaco Sudamericano. Ocupa la parte noroeste del Chaco Paraguayo y se extiende hasta el norte de Argentina y el sur de Bolivia. Es una región semiárida, la más seca del Paraguay. Presenta una interesante y rica variedad de sistemas ecológicos de vegetación seca, desde sabanas tropicales hasta matorrales espinosos densos e incluso vegetación abierta sobre dunas (médanos).

El Chaco Seco ocupa la mayor parte de la llanura chaqueña paraguaya. Sus 17,5 millones de hectáreas en el Paraguay están cubiertas por bosques xerófilos, apenas interrumpida por pastizales, cardonales y, en la zona central, alguna que otra salina. El árbol emblemático de la ecorregión es el quebracho blanco y el quebracho colorado, dueño de un porte imponente y, como señala su nombre, una madera capaz de quebrar hachas. A su sombra encuentra refugio el amenazado yagareté (*Panthera onca*) -ya extinguido en otras partes del país- y dos fósiles vivientes: el tatú carreta (*Priodontes maximus*) (armadillo gigante) y el tagua o pecarí chaqueño (*Catagonus wagneri*).



Fuente: Parques Nacionales Naturales del Paraguay

Es la más seca del país y está dominada por bosques bajos, con abundancia de cactáceas.

Destaca también la zona de transición entre el Chaco Húmedo y el Chaco Seco. Desde el noreste al suroeste, atravesando el Chaco, se extiende un cinturón de 50 a 75 km de ancho por 500 km de largo de un acuífero (agua subterránea) superficial salino. Este cinturón, se ubica en la zona de transición entre el Chaco Húmedo y el Chaco Seco y se manifiesta con la presencia de lagunas, cauces y campos bajos salobres de forma natural. Los bosques de esa región ejercen una función protectora contra la salinización debido, por un lado, al gran desarrollo de sus raíces que profundizan lo suficiente como para mantener controlada la subida de nivel del agua subterránea hacia la superficie del suelo.

Ciertos árboles y arbustos como el viñal y el palo santo pueden absorber agua con niveles salinos muy superiores al resto de las plantas. Si a esto se suma el hecho que el monte elimina grandes cantidades de agua por transpiración a través de sus hojas, se entiende el control que ejerce la vegetación sobre la subida de las aguas salinas hacia la superficie. En esta región se encuentra una serie de áreas naturales protegidas privadas que permitirían mantener una muestra de esta singular región del Paraguay, como [Campo María](#), [Laguna Capitán](#) y [Chaco Lodge](#).

En el otoño e invierno, las lagunas saladas de estas reservas presentan un espectáculo único para los observadores de aves por la abundante presencia de flamencos, cisnes coscoroba, espátulas rosadas, garzas, patos y teros reales.

Las áreas silvestres más extensas del Paraguay se encuentran en el Chaco seco, sobre todo en la porción norte del mismo, en la frontera con Bolivia. Este hecho ha llevado a la comunidad conservacionista internacional a reconocer al Chaco seco paraguayo-boliviano como uno de los últimos sitios salvajes (originalmente denominado «The Last of the Wild» por Sanderson et al. 2000) del Cono Sur de Sudamérica (Sanderson et al. 2002). Debido a su gran extensión y buen estado de conservación, el Chaco Seco es considerado como un área importante para la conservación del jaguar o yaguareté (*Panthera onca*) a nivel regional (Sanderson et al. 2000) y probablemente para otras especies como el armadillo gigante (*Priodontes maximus*) y el mboreví o tapir (*Tapirus terrestris*). En las zonas adyacentes a los parques nacionales como Defensores del Chaco, así como otras partes de la reserva de biosfera, han aumentado las áreas deforestadas.

Las Lagunas Saladas en el Chaco, no son alimentadas por arroyuelos o ríos, como se supondría por su tamaño. El agua proviene de los bosques circundantes, cuyos suelos arcillosos no pueden absorber toda el agua de las copiosas lluvias, la cual entonces corre hacia las lagunas situadas en zonas más bajas. Por las precipitaciones, sube el nivel de las muy saladas aguas subterráneas, salen a la superficie en las zonas bajas de las lagunas y se mezclan así con las juntadas aguas de lluvia, para formar las así denominadas aguadas salobres.

Se han creado reservas naturales bajo dominio privado, entre las que están la reserva natural privada Campo María, con lagunas dulces, salobres y saladas de 4.500 hectáreas; Chaco Lodge, con más de 2.500 hectáreas, y Laguna Capitán, con unas 200 hectáreas, las cuales forman parte del ecosistema de las lagunas saladas como zonas de amortiguamiento para los seres vivos y el ecoturismo, por constituir un lugar bello, único y especial en el Chaco paraguayo.

5.3.4. Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural del Paraguay es amplio y diverso, determinado por su historia y por la riqueza multicultural. Su patrimonio va desde vestigios de culturas existentes desde épocas precolombinas como la guaraní hasta lo testimonial arquitectónico y urbanístico de raigambre colonial representado en bienes inmuebles del patrimonio religioso y, en bienes muebles integrados por valiosos objetos artísticos que son expresión del singular mestizaje cultural y religioso que ocurrió en Paraguay, especialmente marcado por la presencia de la Compañía de Jesús y los franciscanos. Sobresalen de éstos últimos las ricas y elaboradas tallas, imaginería y retablos barrocos con la mezcla indígena que produjeron un singular arte barroco en Paraguay.

La llegada de inmigrantes de Europa, Norte América y Asia ha enriquecido también las manifestaciones culturales materiales e inmateriales.

Paraguay inscribe en las listas Unesco de sitios del patrimonio histórico y cultural de la Humanidad en 1993, a las Misiones Jesuíticas de La Santísima Trinidad de Paraná y Jesús de Tavarangue. Su reconocimiento se basa en que los vestigios de estas misiones son un recordatorio de la cristianización de los jesuitas de la cuenca del Río de la Plata en los siglos XVII y XVIII, con las iniciativas sociales y económicas, además de su enorme interés arqueológico, arquitectónico y artístico.

Actualmente se encuentra en lista tentativa la candidatura a declaratoria UNESCO del Complejo Ferroviario y Pueblo Inglés de Sapucaí sometido en 2018.

A pesar de poseer una gran riqueza de expresiones y manifestaciones culturales propias del patrimonio inmaterial, Paraguay aún no forma parte de las Listas del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad de la Unesco.

La Ley 946/82 “De Protección de los Bienes Culturales” desarrolla acciones para el reconocimiento y protección del Patrimonio Material e Inmaterial del país y registra varias declaratorias de interés nacional y se cuenta con la categoría de declaratoria nacional de Bien de valor patrimonial cultural. A 2018 se cuenta con las siguientes declaratorias por parte de la Secretaría Nacional de Cultura:

- El cuartel “De La Victoria”, conjunto de valor patrimonial cultural en memoria de los hechos históricos y a los excombatientes de la Guerra del Chaco, ubicado en el barrio Reducto de la ciudad de San Lorenzo.
- Histórica ruina de Humaita, Ex Iglesia de San Carlos de Borromeo, como conjunto de valor Patrimonial Cultural y Arqueológico, Ubicado en el Departamento de Ñeembucu.
- Ciudad de Caazapá con sus aceras y construcciones de la época de las Reducciones Franciscanas, Conjunto urbano patrimonial
- Centro Histórico de la Ciudad San Cosme y Damián en el Departamento de Itapúa.
- Capilla Estanciera de San Antonio, en el distrito de trinidad, departamento de Itapúa.
- Mole de piedras conocida como Castillo el Peñón, construido en las aguas del río Paraguay en el año 1932, entre Villa Hayes y Piquete Cué.

Tienen declaratoria como Patrimonio Nacional Cultural Inmaterial la Nación por parte de la Secretaría Nacional de Cultura o el Ministerio de Educación y Ciencia:

- La Polca paraguaya; la producción artística, poética y musical de Emiliano R. Fernández; la Guaranía; “la Zarzuela Paraguaya”;
- manifestaciones culturales del arte, usos, rituales, actos festivos, músicas y danzas de la comunidad afrodescendiente Kamba Cuá;
- la tradición jinetera del Paraguay;
- la Festividad de San Francisco Solano; la Semana Santa y El Pesebre; la celebración de la Inmaculada Concepción de Caacupé y la Fiesta de San Pedro y San Pablo en la ciudad de Altos;
- prácticas y saberes tradicionales del Tereré en la cultura del Pohã Ñana o hierbas medicinales y los sistemas curativos;
- técnicas de elaboración tradicional e industrial y recetas de la Chipa Paraguaya y la gastronomía típica del Paraguay (El Vori Vori, El Locro, La Sopa Paraguaya y El Jopará, el Ka’áy-Mate, el Tereré, el Cocido, la Aloja, el Clericó, la Chipá, la Sopa Paraguaya y el Mbeju);
- conocimientos y saberes populares de “los Mitos del Paraguay y sus Interpretaciones”;
- técnicas y procedimientos tradicionales de la Filigrana Paraguaya; el Ao Po’í, bordado; el tejido Encaje Ju y el encaje Ñandutí; los tejidos originarios del poblado de Ntra. Señora de la Virgen del Rosario Yataity del Guairá; la manufactura de la Hamaca y el Poncho;
- los juegos infantiles del Trompo, la Valita, la Tiquichuela y la Pandorga;
- el Universo Cultural Guaraní; el Guyra Ita y Guyra Tupin, Guyra Camapana o pájaro campana, árbol del Tajy o Lapacho en todas sus variantes y el Mbokaja o coco paraguay.

Paraguay cuenta con 6 museos de interés nacional y no cuenta con declaratorias de bienes de interés cultural inmaterial del nivel nacional.

No obstante, en el entendido de que el patrimonio cultural inmaterial es tradicional, contemporáneo y vivo y es representativo de los pueblos, Paraguay cuenta con numerosos eventos y fiestas patronales y religiosas de alto valor cultural y artístico.

Entre muchas cabe mencionar la celebración del **Viernes Santo en Tañarandy**, en el departamento de Misiones, en el que sobresalen la procesión de la dolorosa, las lámparas elaboradas con cáscara de naranja, la ceremonia del descendimiento de la cruz y la puesta en escena del artista Koki Ruiz. Igualmente se mencionan el día de la cruz o el Kurusú Ará que se celebra cada 3 de mayo, fiesta que se remonta a la época de la evangelización franciscana y el Día de Nuestra Señora de la Asunción, la santa protectora de la ciudad Capital, cada 15 de agosto.

Se destaca como tradición cultural paraguaya, sus culinarias ancestrales que conservan los elementos de la **cocina guaraní**, a la que se suma la tradición de los cortes de carne de res de alta calidad. Son especiales los productos de repostería, panadería, en especial las chipas.

La **yerba mate** es un patrimonio cultural paraguayo. Acompaña a los paraguayos en todo momento, dando origen a utensilios típicos para su consumo. Yerba Mate caliente para el invierno, Tereré para el verano, forman parte del paisaje humano.

La biodiversidad del país se ve reflejada en la artesanía que es muy variada. Es quizá el **Ñatundy** una de las más representativas. Es propia de las poblaciones de Paraguarí y Central y son bordados en hilo tipo telaraña. También se destaca la **filigrana de Luque**, la **talabartería**, la fabricación de **instrumentos** como el arpa y la guitarra que son primordiales en la música paraguaya.

El legado de las misiones jesuíticas se reúne en la **“Ruta Jesuítica”**, en la cual se integran empresas y comunidades entorno al del patrimonio cultural y natural que tienen en común.

Quizá, el hecho cultural más relevante en Paraguay, sea el extenso uso de la lengua guaraní como parte de la estructura social paraguaya. Este hecho se constituye en un recurso turístico cultural y experiencial.

5.3.4.1. Patrimonio cultural de Boquerón

El Departamento de Boquerón presenta un importante patrimonio cultural.

■ Cultura menonita

Respecto a Filadelfia, el patrimonio cultural hace referencia principalmente a la población menonita. En este caso los menonitas ofrecen a través de un conjunto de museos (propiedad Cooperativa Fernheim), toda la historia y cultura de su conformación, hasta su llegada y vida en Paraguay. El conjunto de museos de Fernheim se compone de varios edificios, cada uno con su contenido temático. Estos son: la Casa de la Colonia (objetos antiguos, guerra del chaco, fotogalería), el Museo Científico Jakob Unger (naturaleza, animales y plantas), el Museo del encuentro intercultural y el Museo de la historia menonita. Existen además un Museo de la Industria, un Museo del Hospital, un Museo Escolar, una Casa Knelsen (exhibe una vivienda de época antigua) y el Parque de “Ruedas Pioneras”.



Fuente: Inmark Europa S.A.

■ Patrimonio industrial

Comprende las instalaciones industriales y de producción agropecuaria.



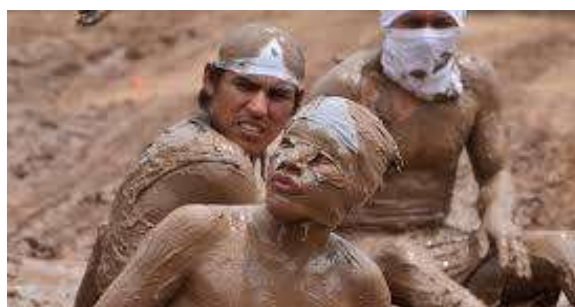
■ Cultura Indígena

Respecto al patrimonio cultural indígena, la mayor parte de los indígenas chaqueños están dispersos, alejados de sus tierras ancestrales y sin tierra propia donde puedan desarrollar sus actividades esenciales. Han sido obligados a cambiar su estilo de vida de cazadores- recolectores y a trabajar marginados en los establecimientos ganaderos o como mano de obra ocasional en los centros urbanos.

Las comunidades indígenas que viven en Filadelfia son Cacique Mayeto (Enlhet), Uj'e Lhavos (Nivaclé), Yvopey Renda (Guaraní), y recientemente se ha fundado el barrio Guida Ichai (Ayoreo).

El patrimonio cultural indígena se ofrece a través de las artesanías que son vendidas en el Centro de Artesanías de la Municipalidad de Filadelfia y una de las festividades más importantes para la Comunidad Guaraní, el Arete Guasu.

El Arete Guasu, la fiesta sagrada en que los pueblos guaraníes del Chaco Sudamericano se encuentran con los espíritus de sus antepasados, en la que se expresa la cosmogonía guaraní a través de un encuentro entre el mundo de los muertos y de los vivos.



Fuente: Arete Guasu. Bienvenido a Paraguay

Se trata de una de las celebraciones indígenas más importantes de América del Sur, las cuales se llevan a cabo en las comunidades guaraníes del sur de Bolivia, del noreste argentino y del Chaco paraguayo.

Los festejos del Arete Guasu se están celebrando en Santa Teresita, en Mariscal Estigarribia, y van a comenzar en Filadelfia, donde las máscaras, la música, el baile y la ingesta de chicha son parte de un encuentro en el que se complementan el mundo terrenal y el espiritual.

"El Arete Guasu de hecho tiene muchas interpretaciones que van desde la ritualidad, lo sagrado, a lo que puede verse como teatral. Desde lo histórico a lo social, en distintos niveles de realidad".

El Arete Guasu (Fiesta Grande, en guaraní), se celebra en el mes de febrero.

■ Fortines de la Guerra del Chaco

Vestigios de la Guerra. Existen en el Departamento de Boquerón sitios emblemáticos de la Guerra del Chaco: Fortín Boquerón, Punta Riel, Isla Po'i, Teniente Enciso, Fortín Toledo y otros, con museos y senderos en algunos casos.

Fortín Boquerón. Fundado el 19 de Julio de 1928 por el My Félix Cabrera, Cap. Cab Tranquilino Ortiz Cabral y por el Tte 1º Cab Eugenio Ayala Velázquez. Este último fue su primer comandante.

El Fortín Boquerón fue tomado el 31 de Julio de 1932 por tropas bolivarianas comandadas por el Teniente Coronel Emilio Aguirre, quien perdió la vida en el asalto realizado, quemando en su remplazo el My Manuel Marzana. El gobierno nacional decreta la movilización y tras la asunción presidencial del Dr. Eusebio Ayala, se ordena la recuperación del Fortín y con ella se produce la Batalla de Boquerón, conocida también como la Batalla de los 20 días o Batalla Escuela.

Las maniobras militares ofensivas para su recuperación se inician el 9 de septiembre de 1932, culminando con la capitulación de las tropas bolivarianas el 29 de setiembre del año mencionado.

En este sitio histórico se pueden apreciar varios atractivos:

- Tuca del Comandante Bolivariano Manuel Marzana, que constituía su Puesto de Comando.
- Recorrido en las líneas de trincheras, que circunvalaron el Fortín Boquerón.
- El cementerio paraguayo.
- El cementerio boliviano.
- Lápida de la Amistad.
- Museo: en el mismo se encuentran armamentos utilizados en la batalla, un avión Potez 25, recuperado del Teatro de Operaciones, un camión Ford, el mapa histórico con la ubicación de los principales sitios históricos, línea de tiempo y material fotográfico.
- La Cruz de Coronillo, que fue puesta en este sitio un 29 de septiembre de 1935, por familiares y amigos de los que cayeron en esta Batalla.
- Restos de horcones originales.
- Hospital de Boquerón.
- Aguada original del Fortín Boquerón.



Fuente: Inmark Europa S.A.

5.3.5. Infraestructura y servicios

La capacidad de un destino turístico para atraer demanda e inversión también está relacionada con las infraestructuras y servicios que tenga, su calidad, cantidad y adecuación.

■ **Servicios Públicos y suministros**

Actualmente en Paraguay sólo el 48,38% de la población tiene algún sistema para manejo de residuos líquidos, en su mayoría manejan cámaras sépticas y pozos ciegos. Esto es una deficiencia a nivel general del país, según la Dirección de Agua Potable y Saneamiento, la cobertura de alcantarillado sanitario a nivel nacional es solo del 11% y tan solo el 2% de las aguas residuales son tratadas. (Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, Dirección de Agua Potable y Saneamiento, 2018).

Según la Dirección de Agua Potable y Saneamiento, Boquerón y sus municipios, incluido Filadelfia, son el territorio con menor cobertura en cuanto al servicio de provisión de agua por red, esto se ve reflejado en la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) que realiza la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos; aunque el 88,12% de la población tiene acceso a fuentes de agua mejoradas, el 65,02% de estas aguas provienen de aguas lluvias, por ello aunque un gran porcentaje de la población tiene acceso al agua, no es sinónimo de la mejor calidad.

Una preocupación constante para el Departamento de Boquerón ha sido la provisión continua de agua. Por ello, las comunidades menonitas en cada residencia se proveen de agua mediante el acopio del agua de lluvia, el cual se acumula en aljibes o cisternas. Las ciudades menonitas cuentan además con reservorios de agua o tajamares para juntar y guardar el agua de lluvia.

Por otro lado, el departamento y sus municipios tienen un punto a favor en el servicio de corriente eléctrica, ya que el 87,51% de la población tiene energía proveniente de las redes de distribución pública. Esto es un común denominador en Paraguay, ya que es uno de los países con mayor producción de energía de fuentes renovables.

En Filadelfia, por ejemplo, la Cooperativa Fernheim, en convenio con la ANDE (Administración Nacional de Energía), distribuye la energía eléctrica a los usuarios en un área determinada con una red de media y baja tensión, aplicando el pliego de tarifas vigente de la ANDE. La Cooperativa Fernheim dispone de grupos de generadores electrógenos para el suministro de corriente eléctrica, en casos de emergencia, a fin de atender a los usuarios y salvaguardar la producción de las diferentes fábricas e instalaciones locales. El mantenimiento de las instalaciones, tales como las líneas de media y baja tensión, la subestación, puestos de entrega de energía eléctrica, entre otros es efectuado por personal calificado en el área.

En el resto de municipios, la ANDE, distribuye la energía eléctrica a los usuarios en un área determinada con una red de media y baja tensión, aplicando el pliego de tarifas vigente.

El sistema de salud paraguayo está compuesto por los sectores público, privado y mixto, cada entidad que esté vinculada al sistema de salud convencional, así haga parte del sector privado, debe ser sin ánimo de lucro. Los privados que se lucren de esta actividad componen la medicina prepagada.

En materia de servicios generales, el Departamento de Boquerón cuenta con cuatro hospitales, todos privados; así como colegios de enseñanza primaria y secundaria y centros de formación profesional técnica. Según el Anuario Estadístico de la DGEEC, Boquerón y sus municipios, incluido Filadelfia, tienen una de las estructuras hospitalarias más pequeñas del país: 1 hospital regional, 15 puestos de salud, 3 dispensarios, 11 unidades de salud familia y 1 hospital materno infantil.

En Filadelfia, por ejemplo, se encuentra el Hospital Filadelfia que vela por la salud integral de los socios de la Asociación Fernheim y atiende a todas las personas que acuden a sus servicios. El Hospital Filadelfia funciona desde los inicios de la fundación de la Colonia Fernheim.

■ Comunicaciones

Paraguay ha tenido un importante desarrollo en cuanto a las comunicaciones y su tecnología, según la EPH 2017, los municipios del departamento de Boquerón tuvieron importantes avances, que además se ven más marcados en las zonas urbanas como es el caso de Filadelfia, en el 90% de los hogares hay un teléfono móvil, además cada vez se usan menos las líneas fijas, esto se refleja en el casi 9,54% que aún tienen una, sumado a esto la conexión a internet es del 25,44% del territorio. Por otro lado, la televisión sigue vigente en los municipios del departamento de Boquerón, el 69,72% tiene un televisor en casa y el 52,75% adquieren planes de televisión por cable. Además, tiene servicio de internet gratuito en la Plaza de la Alegría en Filadelfia.

Boquerón cuenta con comunicación telefónica, tanto de línea como inalámbrica. De ambas, la de mayor relevancia es la proporcionada por la telefonía inalámbrica, aunque la cobertura de las distintas compañías operadoras varía con respecto a las distintas zonas. La telefonía de línea está restringida a los grandes centros urbanos, razón por la cual su alcance es limitado. La comunicación vía internet se encuentra extendida en gran parte del Departamento y constituye un medio eficaz para el intercambio de informaciones.

En la actualidad el estado de las comunicaciones de este tipo satisface las necesidades, aunque requiere ampliación de cara a acompañar el proceso de desarrollo del Departamento. Un mayor crecimiento económico, acompañado de un mayor aumento de la población exige una mayor dotación de infraestructura de comunicación de este tipo, razón por la cual es necesario prever tal situación. Por otro lado, es importante señalar que las limitaciones en materia de comunicaciones de este tipo constituyen un factor adverso para el asentamiento de inversiones de carácter externo, además de las llevadas adelante por empresas del Departamento.

5.4. Mercado Turístico

5.4.1. Contexto turístico internacional

5.4.1.1. Internacional

Según la OMT, en 2017 hubo 1.323 millones de turistas, los cuales representan un crecimiento del 7%, el más alto desde 2010 según la organización y superando la previsión del 3,8% de crecimiento anual, dejando un ingreso total de USD \$1,34 billones (EEUU).

Para la OMT, este crecimiento es producto de la demanda constante de viajes a diferentes destinos de todas las regiones del mundo, además de la recuperación de destinos que se habían visto afectados por problemas de seguridad. Cabe resaltar que para este periodo destinos como Rusia, Brasil e India se destacaron en la recepción de turismo, mientras que, subregiones como Europa Meridional y Mediterránea, Asia Meridional y del Sudeste y África del Norte se convirtieron en los destinos con mayor demanda en 2017.

Ilustración 2. Turismo internacional 2017



Fuente: O Páncnacs (UNWTO) de turismo internacional 2017 - Organización Mundial del Turismo (UNWTO), agosto 2018

Fuente: UNWTO

El medio de transporte más usado durante el periodo de 2017 fue el avión, con un 57% del total de viajeros en el año, seguido por los medios terrestres, los cuales movilizaron al 37% de los turistas. El principal motivo de viaje fue el ocio y la recreación con el 55%; la visita a parientes y amigos obtuvo el 27% de los viajeros mientras que los negocios y motivos profesionales, movilizaron el 13% de los turistas mundiales.

5.4.1.2. Latinoamérica

En cuanto a la región de América, se calcula que el crecimiento de las llegadas durante el 2017 fue del 5%, representado en 211 millones de turistas internacionales que escogieron destinos continentales como Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Uruguay y Nicaragua.

En el caso del Caribe, se evidenció una caída en destinos tradicionales que se vieron afectados principalmente por huracanes; mientras que República Dominicana y Jamaica experimentaron un sólido crecimiento durante el año.

El crecimiento experimentado por América equivale a USD \$326.000 millones de.

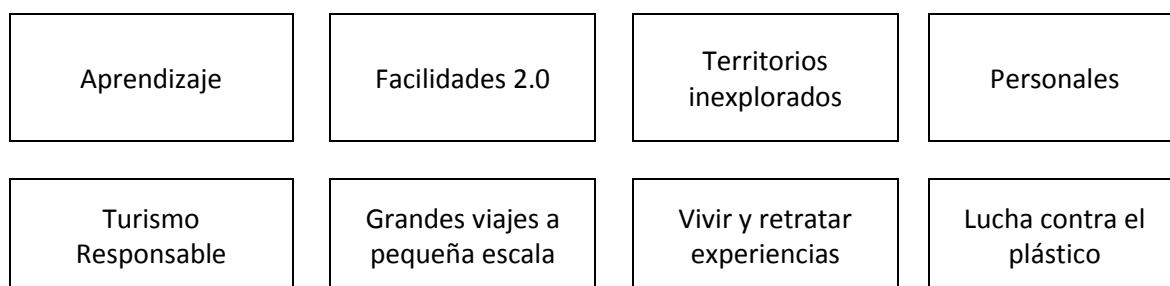
El porcentaje del aporte de la industria de los viajes y el turismo al PIB en el sector de las Américas no difiere del 10% descrito anteriormente a nivel mundial. Sin embargo, la subregión del Caribe es la región que más depende del turismo a nivel mundial, con el turismo como recurso primario de empleo e inversión extranjera directa, y el más amplio contribuyente al PIB en la mayoría de estos países.

Referente a la procedencia de los viajeros durante 2017, se destaca que 4 de cada 5 turistas viajaron dentro de su propia región. Europa continuó siendo la región de turismo emisor más importante del mundo, aun así, producto del aumento en el nivel de las rentas disponibles, economías como Asia, Europa Central, Oriente Medio, América y África registraron un notable crecimiento en cuanto a turismo emisor en relación con años anteriores.

5.4.1.3. Tendencias internacionales

La Plataforma [Booking.com](https://www.booking.com) realizó durante 2018 una encuesta a 21.500 viajeros de 29 países para conocer cuáles serán las ocho tendencias en viajes para el próximo año. Tendencias que los destinos y los actores que forman parte de la Cadena de Valor del Destino han de tener en cuenta para la planificación estratégica de los territorios bajo un enfoque de la demanda.

Ilustración 3. Ocho tendencias de viaje para 2019



Fuente: Booking.com

Así mismo, [TrekSoft](https://www.trekksoft.com)⁶, en su estudio *Informe de las Tendencias Turísticas para 2019*, ha profundizado en el sector de tours y actividades. Para ello, han analizado tres fuentes principales de información:

⁶ TrekSoft es un proveedor de programas informáticos de reservas y pagos en línea para empresas de actividades de ocio. Se trata de una compañía de servicios de programación afincada en Interlaken, Suiza.

- En agosto de 2018, Encuesta de Turismo, con 958 participantes de todo el mundo.
- Estudio de datos de las reservas procesadas entre 2017 y 2018. Como proveedor de software de reservas, han tenido acceso a una gran fuente de datos que ha revelado ciertas tendencias de comportamiento de reserva, exclusivas del sector de tours y actividades.
- Finalmente, han contactado con sus clientes, expertos de la industria y socios de distribución para conocer sus ideas y opiniones sobre temas importantes y los avances tecnológicos en la industria.

De estos dos informes se extraen algunas de las tendencias turísticas más destacadas para 2019:

Tabla 2. Tendencias turísticas más destacadas para 2019

Aprendizaje	<p>Los turistas buscarán experiencias que les aporten un valor añadido en su desarrollo personal. Aumentará la demanda de viajes educativos, que incluyen un componente de aprendizaje sobre la cultura local, técnicas de elaboración de productos artesanales, gastronomía o técnicas agrosostenibles, entre otras.</p> <p>Se buscarán formatos novedosos de formación online, con cursos más cortos, más específicos y diseñados para mejorar las competencias profesionales.</p>
Innovaciones 2.0	<p>Destacarán las innovaciones que puedan ofrecer soluciones prácticas a los viajeros, como aplicaciones para la trazabilidad del equipaje, apps para planear y reservar viajes (57%), tecnologías diseñadas para ofrecer un asesoramiento virtual previo a la contratación del viaje; o la realidad virtual cobrará mayor importancia en la fase previa de preparación y no sólo de interpretación.</p> <p>Los smartphones son un instrumento que facilita la búsqueda de destinos actividades y proveedores; la compra y la socialización del viaje, en tiempo real. Los principales mercados que muestran esta tendencia incluyen la India, (87 %), Brasil (67 %), Japón (59 %), Corea del Sur (53 %), Estados Unidos (48 %), Australia y Reino Unido (45 %) y Francia (44 %).</p>
Territorios inexplorados	<p>Búsqueda de la novedad: nuevos territorios por descubrir donde el componente de aventura sea más importante; alojamientos más singulares o atractivos, pintorescos y en lugares extremos; o los viajes espaciales que ya se proyectan, con alojamiento (la NASA construirá una estación espacial en la luna, para 2022).</p>
Información personalizada	<p>La información de las guías será cada vez más personalizada gracias a la inteligencia artificial. Los contenidos serán más escuetos, pero más atractivos, más segmentados y de mayor calidad.</p>
Bleisure	<p>Tendencia en aumento es el “bleisure”, viajes que combinan negocios con placer. Según una encuesta reciente de Avis, el 87% de los viajeros de negocios dicen que es probable que la pongan en práctica.</p>
Turismo de salud y bienestar	<p>Según el Global Wellness Institute, el turismo de salud y bienestar crecerá dos veces más que el turismo general y alcanzará USD\$ 919 mil millones en 2022 frente a los USD\$ 639 mil millones de 2017. No sólo serán los alojamientos, sino las experiencias turísticas ofertadas.</p>
Vacaciones instantáneas	<p>Ya sea que se trate de experiencias artísticas como Art Basel o lugares hermosos que, el turismo se inspira y perdura en el recuerdo, cada vez más, gracias a las redes sociales. En un estudio de Schofield's, más del 40% de los encuestados menores de 33 años consideraron que "Instagram" es el influyente más importante para elegir destino.</p>

Turismo responsable y sostenible	<p>Creciente sensibilización, interés y compromiso por temas sociales como los derechos humanos, la igualdad, las condiciones laborales o el respeto al entorno que se cuestionan no sólo en destino, sino a la hora de elegirlo. Mayor atención de los viajeros por analizar cómo destinos y proveedores turísticos tratan el tema de la sostenibilidad. La OMT señala en su estudio <i>Tourism and the Sustainable Development Goals Good Practices in the Americas</i> que el 73 % de los millennials están dispuestos a pagar más por políticas, programas, productos, experiencias bien definidos y específicos y la comercialización del turismo bajo criterios de sostenibilidad, en comparación con el 51 % de los “baby boomers”,</p>
Seguridad	<p>Los turistas quieren viajar con total seguridad, independientemente de su género, etnia u orientación sexual. Plataformas como Destination Pride utilizan distintas fuentes de datos para ofrecer a los viajeros un ranking de las leyes, derechos y aceptación social de la comunidad LGBT+ en destinos de todo el mundo, mientras que otras organizaciones y destinos están mejorando el apoyo que ofrecen a las mujeres que viajan solas.</p>
Destinos turísticos contra el plástico	<p>Durante 2019 aumentará la concienciación global sobre el daño que el plástico está generando en los océanos de todo el mundo, incitando a la acción. Millennials y Centennials buscarán experiencias sostenibles en el destino y proveedores que tengan políticas activas para reducir su uso de plástico y mejorar sus credenciales de sostenibilidad. Esta nueva orientación de los viajeros se reflejará en el desarrollo de apps que mostraran el registro medioambiental de diferentes destinos y proveedores turísticos o el desarrollo de actividades en destino que permitan reducir el impacto medioambiental que generan durante su viaje (como participar en batidas de limpieza en playas para retirar plásticos y residuos).</p>
Vivir una experiencia auténtica	<p>Experiencias nuevas, auténticas y diferentes. Fue una de las mayores tendencias de viaje en 2018 y en 2019 seguirá siendo igual. “Hacer algo” tendrá la misma importancia que “ir a algún sitio”, si no más. Vivir experiencias ya es más importante que tener posesiones materiales para el 62% de los viajeros. En 2019 habrá viajeros disfrutando de experiencias auténticas y diferentes.</p>

Fuente: Inmark Europa S.A.

5.4.2. Análisis de la demanda

Paraguay se enfrenta a un gran reto turístico: seguir creciendo como lo ha estado haciendo en los últimos 5 años (en 2011 el peso de Turismo Receptor en el PIB era del 1%, en 2016 ese peso alcanzó el 1,8% del PIB, un crecimiento que sitúa al sector como el sexto contribuyente a la riqueza del país), y mejorar estratégicamente con el objetivo de posicionarse como un destino de calidad, cultural, sostenible e innovador en Latinoamérica. El esfuerzo de Paraguay con el objeto de ordenar y planificar el sector turístico comienza con la elaboración de un Plan Maestro de Turismo Sostenible, el cual ha sido actualizado para el período 2018 – 2025.

Las llegadas turísticas internacionales han registrado en Paraguay un crecimiento de los más significativos en la región desde 2008, pasando de 428.000 turistas en 2008 a más de 1.3 millones en 2016, según datos de la SENATUR.

Se observa una **gran dependencia de Paraguay del mercado argentino**, del que recibe el 71% de sus llegadas (2016). Si a este mercado se añaden las llegadas desde Brasil (16% en ese mismo año), se obtiene que estos dos países emiten el 87% de los turistas que recibe Paraguay. Esto explica los datos de flujos de entrada según vía de ingreso al país, donde se aprecia que dos de cada tres llegadas son por vía terrestre (un 67%). Sólo 8 mercados emitieron más de 10.000 turistas al Paraguay en 2016.

En cuanto a los ingresos generados para la economía paraguaya, las instituciones oficiales estiman unos ingresos promedio de US\$ 351 por estancia de cada turista, y de US\$ 20 por estancia de cada excursionista, de modo que **se calcula que en 2016 se obtuvieron un total de USD\$ 519 millones, en contraste con los USD\$ 264 millones de 2012**. Estos resultados se basan en unas estimaciones que datan de 2009, por lo que cabría la posibilidad de recalcularlas.

Según datos del **Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Paraguay, en 2016 los residentes en Paraguay realizaron 2,3 millones de viajes turísticos en el interior del país**. La tendencia es constantemente creciente desde 2008. Entre 2008 y 2016 el crecimiento medio es del 8,9%, lo que significa que se ha duplicado.

El desarrollo turístico de Paraguay viene actualmente marcado, según el Plan Maestro Turístico Sostenible, por cuatro grandes proyectos catalizadores. Se trata de cuatro iniciativas operativas de alto impacto en el desarrollo inmediato del sector. Idealmente, deberían implementarse antes del fin de 2020, para actuar como marco de impulso para el resto de las acciones:

- **Creación del Fondo de Promoción Turística**. El objetivo es incrementar la dotación de recursos presupuestarios e incorporar al sector privado en la toma de decisiones de marketing turístico a escala nacional, dando continuidad a los esfuerzos de promoción de administraciones futuras;
- **Búsqueda de apoyo institucional** al más alto nivel, para lograr, desde la acción política al más alto nivel posible, el compromiso de solucionar los problemas que están limitando la capacidad de crecimiento del sector;
- **Impulso a la Ruta Jesuítica multi-destino**, contribuyendo a posicionar Paraguay como destino interesante para el turismo cultural a través de la venta de experiencias ligadas a un recurso de alto valor y capacidad de atracción a nivel internacional (Patrimonio de la Humanidad UNESCO) y con presencia en varios países de la región.
- **Atracción de mayores flujos en el entorno de la Triple Frontera**, hasta multiplicar por 2 (en 2020) el número de turistas que, estando alojados en Foz do Iguazú (Brasil) o Puerto Iguazú (Argentina), cruzan al lado paraguayo para disfrutar alguna experiencia turística.

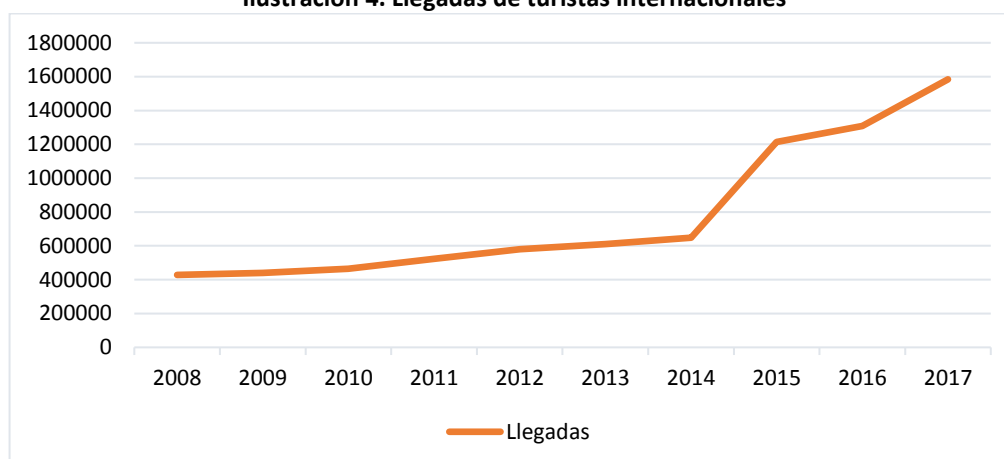
5.4.2.1. Análisis del turismo receptivo⁷

De acuerdo con cifras del Sistema Informático de Control de Entrada y Salida del Paraguay – SICESPAR y procesadas por SENATUR a corte de diciembre de 2017, la llegada de turistas internacionales al país alcanzó la cifra de 1.583.937 personas con un gasto total de USD \$555.961.887, así como 3.160.266 excursionistas, con un gasto total de USD \$62.205.320, por lo que el total de ingresos por turismo internacional alcanzó los USD \$619.167.207, lo que equivale al 2% del Producto Interno Bruto nacional.

En los últimos diez años, se puede decir que las cifras de llegadas de turistas se triplicaron (con focos de estacionalidad en enero, julio y diciembre), sobre todo a partir del 2014, y el gasto de los turistas se multiplicó por seis. Esto ha hecho que el turismo en Paraguay se haya vuelto una prioridad para el Estado, por lo que se han desarrollado algunas inversiones en este sector y se espera que la dinámica continúe para mejorar la competitividad turística.

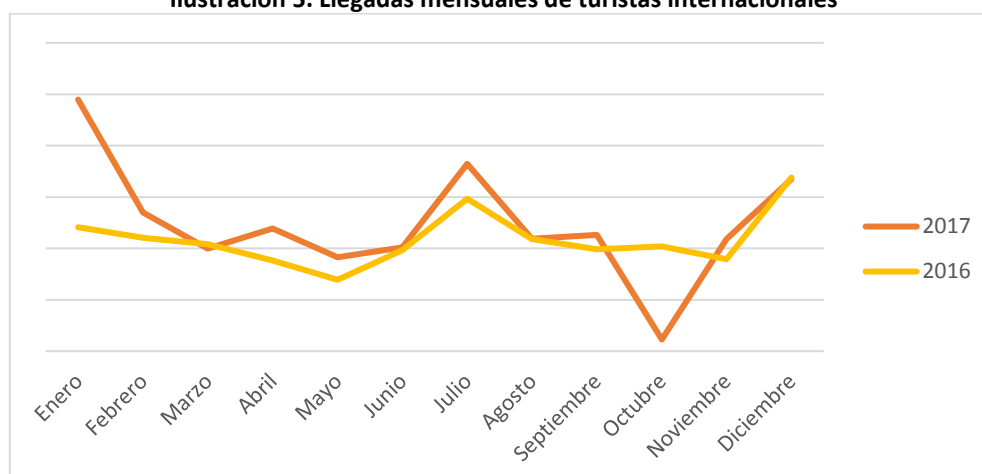
⁷ Toda la información analizada en el presente documento tiene como fuente, SENATUR.

Ilustración 4. Llegadas de turistas internacionales



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Ilustración 5. Llegadas mensuales de turistas internacionales



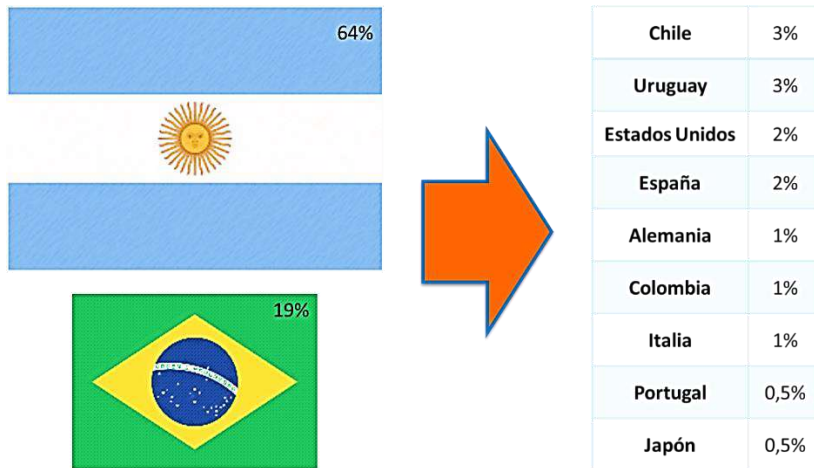
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

■ Mercado actual

Los turistas que visitan Paraguay son principalmente argentinos y brasileros residentes en las ciudades emisoras de Buenos Aires y Sao Paulo, respectivamente. Las fronteras con las provincias de Misiones y Famosa en Argentina, así como con Paraná en Brasil, facilitan la recepción de excursionistas internacionales.

Adicionalmente, de Suramérica llegan turistas de Chile, Uruguay y Bolivia, mercados que componen el mercado de países del cono sur. Sigue Estados Unidos con cierta distancia frente a los mercados mencionados. España y Alemania son los principales mercados emisores de Europa.

Ilustración 6. Mercado actual de turistas internacionales



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Para Boquerón, los únicos datos estadísticos obtenidos, son a través de los visitantes a los Museos Menonitas de la capital del Departamento, Filadelfia. La unidad de turismo de los Museos, completa un registro y saca mensualmente estadísticas sobre el número de visitantes, así como las nacionalidades de estos.

Es por esta razón, que podemos hablar de visitantes, pero no de turistas, porque no tenemos la información sobre si las personas que visitaron los museos pernoctaron en Filadelfia.

Entre los visitantes nacionales se encuentran individuos, familias o grupos pequeños, y grupos mayores (bus completo). Estos grupos son escolares, universitarios, o de otras cooperativas.

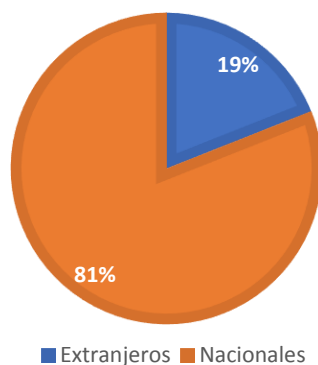
Los visitantes extranjeros en general llegan en grupos pequeños o familias, parejas, individuos, mochileros. Llegan en transporte público, vehículo propio o alquilado, casas rodantes o caravanas.

Analizando el grupo de visitantes extranjeros que llegó a visitar los museos hasta el momento en 2019 provienen de 45 países. Alemania (570), EEUU (235), Brasil (123), Argentina (109), Suiza (94), Francia (74), República Checa (19). Otros países representados fueron Egipto, Australia, Costa Rica, Dinamarca, Ecuador, Filipinas, Guatemala, Israel, Colombia, Croacia, Nueva Zelandia, Noruega, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Rusia, Suecia, Eslovenia, Singapur, Arabia Saudita, Corea del Sur, Taiwán, Ucrania, Venezuela.

En el año 2017 tuvieron un total de 7.440 visitantes en 1640 grupos, con un 19% de extranjeros:

Ilustración 7. Visitantes por Origen en 2017

Visitantes en 2017 por origen



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de Cooperativa Fernheim – Servicios Turísticos

Del total de extranjeros, un 62% llegaron desde Europa y un 32% de Sudamérica y Centroamérica (16% cada uno):

Ilustración 8. Visitantes extranjeros en 2017



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de Cooperativa Fernheim – Servicios Turísticos

La llegada de visitantes a los museos de Filadelfia ha ido aumentando desde 2013, teniendo dos máximos en 2015 y 2017:

Ilustración 9. Llegada de visitantes 2013 - 2017



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de Cooperativa Fernheim – Servicios Turísticos

■ Vías de acceso

Para llegar a Paraguay, los turistas y excursionistas utilizan, principalmente, el Aeropuerto Internacional Silvio Pettirossi de Asunción, así como las vías terrestres, principalmente, el acceso por Puerto Falcón en Presidente Hayes, así como por Ciudad del Este y Encarnación. Una pequeña porción de turistas llega por vía fluvial, a través de Itá Enramada, Alberdi y Presidente Franco, fundamentalmente.

Además de los puntos de control migratorio en aeropuertos, el país tiene puntos fronterizos de control migratorio con Brasil, Argentina y Bolivia.

Tabla 3. Puntos de control migratorio terrestre

Ciudad del Este	Brasil y Argentina
Encarnación	Argentina
Puerto Falcon	Argentina
Concepción	Se asienta a un costado del río Paraguay, es el puerto principal con más tráfico comercial y de pasajeros de la ciudad
Salto del Guairá	Brasil
Pedro Juan Caballero	Brasil
Infante Rivarola	Bolivia

Fuente: SENATUR, Observatorio de Estadísticas Turísticas.

Según fuente SENATUR, la mayor cantidad de visitantes que ingresan a Paraguay por puntos de ingreso, lo hace por fronteras terrestres (Ciudad del Este, Encarnación y Puerto Falcon). La siguiente tabla muestra la desagregación por puntos de ingreso.

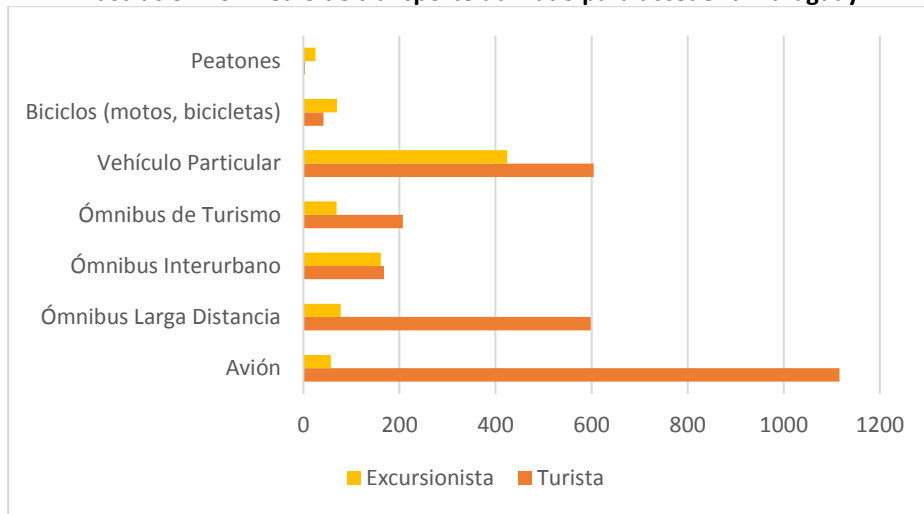
Tabla 4. Visitantes ingresados al Paraguay según puntos de ingreso 2010-2015

Vía de ingresos	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Vía aérea	133.112	172.715	212.896	210.330	237.207	232.679
Aeropuerto Silvio Pettrossi	118.563	163.385	200.780	196.589	232.013	231.842
Aeropuerto Guaraní	14.549	93.30	12.116	13.741	5.194	837
Vía terrestre	315.009	325.050	336.415	367.699	384.718	930.361
Ciudad del Este	63.767	106.833	105.120	122.440	114.744	136.186
Encarnación	104.802	63.900	70.830	80.674	72.190	393.396
Puerto Falcón	106.494	97.872	109.753	111.533	151.569	349.409
Concepción					412	202
Pedro Juan Caballero	19.157	23.171	23.006	21.394	24.795	23.144
Salto del Guairá	13.806	13.942	13.206	15.762	13.496	19.822
Infante Rivarola	6.983	19.332	14.500	15.896	7.512	8.202
Vía fluvial	17.143	25.975	29.994	31.892	27.037	51.573
Ita Enramada	7.723	16.670	21.087	22.371	17.065	36.276
Nanawa	1.565	1.351	721	962	150	0
Pilar	7.855	7.954	8.186	8.559	9.822	15.297
Total	465.264	523.740	579.305	609.921	648.962	1'214.613

Fuente: Sistema informático de control de entrada y salida del Paraguay (SICESPAR) de la Dirección General de Migraciones. Procesado por el Departamento de Estadística e Investigación de la SENATUR.

Las cifras muestran el peso importante del turismo receptivo y excursionistas, por frontera terrestre. Encarnación y Puerto Falcón superan en número de llegadas al Aeropuerto Silvio Pettrossi, mientras que Ciudad del Este registra algo más de la mitad de los visitantes ingresados por el mismo.

Ilustración 10. Medio de transporte utilizado para acceder al Paraguay



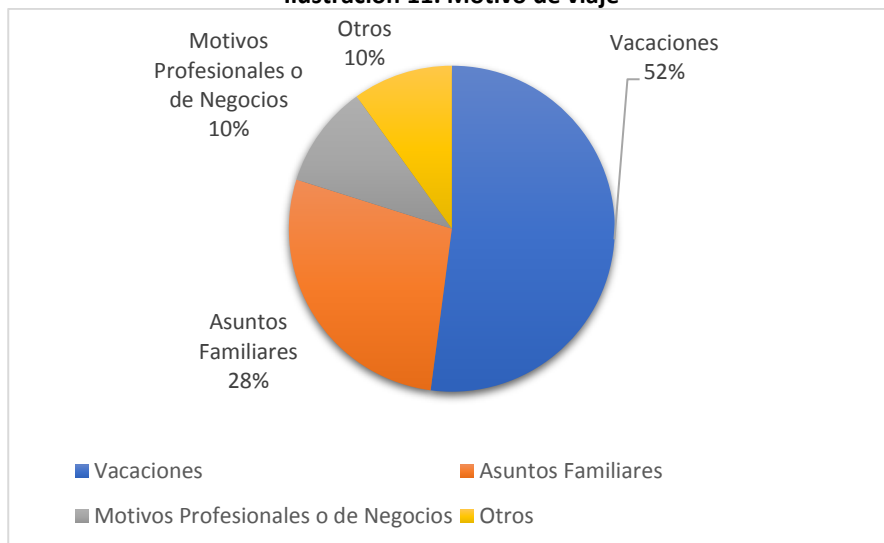
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Los turistas utilizan el avión (41%) como la primera alternativa de transporte y en la misma proporción, el ómnibus de larga distancia y el automóvil particular (22%). Para el caso de los excursionistas y aprovechando que viven en regiones aledañas, utilizan el automóvil particular en una primera medida (48%) y el ómnibus en segunda; interurbano (18%) y de larga distancia (9%).

■ Motivo de viaje y aspectos destacados

Con relación a la motivación de la visita, el 52% de los turistas manifiesta que lo hace para pasar sus vacaciones, más aún cuando más de la mitad de los turistas que llegan, ya conocían Paraguay. El 28% refiere la atención a asuntos familiares, lo que da cuenta de las dinámicas de migración entre países vecinos que, sin ser un mercado necesariamente prioritario, consumen actividades y servicios turísticos. Un 10% se desplaza por motivos profesionales o de negocios y el 10% restante, para realizar compras, asistir a eventos o bien, por motivos de salud, entre otros. Cabe destacar el hecho de que el 34% de los excursionistas llegan a Paraguay motivados por las compras.

Ilustración 11. Motivo de viaje



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Paraguay compite por precio. Los bajos costos de los productos y servicios suponen un incentivo para visitar el país. Este es un factor para tener en cuenta, toda vez que un destino es fácilmente sustituible cuando el precio es el principal elemento de diferenciación, más cuando los mercados emisores son muy sensibles a los cambios en los precios o en tasas de cambio. Comentarios detectados en plataformas como TripAdvisor advierten que el Paraguay no es tan barato como se dice y que, si esta es el principal factor de elección, no vale la pena visitarlo.

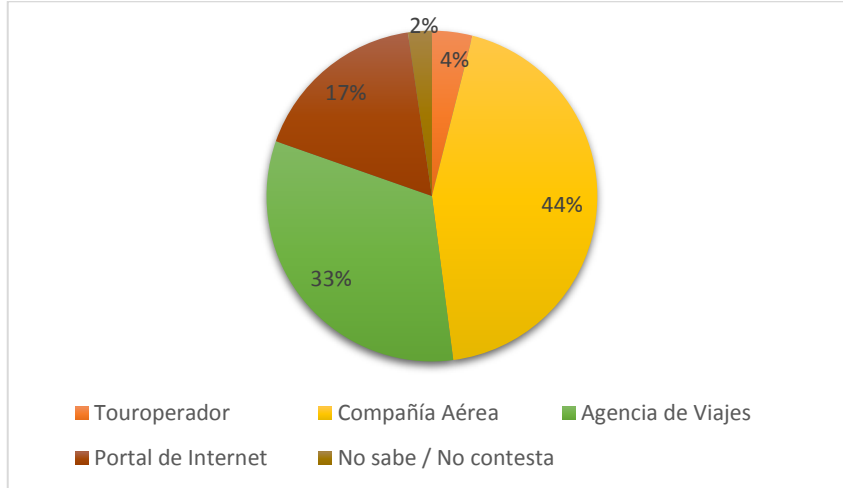
De acuerdo con una encuesta aplicada entre enero y julio de 2017, los visitantes destacaron otros factores relevantes en la elección del destino, como el clima, la tranquilidad, la seguridad, el relax que se percibe en el país, los paisajes y atractivos de naturaleza, las facilidades de traslado y la calidad del entorno natural, que dan muestra de las ventajas comparativas y competitivas del Paraguay como destino turístico.

■ Comportamiento del turista

Con relación al comportamiento del turista se pueden observar datos interesantes. Por un lado, la compra de vuelos por parte de la demanda se adquiere directamente a las aerolíneas (44%) o a través de agencias de viajes, sean físicas (32%) u OTAs (17%), además de otros medios como turoperadores u otros (7%). El 72% organizó su viaje por cuenta propia.

La estadía promedio de los argentinos y brasileros se acerca a las 7 noches, 8 días; el mercado norteamericano la incrementa a 16 noches, 17 días y el europeo alcanza 21 noches, 22 días, lo que pone de manifiesto que, pese al esfuerzo y las dificultades, penetrar aquellos mercados emisores que generan estadías más largas y gastos más altos tiene su compensación.

Ilustración 12. Medio de compra del viaje por parte de los turistas



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Detallando cifras, aunque en la actualidad Estados Unidos y Europa generan bajos flujos de turistas al país, será necesario diseñar una estrategia a nivel de mercadeo para que lleguen con mayor frecuencia y en mayor cantidad, aprovechando sus largas estadías.

Se evidencia una problemática en relación con los establecimientos extra-hoteleros que aumentan la informalidad. Se estima que éstos reciben la mayoría de las pernoctaciones, con un promedio de 12 noches por viaje, mientras que la estadía promedio en los hoteles no alcanza las 6 noches.

Los principales usuarios de establecimientos extra-hoteleros son los europeos y norteamericanos. El precio por noche se identifica como parte del origen del problema en tanto la diferencia entre lo que se paga en un hotel y lo que se paga en un establecimiento extra-hoteleros es del 50%. Esta circunstancia favorece la informalidad desde la demanda.

La principal ciudad dormitorio es Asunción. Entre los departamentos, los que tienen mayores niveles de pernoctaciones son Alto Paraná, Itapúa y Central.

Con relación al gasto se observa que la mayor capacidad de gasto promedio recae en los excursionistas (más que en los turistas), por cuanto los excursionistas que ingresan por frontera desde los países vecinos lo hacen motivados por el reconocimiento de Paraguay como un destino de compras que ofrece precios favorables, principalmente por productos de tecnología. En promedio, un excursionista gasta cerca de USD\$ 130 en un día de visita al país. Por su lado, un turista gasta en promedio USD\$80 en un día. Se estima que la composición del gasto es: 41% compras, 17% alimentación, 16% transporte, 15% alojamiento y 11% en otros.

Teniendo en cuenta la nacionalidad de mercados de origen, se infiere que las estrategias se deben enfocar en aquellos mercados con mayor gasto y estadía más prolongada. Brasil resulta ser el mercado de mayor gasto, con promedio de USD\$ 135 al día. Los norteamericanos aparecen el segundo lugar con USD\$ 87 diarios, seguidos por el resto de Suramérica con USD\$95, los europeos con USD\$ 70 y más lejos, los argentinos con USD\$ 68. Cruzando la información de la duración de la estadía junto con el gasto promedio diario, Brasil y Estados Unidos parecen ser los mercados más interesantes para Paraguay. En promedio, el gasto total del turista según cálculos del Banco Central del Paraguay y el Observatorio Turístico de Paraguay (SENATUR) es de USD \$351.

■ Satisfacción del turista

De acuerdo con las encuestas realizadas a turistas por SENATUR en el 2017, la impresión general para el 88% de los encuestados, es buena o excelente, y solo hay algunos pocos que califican regular o mal su experiencia.

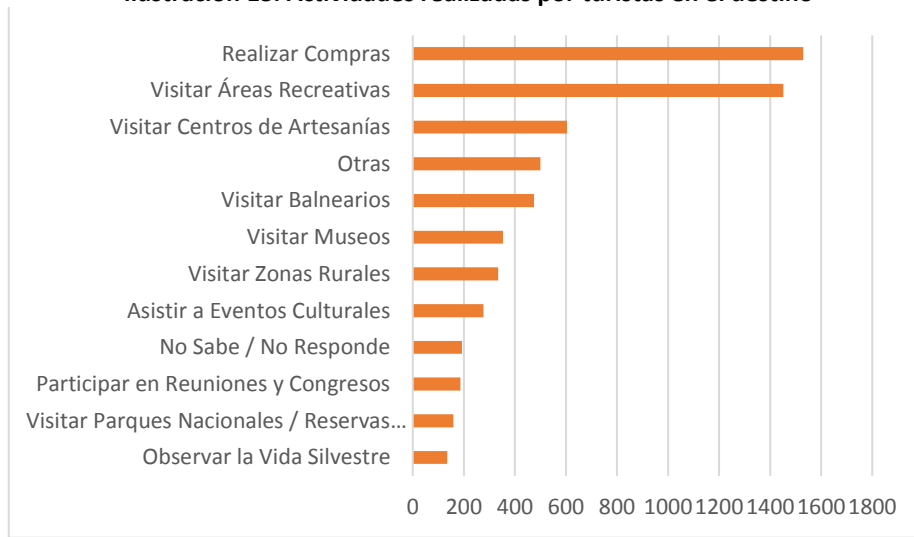
Al ser consultados por la satisfacción de su experiencia, los encuestados podrían responder con una evaluación entre 1 y 5, siendo 5 la más alta calificación. Entre los servicios consumidos / utilizados con más alta calificación, se encuentran los alojamientos (4.39) y restaurantes (4.17), junto con los factores ambientales (4.17) y las actividades de ocio y tiempo libre (4.14); entre los valorados con menor calificación, están los servicios generales y la infraestructura (3.90), la seguridad (3.85) y el transporte (3.8). La calificación es positiva, pero aún hay mucho por trabajar para incrementar la satisfacción de los turistas en el destino.

■ Actividades realizadas y atractivos destacados

Según con las encuestas de 2017, las actividades realizadas por los turistas en Paraguay fueron, principalmente, realizar compras, visitar áreas recreativas, centros de artesanías, balnearios, museos, zonas rurales, así como disfrutar de la vida silvestre y la fauna y flora en los parques. Entre las mejor valoradas figuran la visita a realizaciones científicas, el disfrute de la fauna y flora, las visitas a zonas rurales y experiencias vividas en SPA. Por otro lado, hay una percepción relativamente mala con relación a los museos visitados, de hecho, es la de menor puntaje.

Existe una actividad que genera polémica, que aun cuando no se realiza con frecuencia, se debe considerar como elemento de análisis. Se trata de la cacería de palomas, actividad valorada con un puntaje bajo por parte de los turistas y que, por otro lado, puede atentar contra la imagen misma del destino, sobre todo, con su potencial hacia el turismo de naturaleza. A pesar de esto, es una actividad excelentemente valorada por parte de los excursionistas. El análisis debe llevar a determinar su incidencia en el turismo.

Ilustración 13. Actividades realizadas por turistas en el destino



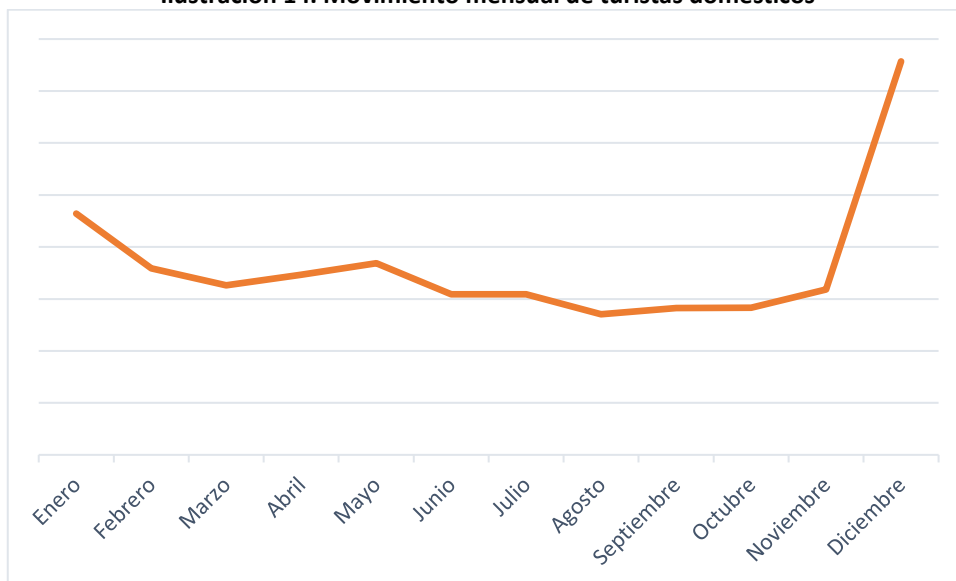
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Entre los mejores atractivos turísticos evaluados por los turistas y excursionistas—están a nivel nacional, las Playas de San José, las playas del Carmen del Paraná, la Costanera de Encarnación, así como las Misiones Jesuíticas. También se destacan el Centro Histórico y la Costanera de Asunción, el Salto del Monday, la Iglesia de Caacupe, San Bernardino y Ñacunday. Para el caso puntual del Alto Paraná, uno de los atractivos más importantes es el Complejo de Itaipú, así como el Hito de las Tres Fronteras y Ciudad del Este, los Saltos del Monday.

5.4.2.2. Turismo doméstico

De acuerdo con cifras de SENATUR, la actividad turística de carácter doméstico viene creciendo desde el año 2008, a una tasa promedio de 8.9%, superando los 2.5 millones de turistas que viajan a lo largo del año al interior del país. De hecho, tras un estudio realizado por SENATUR en el 2017, el 100% de la muestra manifestó que todos los años hace viajes al interior del país; 45% una sola vez al año y 31% entre 2 y 3 veces, llegando incluso más de 20 viajes al año por una minoría.

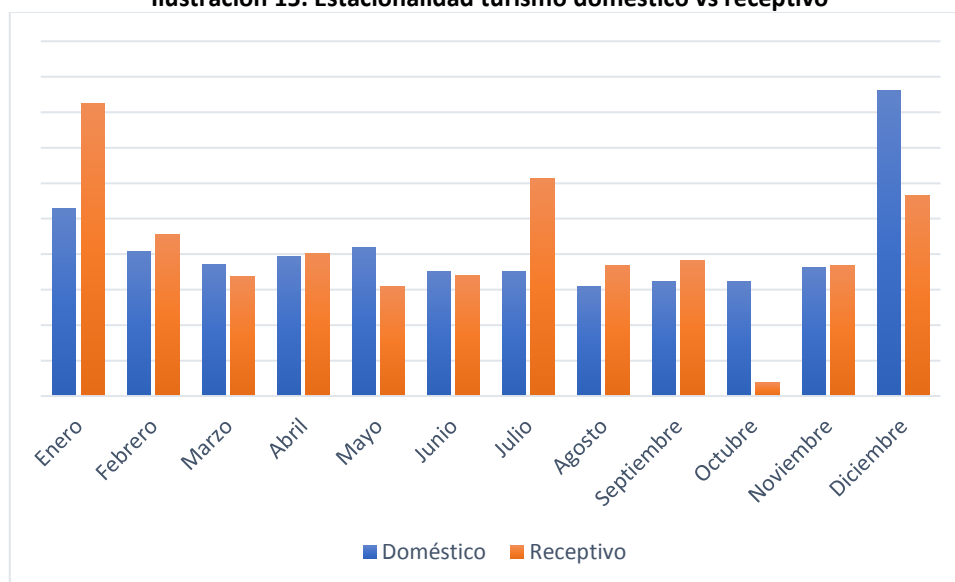
Ilustración 14. Movimiento mensual de turistas domésticos



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Por otro lado, y de manera similar que con el turismo receptivo, la temporada de diciembre y enero es la más importante para el mercado doméstico, siendo más fuerte diciembre para los turistas domésticos con relación a los turistas internacionales que prefieren viajar en el mes de enero. A mitad de año hay un leve pico en el mes de mayo para el turismo doméstico mientras que la dinámica de turismo receptivo tiene un incremento claro en el mes de julio, definiendo una segunda temporada importante en el año para el turismo internacional en el país.

Ilustración 15. Estacionalidad turismo doméstico vs receptivo



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

■ Motivo de viaje y aspectos destacados

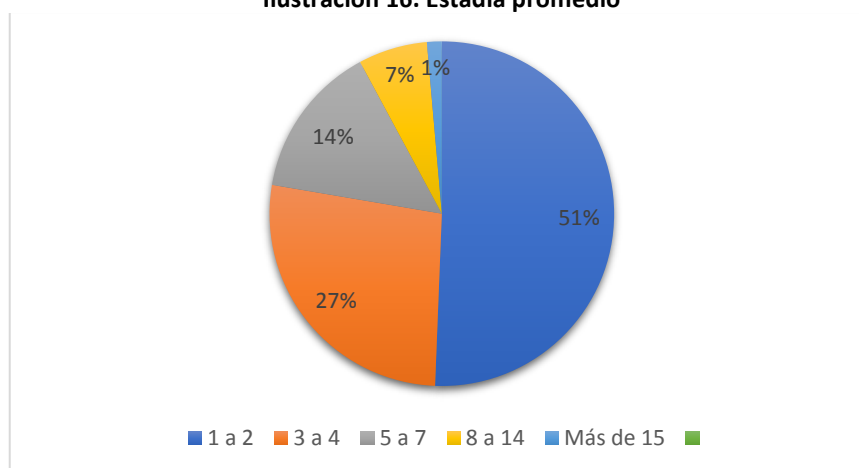
La mayoría de los turistas encuestados (85.5%), manifestó que su principal motivo de viaje fue por razones personales; se destacan la visita a parientes y amigos con 53.5%; ocio, recreo y vacaciones con 16.4%; negocios con 13.8%; y, más atrás, tratamientos de salud con 9.3% y motivos religiosos con 4%.

■ Comportamiento del turista

Causa curiosidad que [el turista doméstico prácticamente no utiliza internet para buscar información para su viaje y casi que la totalidad, se rige por comentarios de amigos](#). Una vez tomada la decisión del destino del viaje, el turista selecciona su medio de transporte donde, al interior de Paraguay prima el transporte colectivo local (48.7%) sobre el automóvil particular (41.3%). Para viajar, el ómnibus también es una alternativa, pero solo la utiliza el 8,6% de los que viajan, siendo este un medio de transporte de mejor calidad y lujo para el viajero, usualmente utilizado por los turistas internacionales que llegan al país.

[La estadía promedio de los paraguayos en sus viajes no es de más de una o dos noches en su mayoría](#), aunque también pueden extenderse a tres y cuatro noches. Es importante destacar que son pocos los turistas domésticos que utilizan la infraestructura de alojamiento y hospedaje del destino y se alojan, ya sea en casa de parientes y amigos, o en segunda vivienda. Tan solo algunos se hospedan en hoteles y otra cantidad, utilizan establecimientos extra-hoteleros.

Ilustración 16. Estadía promedio



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Según el Plan Maestro de Turismo Sostenible, los ingresos por turismo interno alcanzaron USD \$125.212.000 en el 2017 y si se divide en el número de turistas paraguayos que viajaron por el país este mismo año, el gasto promedio por turista equivale a USD \$50 (EE.UU), cifra que podría ser más alta, sobre todo si se tiene en cuenta que una persona se queda en promedio una o dos noches y hasta cuatro como máximo en su destino, claro está, recordando que se alojan donde sus familiares y amigos. Este dinero es gastado, principalmente, en compras, alimentación y transporte. Si bien es positivo que el turismo receptivo está en crecimiento, es importante diseñar productos turísticos a la medida de las necesidades locales para incentivar un incremento en el gasto.

■ Satisfacción del turista

En escala de 1 a 10, la calificación brindada por los turistas domésticos (turismo interno) tras su viaje es de 8.7, una buena valoración, sobre todo cuando no se perciben aún actividades elaboradas y pensadas para hacer más enriquecedora la experiencia. La mayor valoración la tienen los establecimientos de alojamiento y hospedaje (quienes los usaron) y la menor, los servicios generales y la infraestructura. Dentro del alojamiento, se destacaron la recepción y el servicio de reservas, así como la comida y el restaurante del establecimiento.

En términos generales, la satisfacción fue alta en todas las líneas. Desde el punto de vista del entorno, resaltan la tranquilidad percibida en el destino, algo que también resaltaron los turistas extranjeros que visitaron el país, además del clima y el atractivo natural. Por otro lado, el mantenimiento y cuidado de las zonas de baño, así como la señalización a lo largo de los recorridos, le restan puntaje.

En los demás factores, vale la pena destacar la calidad y diseño de las actividades culturales, los servicios de acogida a disposición del turista, así como el buen trato brindado en los restaurantes. Sin embargo, a pesar de las valoraciones positivas, al mismo tiempo, las personas encuestadas sugieren mejorar la oferta gastronómica local y la calidad en términos generales, más allá del buen trato percibido. Estos aspectos se pueden mejorar con capacitación y procesos de fortalecimiento de la oferta gastronómica en todo el país.

El mayor reto para planes de mejoramiento lo constituye la infraestructura vial. El estado de las carreteras fue el aspecto valorado de forma más negativa entre todos los aspectos evaluados. Esta circunstancia supone una situación problemática que debe resolverse si se quiere tener un sector turístico competitivo. De igual manera sucede con la seguridad de las vías y de la infraestructura en general. Asimismo, la calidad del servicio de transporte público es calificado con dureza, principalmente, el servicio recibido en buses y taxis. Estos aspectos reducen la satisfacción del turista, más allá de disponer de una infraestructura para la prestación de servicios turísticos valorada de manera satisfactoria.

Ilustración 17. Satisfacción de la experiencia



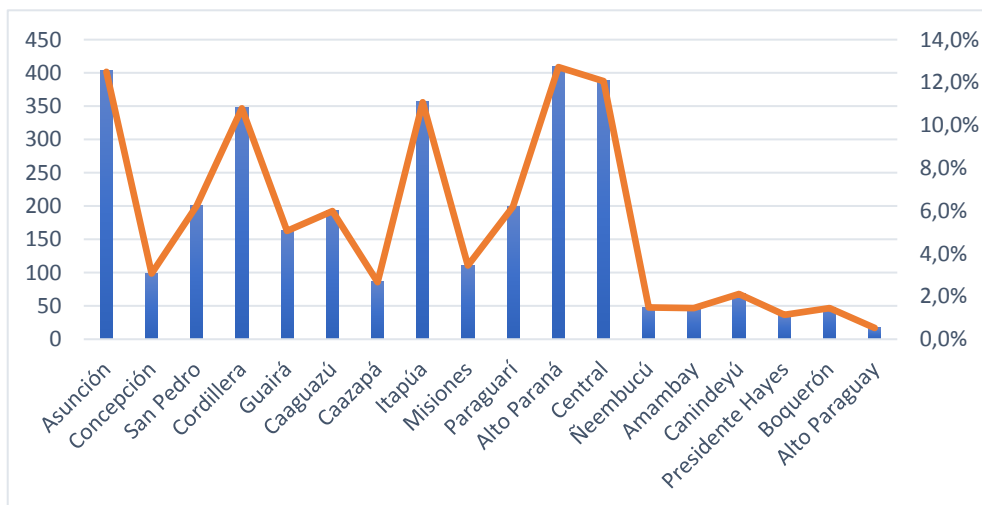
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

■ **Actividades realizadas y atractivos destacados**

Los departamentos más visitados de Paraguay son Alto Paraná (12.7%), Asunción (12.5%), Central (12.1%), Itapúa (11.1%) y Cordillera (10.8%). De Alto Paraná, el principal distrito visitado fue Ciudad del Este, seguido por Hernandarias y más atrás, Santa Rita, Juan E. O’Leary y Minga Guazú. En Central se reparten los flujos entre San Lorenzo, Capiata, Itaugua, Fernando de la Mora y Nemby. Encarnación, por su parte es el ícono de Itapúa y en Cordillera, las visitas se distribuyen entre Caacupe, Piribebuy, Arroyos y Esteros. Al igual que con el turismo receptivo, Alto Paraná y Asunción son los principales destinos turísticos del país.

Otros destinos turísticos que aún no son reconocidos podrían ganar participación con una adecuada preparación, aprovechando la dinámica viajera al interior del país por parte de los paraguayos y, con el tiempo, aquellos destinos que logren más éxito pueden abrirse al mercado internacional.

Ilustración 18. Departamentos visitados en Paraguay



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

A nivel doméstico y con cifras de SENATUR a 2017, los principales atractivos turísticos del país, por lo menos los más visitados, fueron: la Costanera y las Playas de río de San José en Encarnación de Itapúa, el Arroyo Yhaguy en Cordillera, el Balneario San Roque en Paraguari, así como los diferentes Tajamares que hay en el país. Causa curiosidad que los principales atractivos turísticos visitados por los turistas domésticos difieren en gran medida con los visitados por el turista extranjero. De hecho, la mayoría de los atractivos visitados son los arroyos y balnearios que hay repartidos en el país. Ciudad del Este y Asunción, principales destinos turísticos para el mercado internacional, son frecuentados, pero no con el mismo interés. Valdría la pena explorar algunos de estos atractivos locales que, en su momento, pueden llegar a convertirse en íconos para el turismo internacional y aportar al desarrollo de las regiones aledañas.

Ilustración 19. Actividades realizadas por turistas domésticos.



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Entre las actividades realizadas por los turistas domésticos en sus viajes se destacan la visita a áreas recreativas con un 19%, visita a familiares con un 14%, bañarse o tomar el sol por 13% y visita a zonas rurales con 11%. El 9% de los turistas domésticos hacen compras, una actividad importante para la dinámica económica local.

Hay otras actividades, quizás menos frecuentes, tales como la participación en actividades deportivas (7%), en actividades culturales o visita a parques o áreas naturales (6%), la asistencia a eventos culturales (5%), así como la visita a centros de artesanías (5%), entre otras (8%). La mayoría de las actividades realizadas son pasivas, lo que hace pensar en que se requiere de trabajo y de generación de valor agregado para crear experiencias enriquecedoras que motiven más viajes y generen niveles de satisfacción más alta en los turistas.

5.4.2.3. Análisis de la Competitividad Turística de Paraguay

Desde el año de 2006, el Foro Económico Mundial – FEM ha generado un reporte anual de competitividad turística para el sector de viajes y turismo, en el que se ha hecho una comparación entre diferentes economías del mundo. El planteamiento del FEM consiste en 14 pilares de competitividad turística separados en 4 pilares.

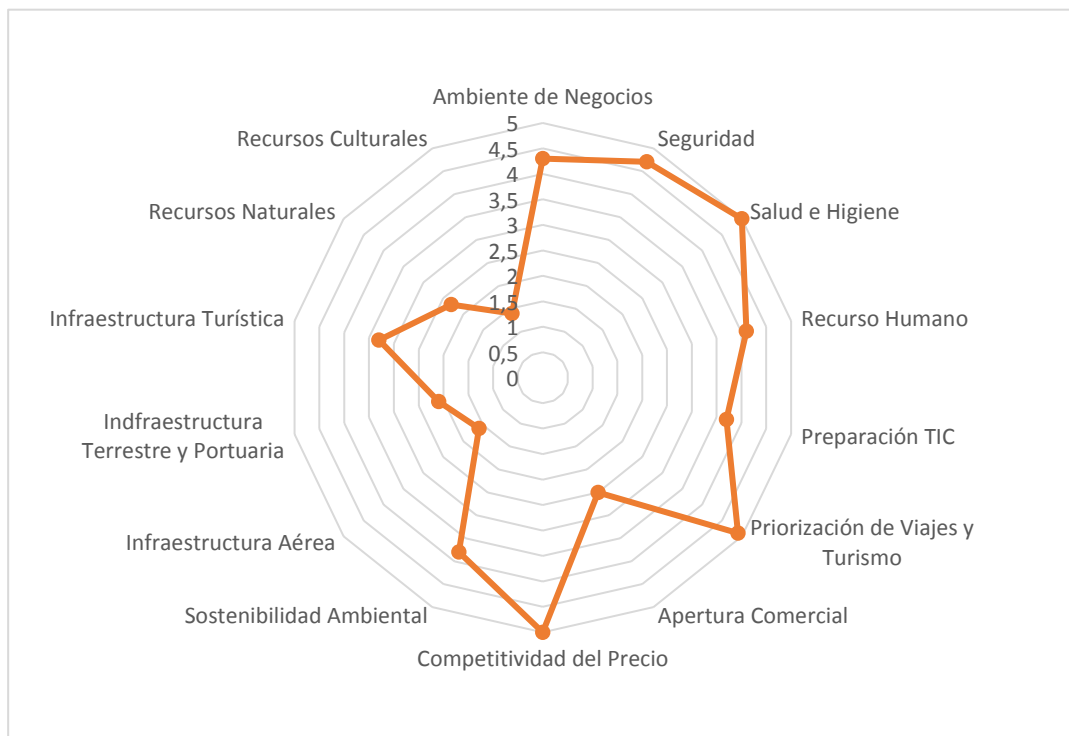
De acuerdo con este Índice, Paraguay tiene importantes deficiencias frente a otras economías del mundo, ocupando para el 2017, la posición número 110 entre 136 países. Si bien ha venido mejorando su posición competitiva desde el 2011 en el que ocupó la 123, no ha superado su máximo puntaje obtenido en el año en el que peor posición tuvo en el Índice. Actualmente y sobre 7 puntos, su puntaje actual es de 3.1, el mismo que obtuvo en el año de 2015. Entre los aspectos más importantes por mejorar está la infraestructura, tal y como lo manifiesta la demanda evaluada. Esto implica, inversiones para mejorar los aeropuertos a nivel de conectividad, tecnología y capacidad de atención. Lo mismo sucede a nivel de infraestructura de transporte terrestre y portuaria.

Sorprende que uno de los rezagos más grandes esté en el subíndice Recursos Naturales y Culturales, el cual captura las principales “razones para viajar”, en especial en recursos naturales donde ocupa el puesto 116 entre 136 economías, pese al gran potencial, por lo cual cabe una revisión del indicador y las fallas que origina este desfase, que puede deberse en parte a la falta de parámetros de gestión de la sostenibilidad.

Aspectos como la seguridad y salubridad, la apertura comercial, la cobertura y acceso a las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones, generan grandes retos a nivel de inversión y de gestión pública por parte del Estado de Paraguay. Hay cosas que se vienen haciendo bien y que hay que seguir mejorando si se quiere buscar una posición competitiva más sólida. Una de las cosas más importantes es la inversión que se viene haciendo para el desarrollo del sector. Sin inversión, no se pueden obtener réditos a futuro y eso lo tiene claro el gobierno nacional.

Aspectos como los precios, son considerados una ventaja competitiva. Sin embargo, éste que es un factor de competitividad, si se contrasta con comentarios en plataformas de turismo de amplia cobertura como tripadvisor, expedia, booking, etc., pareciera estar perdiendo posicionamiento pues crecen las quejas de los turistas que no lo consideran tan competitivo como se promociona. En este sentido, es necesario, como se ha mencionado en otros apartes del presente documento, trabajar para mejorar la experiencia del turista en el destino desde la generación de valor agregado en los productos turísticos ofrecidos.

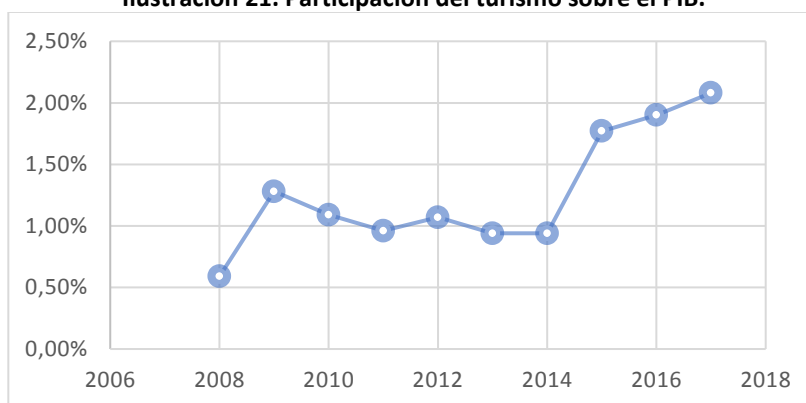
Ilustración 20. Competitividad turística en el Paraguay según FEM



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos del Foro Económico Mundial.

La salud general del sector turístico no solamente se mide por la llegada de turistas, sino que se ve relacionada directamente, con la generación de ingresos en la economía, sobre el total de ingresos del país. En este sentido, se puede apreciar un crecimiento constante e importante desde el año 2014 y una tendencia al alza desde el año de 2008. Actualmente, el turismo genera el 2,08% del PIB, una cifra que aún es pequeña pero que, si se mantiene la senda de crecimiento, llegará a ser uno de los renglones más importante de la economía guaraní. Además, no sobra mencionar que el turismo actualmente genera el 1,04% de los empleos del país.

Ilustración 21. Participación del turismo sobre el PIB.



Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR y Banco Central de Paraguay.

5.4.3. Demanda local en Boquerón

Como parte del proceso participativo de construcción del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Boquerón, se realizó un taller de flujos, para conocer perfiles y comportamientos del turismo local, que ha sido complementado con otras fuentes, en ausencia de información estadística confiable.

Los turistas que llegan al Departamento de Boquerón, lo hacen en su mayoría a través de tierra, en coche propio o vehículo de agencia de viaje a través de la Ruta TransChaco desde Asunción. También hay compañías de buses como NASA Buses, que tiene parada en Filadelfia y Mariscal Estigarribia. Los estudiantes de escuelas o universitarios que llegan de todo el país, también llegan en buses privados a través de la Ruta TransChaco.

El Departamento de Boquerón cuenta con **tres flujos distintos de turistas**. En primer lugar, los **turistas nacionales**, conformados por **estudiantes** de las escuelas y universitarios, los cuales podrían considerarse excursionistas pues en general no llegan a pernoctar en el destino. El Chaco se encuentra como destino de visita dentro de sus Programas Educativos, principalmente por la historia y cultura, tanto de los paraguayos como de los menonitas. Llegan en sus buses, el consumo que hacen en el destino es mínimo y generan basuras. El desafío sería poder ofrecer alojamientos de bajo costo, o campings para albergarlos y así que la estadía fuera de más de un día.

El **segundo flujo** turístico con el que cuenta Filadelfia son los **familiares y amigos de los menonitas**, mayoritariamente internacionales, pero cuyo gasto no es demasiado elevado puesto que se hospedan en casa de sus familias y/o amigos. Normalmente sus estadías son de varios días, dependen de del lugar de origen, y su gasto principal puede ser alimentación (restaurantes) y artesanías. Normalmente van a conocer algún atractivo, pero siempre con sus familias o amigos menonitas.

El tercer flujo turístico son los turistas internacionales, que llegan o en grupos pequeños, de dos a tres personas o independientes (mochileros). Les motiva conocer un lugar inhóspito como el Chaco, su gran biodiversidad y sus principales inconvenientes son la accesibilidad a los atractivos turísticos, bien sea por distancias, estado de las carreteras (cuando llueve) y falta de prestación de servicios de alquiler de vehículos o servicios públicos de transporte. El impacto económico es medio – alto, dependiendo de cómo vengán organizados y su estadía es de unos pocos días.

Los atractivos que visitan en el Departamento del Chaco mayoritariamente los turistas son:

FILADELFIA

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural	Patrimonio Industrial
<ul style="list-style-type: none"> Comunidad Menonita Museos de Filadelfia Artesanías Comunidades Indígenas Fortín Toledo 	<ul style="list-style-type: none"> Finca Lluvia de Oro Ecoturismo Cabaña y Tambo Hotel Campestre Proyecto Tagua Flor del Chaco 	<ul style="list-style-type: none"> Cooperativa Fernheim Fábricas de producción Infraestructuras de recogida de agua

LOMA DE PLATA

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural	Patrimonio Industrial
<ul style="list-style-type: none"> Museo Menonita Parque Pioneros Fortín Boquerón con Museo 	<ul style="list-style-type: none"> Lagunas Saladas (Laguna Chaco Lodge, Laguna Campo María, Laguna Capitán) 	<ul style="list-style-type: none"> Cooperativa Choritzer Fábrica Industria

MARISCAL ESTIGARRIBIA

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural	Patrimonio Industrial
<ul style="list-style-type: none"> Museo Neulan Celebración Comunidad Santa Teresita Ara Ete 	<ul style="list-style-type: none"> Lagunas saladas 	<ul style="list-style-type: none"> Cooperativa Neuland

Fuente: INMARK a través de los datos aportados en el taller celebrado en Filadelfia 02.2

Flujo	Descripción	Oferta	Demanda	Motivación	Desafíos
1	Circuitos estudiantes (Museo Filadelfia / M. Loma Plata / Fortín Boquerón / Industria / Infraestructuras Agua / Mariscal)	<ul style="list-style-type: none"> Programa educativo Malla curricular Contactos Intercambio de estudiantes de Alemania (padres y alumnos por 18 días) 	<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> Historia, cultura y visitas técnicas (Programas Estudiantiles) 	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura Señalización No hay presupuesto Distancias / Traslados / logística
2	Grupos especializados internacionales (naturaleza / 1 día)	<ul style="list-style-type: none"> Lonely Planet A.V. Alemania 	<ul style="list-style-type: none"> T. Internacional Grupos: Jóvenes / parejas y jubilados (muchos vienen con su camión) 	<ul style="list-style-type: none"> Recorrido América del Sur, aprendizaje, canoa del Chaco 	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura Diversificación oferta Guías especializados
2.1.	Avituristas (no están organizados)	<ul style="list-style-type: none"> Lonely Planet A.V. Alemania 	<ul style="list-style-type: none"> USA Canadienses Europa (Francia, Italia, Alemania y Holanda) 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento especies endémicas de El Chaco 	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura Diversificación oferta Guías especializados
2.2.	Cazadores de palomas	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> Rusos Francia Jamaica USA 	<ul style="list-style-type: none"> Cacería de Palomas 	<ul style="list-style-type: none"> Reglamentar la caza Entrada aduanas armas Aumento de elevados
3	Turismo de negocios / Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Por socios de la cooperativa 	<ul style="list-style-type: none"> Individuales, o 2-3 Nacionales, Mercosur e internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> Negocios 	<ul style="list-style-type: none"> No
4	Turismo de eventos	<ul style="list-style-type: none"> Eventos / Exposiciones y en ese marco ofrecen recorridos 	<ul style="list-style-type: none"> Nacionales (prensa para comunicar) 	<ul style="list-style-type: none"> Evento 	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad Infraestructura vial
5	Turismo independiente	<ul style="list-style-type: none"> Lonely Planet Guías de viaje 	<ul style="list-style-type: none"> Turismo joven / millennial internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento Curiosidad De paso 	<ul style="list-style-type: none"> Alojamiento Plataformas Vinculación comunidad

5.4.4. Estrategias de comercialización empleadas en el sector

En el plan de marketing de turismo de Paraguay del 2015 muestra que el 75% de las llegadas se distribuyen entre Argentina y Brasil, mientras que el porcentaje de los demás países no supera el 3%.

Para realizar un análisis de los productos y destinos que se venden del Paraguay, se seleccionó una muestra de operadores del top cinco de los países de la región de Latinoamérica y de aquellos que estuvieran por encima del 1% de participación para el resto del mundo: Argentina, Brasil, Bolivia, Uruguay, Chile, Estados Unidos, España y Alemania. Para elegir a los componentes de la muestra se revisaron los resultados de la búsqueda en línea que incluyó palabras clave como: turismo emisoro a Paraguay, agencias de viajes mayoristas de cada país con viajes a Paraguay, operadoras de turismo en Paraguay Y se priorizaron las agencias registradas en las bases de datos estatales de Argentina, Brasil y Bolivia, ubicadas en los departamentos fronterizos con Paraguay. Otro aspecto que se tuvo en cuenta fueron las agencias de viajes encuestadas para el plan de marketing de turismo de Paraguay.

Los atractivos de Paraguay no parecieran capaces de movilizar la demanda por sí mismos, a tenor del hecho que, en general, Paraguay no está bien posicionado y raras veces se contempla como un destino final. Aparece en la gran mayoría de los casos como componente de una oferta multidestino, frecuentemente asociado a Brasil o Argentina y, ocasionalmente, se nombra, se describe y resaltan atractivos para visitar, de cara a desarrollar itinerarios a la medida del cliente. En consecuencia, la estrategia comercial del Paraguay está subordinada a la de los destinos con los cuales se le asocia que son, además de grandes tractores de turismo, también los principales mercados emisores hacia el país.

Llaman la atención la cultura indígena guaraní, el ecosistema de El Chaco o las colonias menonitas. Tal es el caso de Alemania donde, por ejemplo, ofrecen paquetes para vivir la vida cotidiana de comunidades agrícolas.

Como se menciona en el plan de marketing, pese a que los principales atractivos del Paraguay (Asunción, Misiones y Encarnación, y “tours de compras” a Ciudad del Este) están presentes en los catálogos de las grandes operadoras de Brasil, es un destino poco demandado.

Las agencias alemanas entrevistadas comentan que al solicitar servicios y precios a los receptivos paraguayos les ha sucedido en varias ocasiones que no les responden, lo hacen tarde, o dicen no poder dar precios a largo plazo.

La gran mayoría de las agencias paraguayas analizadas son de turismo emisoro hacia Norte y Suramérica, Europa, algunas al continente asiático y otras al continente africano. Las que tienen productos en el departamento ofrecen el Jardín Bertoni, recorridos por Ciudad del Este, Saltos del Monday, viaje en catamarán por los ríos Iguazú y Paraná, e Itaipú. La mayoría de las veces, la visita no implica estadía, por lo que se contratan pasadías con un valor entre \$250.000 a \$410.000 Gs.

5.4.4.1. *Atractivos más promocionados de Boquerón*

Lo que más se ofrece de este departamento es la cultura menonita, con la visita a sus museos e industrias, la naturaleza inhóspita del Chaco a través de la visita a algunos ecosistemas clave y los vestigios de la Guerra del Chaco, con sus fortines y museo.

En Anexo, se muestra una serie de fichas por región donde se resumen los hallazgos.

5.4.5. Análisis de la competencia: Benchmarking

El benchmarking es un proceso de comparación entre -en este caso- destinos, para evidenciar las mejores prácticas y estrategias, sobre un conjunto de variables y en función de los resultados obtenidos, analizar cuáles son los factores competitivos en los que Paraguay destaca o ha de mejorar.

Los países escogidos son: Argentina, Bolivia, Brasil y Uruguay. Bolivia fue seleccionado por ser un país sin costa y la importante raigambre de su cultura indígena, al igual que Paraguay, su infraestructura y atractivos de naturaleza, que lo convierten en un importante competidor; a Uruguay, por su apuesta por el turismo fluvial y cercanía a los principales mercados emisores hacia Paraguay; mientras Argentina y Brasil, además de emisores son competidores y, por ser fronterizos con Paraguay, comparten atractivos.

Las variables y subcategorías seleccionadas son:

- **Ranking en el índice de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial [FEM]** general y por apartados.
- **Conectividad aérea:** aeropuerto internacional más importante, la cantidad de vuelos internacionales del aeropuerto principal durante un año⁸, la cantidad de aerolíneas internacionales que operan en dicho aeropuerto en el año 2019 y los territorios con conexión directa⁹.
- **Datos de llegadas e ingresos por turismo internacional:** la cifra de llegada de turistas internacionales, el porcentaje de llegada por región y el ingreso por turismo internacional.
- **Promoción turística:** inversión en turística año 2015¹⁰; ratio de inversión en promoción en el año 2015 (US\$) calculado así = inversión en promoción 2015/cantidad de turistas del año 2015; ratio de retorno calculado así = (ingreso por turismo internacional 2015/cantidad de turistas 2015) / ratio de inversión en promoción; participación en ferias internacionales de turismo; datos disponibles en la web de actividades promocionales realizadas (Fam Trips, Press Trips y/o Workshops)¹¹; presencia (y mensajes) en medios de difusión reconocidos (Lonely Planet, National Geographic, Forbes y periódico New York Times) en los que exista registro sobre atractivos, destinos o actividades turísticas de cada país en el año 2018.
- **Los productos principales:** valoración de los atractivos y destinos turísticos populares en TripAdvisor¹², los países con los que algunas agencias de viaje europeas comercializan viajes multidestino, el rango de noches de duración de estos viajes y el promedio de noches de estadía en el país durante los viajes multidestino.

A continuación, se dan a conocer los datos para cada uno de los países mencionados.

⁸ En Bolivia corresponde a los vuelos del país (el Aeropuerto Viru Viru, el Aeropuerto el Salto y el Aeropuerto Wilstermann).

⁹ De acuerdo a la plataforma <https://www.aeropuertosdelmundo.com.ar/>

¹⁰ La cifra de Uruguay es un promedio por año entre 2010 y 2015.

¹¹ De Uruguay se tomaron los datos del año 2017.

¹² Para el caso de Argentina y Brasil, se tuvieron en cuenta solo los atractivos de las ciudades frontera con Paraguay.



Subcategoría






	ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA 2017 (SOBRE 137 PAÍSES Y SOBRE ESCALA DE 7)				
Puesto general 2017	50	99	27	77	110
Ambiente de negocios	3,1	3	3,5	4,6	4,3
Protección y seguridad	5	5	4,5	5,5	4,7
Salud e higiene	6,4	4,4	5,3	6	5
Recursos humanos y mercado laboral	4,6	4	4,3	4,6	4,1
Preparación tecnológica	4,7	3,8	4,6	5,5	3,7
Prioridad de viajes y turismo	4,6	3,6	3,9	5,3	4,9
Apertura internacional	2,8	2,8	2,6	2,7	2,5
Competitividad de precios	4,1	4,3	5,3	4	5
Sostenibilidad del medio ambiente	3,4	4,2	4,1	3,9	3,8
Infraestructura de aeropuertos	2,7	2,2	2,7	2,1	1,6
Transporte terrestre y puertos	2,6	2,2	2,4	2,8	2,1
Servicio turístico	4,5	3,3	4,9	4,4	3,3
Recursos naturales	4,4	4	6,1	2,5	2,3
Recursos culturales y viajes de negocios	4,5	2	5,7	1,8	1,4



Subcategoría

Conectividad

	Argentina	BOLIVIA <i>conexión del sur</i>	BRASIL <i>Sensacional!</i>	UruguayNatural	Paraguay <i>¡hay que sentirlo!</i>
Aeropuerto internacional principal	Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini (Buenos Aires).	Aeropuerto Internacional Viru Viru (Santa Cruz).	Aeropuerto Internacional de Guarulhos (Sao Paulo).	Aeropuerto Internacional de Carrasco (Montevideo).	Aeropuerto Internacional Silvio Pettirossi (Asunción).
Oferta de vuelos internacionales	54.198 (2017)	11.297 (2018)	74.265 (2010)	17.686 (2017)	13.027 (2017)
Aerolíneas internacionales con presencia	27	7	31	13	7
Conexión directa	América, Europa, Medio Oriente y Oceanía.	Sudamérica, Panamá, Estados Unidos y España.	América, Europa, Medio Oriente, África y Asia.	Latinoamérica, Estados Unidos y España.	Sudamérica, Panamá y España.

Subcategoría					
Llegada e ingresos por turismo internacional 2017					
Número de llegadas de turistas internacionales	6.720.000	1.134.023	6.589.000	3.674.000	1.560.000
Porcentaje de llegada de turistas no residentes (por región)	<u>Américas (82,12%)</u> Brasil 18,55% Chile 15,19% Paraguay 14,09% Uruguay 10,61% Bolivia 8,25% Estados Unidos 5,83% <u>Europa (14,38)</u> España 2,88% Italia 2,08% Francia 2,07% <u>Asia y Pacífico (3,14%)</u> Sur de Asia (0,12) Oriente Medio (0,01%)	<u>Américas (77,09%)</u> Argentina 26,98% Perú 15,47% Brasil 9,96% Chile 7,81% Estados Unidos 5,30% <u>Europa (17,01%)</u> España 3,43% Francia 3,15% Alemania 2,69% <u>Asia y Pacífico (5,77%)</u> Otros diferentes a Japón 3,37% África (0,13%)	<u>Américas (72,36%)</u> Argentina 39,8% Estados Unidos 7,21% Chile 5,19% Paraguay 5,11% Uruguay 4,08% <u>Europa (22,47%)</u> Francia 3,86% Alemania 3,08% Reino Unido 2,82% Italia 2,6% Portugal 2,2% España 2,08% <u>Asia y Pacífico (3,67%)</u> África (1,04%) Oriente Medio (0,12%) Sur de Asia (0,34%)	<u>Américas (87,33%)</u> Argentina 67,4% Brasil 12,8% Chile 1,64% Paraguay 1,1% Estados Unidos 1,46% <u>Asia y Pacífico (0,5%)</u> <u>Europa (3,68)</u> Oriente Medio (0,01)	<u>Américas (96,34%)</u> Argentina 75,07% Brasil 14,48% Uruguay 1,32% <u>Europa (2,94%)</u> <u>África (0,04%)</u> <u>Asia y Pacífico (0,64%)</u> Sur de Asia (0,02%) Oriente Medio (0,01%)
Ingresos por turismo internacional (M. US\$)	5.060	784	5.809	2.540	603



Subcategoría	Argentina	BOLIVIA comisión del sur	BRASIL Sensacional!	UruguayNatural	Paraguay ¡Suavemente
Estrategia de promoción turística					
Inversión en promoción 2015 (M. US\$)	4,1	1,7	17	4,7	1,8
Ratio inversión/promoción 2015 (US\$)	0,7	1,9	2,7	1,6	1,5
Ratio retorno de la inversión 2015 (US\$)	1.203	411	344	420	269
Participación en principales ferias internacionales de turismo (2018)					
Fitur (España)	X	X	X	X	X
ITB (Berlín)	X		X	X	X
WTM (Londres)	X	X	X	X	X
Participación en principales ferias regionales de turismo (2018)					
FIT América Latina	X	X	X	X	X
WTM Latin América	X		X	X	X
AVAB (Brasil)	X	X	X	X	
Fam Trips (FT), Press Trips (PT) o Workshops (W)	FT: 4, de España, Asturias, Alemania y Paraguay. W: 7, en el país, Colombia, Perú y España.	FT: 1, de Chile, Colombia, México y Perú. W: 4, en Perú y Argentina.	FT: 2, del país y Perú. W: 3, en el país y Perú.	FT: 3, de España y Brasil. PT: 12, de Alemania, Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos, España, Inglaterra, Italia.	FT: 1, del país. PT: 1, de España. W:3, en Argentina, Chile y Uruguay.
Medios de difusión reconocidos					
Lonely Planet	X	X	X	X	X
National Geographic (Travel Guide)	X	X	X	X	X
Forbes	X	X	X	X	
New York Times	X	X	X	X	X



Subcategoría

Principales productos

Subcategoría	Argentina	BOLIVIA	BRASIL	UruguayNatural	Paraguay
Atractivos y destinos turísticos reconocidos/ valoración	<p><u>Misiones</u> Cataratas del Iguazú 5. Garganta del Diablo 5. Parque Nacional Iguazú 5. Costanera 4,5. Ruinas de San Ignacio 4,5.</p> <p><u>Corrientes</u> Parque Provincial Iberá 4,5. Esteros de Iberá 4,5. Costanera 4,5. Puente General Manuel Belgrano 4. Catedral de Corrientes 4.</p> <p><u>Formosa</u> Costanera de Formosa 4,5. Fuente de aguas danzantes 4,5. Iglesia catedral Nuestra Señora del Carmen 4. Herradura 4. Museo histórico regional Juan Pablo Duffard 4.</p>	<p>Salar de Uyuni 5. Urban Rush, La Paz 5. Teleférico, La Paz 4,5. Yungas Road, La Paz 4,5. Lago Titicaca, Copacabana 4,5. Cerro rico Potosí 4,5. Laguna Verde 4,5. Mirador Killi Killi, La Paz 4,5. Plaza 25 de Mayo, Sucre 4,5. Geiser Sol de la Mañana, Uyuni 4,5. Parque Nacional Toro Toro 4,5.</p>	<p><u>Foz de Iguazú.</u> Cataratas del Iguazú 5. Parque Nacional Iguazú 5. Parque de las aves 4,5. Represa Hidroeléctrica Itaipú 4,5. Garganta del Diablo 5. Triple Frontera 4,5. Templo Budista 4,5. Lago Itaipú 4,5. <u>Bela Vista</u> Nhandipá 4. Museo de historia 4. <u>Punta Porá</u> Museo de la hierba Mate.</p>	<p>Rambla de Montevideo 4,5. Museo - Taller de Casapueblo, Punta del Este 4,5. Barrio histórico, Colonia del Sacramento 4,5. Teatro Solis, Montevideo 4,5. Palacio Legislativo, Montevideo 4,5. Puerto, Punta del Este 4,5. Catedral Matriz, Montevideo 4,5. Faro Colonia del Sacramento 4,5.</p>	<p>Represa Hidroeléctrica Itaipú 4,5. Casa Nissei 4,5. Santísima Trinidad de Paraná 4,5. Costanera de Encarnación 4,5. Shopping París 4. Palacio de gobierno, Asunción 4. Costanera de Asunción 4. Catedral Nuestra Señora de la Asunción 4. Saltos del Monday 4,5.</p>
Presencia en paquetes multidesestino	<p>*Argentina – Uruguay– Brasil. * Argentina – Chile – Bolivia. *Argentina – Perú – Bolivia – Brasil. *Argentina – Chile. * Argentina – Chile – Perú - Brasil. *Otros regionales.</p>	<p>*Bolivia – Chile – Argentina. *Bolivia – Perú. *Bolivia – Perú – Argentina – Brasil. *Bolivia – Chile – Perú *Bolivia – Ecuador - Perú – Argentina – Brasil. *Otros regionales.</p>	<p>*Brasil – Uruguay – Argentina. *Brasil – Chile – Argentina. *Brasil – Perú – Bolivia – Argentina. *Brasil – Perú – Ecuador – Chile – Argentina –Bolivia. *Otros regionales.</p>	<p>*Uruguay - Argentina. *Uruguay – Argentina – Brasil. *Uruguay – Paraguay – Argentina – Brasil.</p>	<p>*Paraguay - Brasil – Perú – Bolivia. *Paraguay – Uruguay – Argentina – Brasil. *Bolivia – Paraguay – Argentina.</p>
Duración de paquetes multidesestino (noches)	De 9 a 26	De 13 a 26	De 13 días a 26	De 6 a 14	De 14 a 19
Pernoctaciones en el país con paquetes multidesestino	6	4	3	3	3

Fuente: Inmark Europa S.A

En relación a la competitividad, el FEM evalúa un conjunto de criterios. **Paraguay** no obtuvo un puntaje sobresaliente, respecto a su *competitive set*.

Argentina sobresalió en el criterio **salud e higiene** por tener la mayor cantidad de doctores para la población, el 96,4% de la población tiene acceso a condiciones sanitarias mejoradas debidamente construidas y mantenidas, y el 99,1% tiene acceso a una cantidad razonable de agua de una fuente mejorada. En el año 2016 la Subsecretaría de Recursos Hídricos (SSRH) presentó el Plan Nacional del Agua. El primer eje de este es Agua Potable y Saneamiento, por medio del cual se busca facilitar el acceso a estos servicios básicos. Tiene la mayor cantidad de camas de hospitales disponibles para la población por su amplia capacidad instalada (21.095 establecimientos destinados a la salud).

Los tres criterios mejor posicionados de Argentina en el ranking del FEM son: recursos culturales y viajes de negocios, salud e higiene y recursos naturales. Es uno de los países con mejor conectividad con el extranjero por la cantidad de aerolíneas y vuelos internacionales que operan en su aeropuerto internacional principal y su conectividad con diferentes continentes.

Es el país con mayor cantidad de llegada de turistas internacionales siendo Brasil su principal emisor, seguido de Chile y Paraguay. Los tres países fuera de la región con mayor porcentaje de llegada son Estados Unidos, España e Italia. Esta llegada de turistas hace que Argentina sea el segundo país con mayores ingresos por turismo internacional.

Su inversión en promoción en el año 2015 fue poca respecto a los otros países, sin embargo, fue el país que mayor retorno tuvo sobre la inversión generada por promoción. Participó en tres ferias de turismo internacionales reconocidas e importantes en el 2018 en ferias de turismo regionales. Hay datos de la realización de 4 *Fam Trips* y 7 *Workshops* en el año 2018. Es posible encontrar información, características y recomendaciones sobre Buenos Aires, Salta, Patagonia, Cataratas de Iguazú, El Calafete, Bariloche, Mendoza, entre otros, en medios de difusión reconocidos internacionalmente.

Bolivia obtuvo la mayor puntuación en **sostenibilidad del medio ambiente**. Esto debido a aspectos como: su buena puntuación sobre el estrés hídrico y el bajo porcentaje de especies de animales amenazadas. La primera situación se debe a las políticas públicas establecidas y en elaboración, por el Ministerio de Medio Ambiente y Agua, sobre la calidad del agua, su uso eficiente, la accesibilidad física al recurso, la asequibilidad a este y la sostenibilidad de los servicios. La segunda situación es gracias al fortalecimiento de medidas de control del comercio internacional de vida silvestre, sin embargo, se requieren más acciones para proteger la diversidad de fauna en el país.

Sus tres criterios mejor evaluados en el ranking del FEM son: salud e higiene, sostenibilidad del medio ambiente y competitividad de precios. Su conectividad presenta desventaja frente a los demás países por la poca cantidad de aerolíneas que operan en su aeropuerto internacional principal, los vuelos internacionales del país y la baja conectividad con países fuera de la región.

Es uno de el país con menor cantidad de llegada de turistas internacionales. Sus principales emisores de la región son Argentina y Perú. Los tres países fuera de la región con mayor emisión hacia Bolivia son Estados Unidos, España y Francia. Es uno de los países con menor ingreso por turismo internacional.

Fue el país con menor inversión en promoción en el 2015. Participó en dos ferias turismo internacionales reconocidas e importantes en el 2018, y en dos de las ferias regionales más importantes. Hay datos relacionados con un *Fam Trip* y cuatro *Workshops* en el 2018. Es posible encontrar información, características y recomendaciones sobre el Salar de Uyuni, La Paz, Potosí, Lago Titicaca, entre otros, en medios de difusión reconocidos internacionalmente.

Brasil se destacó por su puntuación en **recursos naturales** y **recursos culturales y viajes de negocios**. En recursos naturales se caracteriza por presentar el mayor número de sitios naturales declarados como patrimonio de la humanidad, la mayor cantidad de especies conocidas (para lo cual se debe tener en cuenta la vastedad del territorio), el mayor porcentaje de áreas protegidas en el territorio y el mayor volumen de búsquedas online sobre turismo de naturaleza. Estos aspectos se deben a la diversidad de ecosistemas de su territorio que albergan más del 20% de las especies del planeta, ubicando a Brasil entre los 17 países mega diversos.

Sus tres criterios mejor evaluados en el ranking del FEM son: recursos naturales, recursos culturales, salud e higiene y competitividad en precios. Es el país con las mejores condiciones de accesibilidad por la cantidad de aerolíneas y vuelos internacionales que operan en su aeropuerto internacional principal y por su conexión con diversos continentes.

Es el segundo país con mayor cantidad de llegadas de turistas. Su principal emisor es Argentina. Los tres países fuera de la región con mayor porcentaje de llegada son Estados Unidos, Francia y Alemania. Es el país con mayores ingresos por turismo internacional.

Fue el país con mayor inversión en promedio durante el 2015, y, aunque el retorno no es de los mayores entre el set competitivo, hay que tener en cuenta la cantidad de turistas que arribaron. Participó en tres ferias de turismo internacionales reconocidas e importantes en el 2018, fue donde se llevó a cabo dos ferias internacionales regionales importantes e hizo presencia en otra de estas. Hay registro de 2 actividades entre *Fam Trips* y 3 *Workshops* en el año 2018. Es posible encontrar información, características y recomendaciones sobre Sao Paulo, Rio de Janeiro, Parque Nacional de Iguazú, entre otros, en medios de difusión reconocidos internacionalmente.

Los recursos culturales y los viajes de negocio caracterizan el país por tener la mayor cantidad de sitios culturales declarados patrimonio de la humanidad, de expresiones orales y patrimonios culturales intangible, el mayor número de estadios con más de 20.000 asientos y de reuniones de asociaciones internacionales celebradas de 2013 a 2015 según información de The International Congress and Convention Association (ICCA). Se debe tener en cuenta que en el año 2014 se realizó en el país la Copa Mundial de Fútbol, lo que llevó a mejorar la infraestructura de los estadios.

Uruguay resaltó en **protección y seguridad** y en **preparación tecnológica**. La puntuación en protección y seguridad se debe a la baja incidencia del crimen en los costos de las empresas, el alto nivel de confianza en los policías, la ausencia de ataques terroristas y la baja tasa de homicidios. Esto fue gracias a medidas tomadas como, por ejemplo, contra el narcotráfico al legalizar el cannabis psicoactivo y permitir su autocultivo; contra el crimen organizado mediante la creación de la Dirección General de Lucha contra el Crimen Organizado; contra el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo con la aprobación del Decreto N° 289/012; contra los delitos con la implementación patrullaje en zonas que muestran concentración de delitos a través del Programa de Alta Dedicación Operativa (PADO); entre otros.

Sus tres criterios mejor evaluados en el ranking del FEM son: preparación tecnológica, prioridad de viajes y turismo y protección y seguridad. Tiene conectividad un poco más amplia en comparación con Bolivia y Paraguay por la cantidad de vuelos y aerolíneas internacionales operando en su aeropuerto internacional principal y tener conexiones con países latinoamericanos.

Es el tercer país con mayor cantidad de llegadas de turistas internacionales. La mayoría de turistas son provenientes de Argentina. En menor proporción llegan turistas de Brasil. De los países que no son de la región, Estados Unidos es el que tiene mayor porcentaje; otros países no alcanzan a cubrir el 1%. Es el tercer país con mayores ingresos por turismo internacional.

Fue el segundo país que más invirtió en promoción, pero el impacto en las llegadas de turistas fue baja. Participó en tres ferias de turismo internacionales reconocidas e importantes en el 2018 y en las ferias regionales más importantes. Hay registro de 3 *Fam Trips* y 12 *Press Trips* en el año 2017. Es posible encontrar información, características y recomendaciones sobre Montevideo, Punta del Este, Colonia del Sacramento, Punta del Diablo, Cabo Polonio entre otros, en medios de difusión reconocidos internacionalmente.

En cuanto a preparación tecnológica se caracteriza por el uso de tecnologías de la información y telecomunicaciones entre empresas para las transacciones, el uso de internet para transacciones entre empresas y clientes, el porcentaje de usuarios de internet, la cantidad de suscripciones a banda ancha fija, la cantidad de suscripciones a teléfono celular, la cobertura de la población a una red móvil y la calidad del suministro eléctrico. Este conjunto de aspectos son el resultado de planes e iniciativas del gobierno para hacer asequibles las TIC, como, por ejemplo, el Plan Universal Hogares, Plan Ceibal, o Plan Ibirapitá dan acceso gratuito a internet a la población.

El sistema de energía es generado, transmitido, distribuido y comercializado por el Estado por medio de la Administración Nacional de Usinas y Trasmisiones Eléctricas (UTE) y regulado constantemente por la Unidad Reguladora de Servicios de Energía y Agua (Ursea), además, cuenta con una Política Energética 2005 – 2030 en la que establece un eje social que busca promover el acceso a la energía de forma segura y a un costo accesible para toda la población.

Paraguay obtuvo como criterios mejor evaluados en el ranking del FEM: salud e higiene, prioridad de viajes y turismo y protección y seguridad. Tiene desventaja en la conectividad respecto a países como Brasil, Argentina y Uruguay. Su conectividad se asemeja a Bolivia por la cantidad de aerolíneas y cuenta con un destino de conexión menos. Es el segundo país con menos vuelos internacionales en su aeropuerto.

Es el país que menor cantidad de turistas recibe, no muy lejos de la cantidad de Bolivia. La mayoría de los turistas llegan desde Argentina al igual que los demás países. Es el que menores ingresos reporta por turismo internacional.

Fue uno de los que menos dinero invirtió en promoción en el 2015. Su inversión fue la que menor retorno tuvo. Participó en tres ferias de turismo internacionales reconocidas e importantes en el 2018 y en dos de las tres ferias regionales más importantes. Como parte de su estrategia hay registro de haber realizado 1 Fam Trip, 1 Press Trip y 3 Workshops en el 2018. Es posible encontrar información, características y recomendaciones sobre Asunción, Encarnación, El Chaco, Río Paraná, Represa Itaipú, Cataratas de Iguazú, entre otros, en medios de difusión reconocidos internacionalmente.

Respecto de la estrategia de comunicación:



Campaña turística: “Argentina por vos”. La innovación de la campaña se encuentra en que las piezas de promoción fueron grabadas recogiendo la experiencia real y testimonios de diferentes turistas, de diferentes nacionalidades, y muestra las actividades realizadas y sus emociones durante su recorrido. La duración de estos videos en promedio es inferior a 1 minuto¹³. Naturaleza, gastronomía, cultura son temas predominantes en la campaña.

¹³://www.youtube.com/watch?v=TP6mcvW6dXI&list=PLmDEJtRkuMZxEAHfwIXuSjmiG1qupcz2v

Se promociona como un destino para el turismo de naturaleza, étnico, cultural y LGBT. Es parte fundamental de la oferta turística de Sudamérica. Hay diversidad de paquetes turísticos multidestino que incluyen al país entre los circuitos con otros países de la región. De estos paquetes, es común encontrar la combinación Chile – Argentina o recorridos que incluyen a Brasil o a Bolivia. También es común y posible encontrar viajes promocionados por agencias de viaje internacionales que abarquen solo atractivos de Argentina.

Ilustración 22. Imágenes de la campaña turística de Argentina



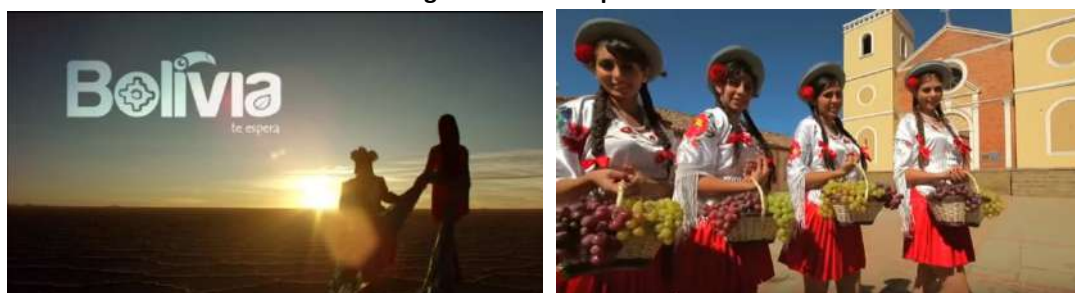
Fuente: videos de la campaña.



Campaña turística: “Bolivia te espera”. Por medio *spots*¹⁴ buscan promocionar los principales lugares del país. Estos fueron difundidos en canales como CNN, FOX o Discovery, traducidos al inglés. Exaltan la naturaleza y la cultura del país.

Busca ser reconocido como un destino de turismo comunitario, cultural y de naturaleza. Hay diversidad de paquetes turísticos multidestino que incluyen al país entre los circuitos con otros países de la región. De estos paquetes, es común encontrar la combinación Bolivia – Chile – otro país (Argentina, Brasil o Perú). Es poco común y posible encontrar viajes promocionados por agencias de viaje internacionales que abarquen solo atractivos de Bolivia.

Ilustración 23. Imágenes de la campaña turística de Bolivia



Fuente: videos de la campaña.



La campaña turística “El mundo se encuentra en Brasil, ven a celebrar la vida” fue lanzada para el mundial de 2014. Buscaba vender el concepto de un país o una “casa” arreglada para acoger a todos los extranjeros.

En el 2018 la campaña “Aquí se habla portugués” buscaba captar la atención de los turistas de países de la región de una forma divertida. Lo relevante de esta campaña es su objetivo de eliminar el obstáculo de la diferencia de idiomas¹⁵.

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=goR8GRPILbE> y https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=c3Dc1fzjTU

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=c0DY6MOVDhU>

Se promociona como un destino de turismo de ocio (sol y playa), de naturaleza y de eventos y negocios. Es parte principal de la oferta turística de Sudamérica, motivo por el cual los paquetes multidestino se combinan con los demás países de la región (entre 3 y 4 países más aparte de Brasil). También es común y posible encontrar viajes promocionados por agencias de viaje internacionales que abarquen solo atractivos de Brasil.

Ilustración 24. Imágenes de la campaña turística de Brasil



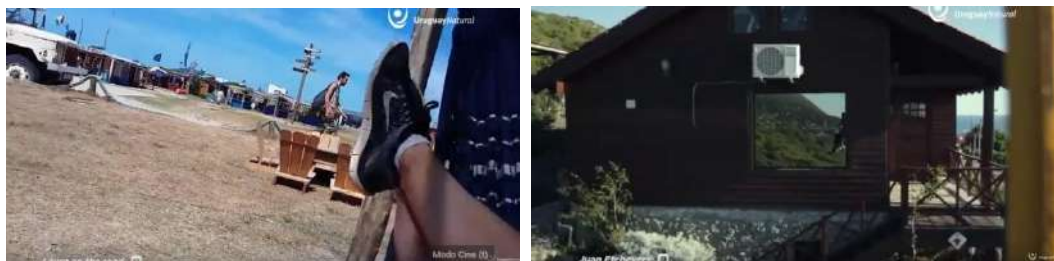
Fuente: videos de la campaña.



En su campaña turística: “Vacaciones de verdad”, por medio de videos de duración de menos de 1 minuto, se recopilan fotos y videos de turistas publicados en sus redes sociales. Se muestran lugares naturales y se invita a visitar el país en el verano¹⁶.

Con sus atractivos busca promocionarse como un destino de turismo de sol y playa, urbano y de negocios. Hay poca diversidad de paquetes multidestino en los que participa. Se combina generalmente con Argentina. No es común y es poco posible encontrar viajes promocionados por agencias de viaje internacionales que abarquen solo atractivos de Uruguay.

Ilustración 25. Imágenes de la campaña turística de Uruguay



Fuente: videos de la campaña.



Campaña turística: “Paraguay, tenés que sentirlo”. Una campaña que muestra lugares naturales y culturales del todo el país. Además de lugares para el ocio y esparcimiento. Los videos disponibles tienen duraciones de 2 minutos o más¹⁷.

Busca posicionar el turismo de naturaleza y cultural en el mercado internacional. Hay pocas opciones de viajes multidestino en las que se encuentre incluido. No es común y es poco posible encontrar viajes promocionados por agencias de viaje internacionales que abarquen solo atractivos de Paraguay.

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=2QRQEklVxRQ>

¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=ipODqykklYU> y <https://www.youtube.com/watch?v=Wl--8eqTfzI>

Se debe mencionar que en el Plan de Marketing de Paraguay se hace alusión a la falta de respuestas por parte de las agencias de viaje nacionales receptoras frente a las solicitudes de información que realizan las agencias de viaje internacionales.

Ilustración 26. Imágenes de la campaña turística de Paraguay



Fuente: videos de la campaña.

Matriz de competitividad

La siguiente matriz recoge de manera resumida los criterios analizados. Entendiendo que Paraguay ocupa una valoración media en la tabla (=), el resto de los competidores pueden mostrar un desempeño mejor (+) o peor (-) que Paraguay hasta en tres niveles.

El posicionamiento de Paraguay respecto de su *competitive set* es similar al de Bolivia y muy inferior al de Argentina y Brasil, que además son sus principales mercados emisores. Puesto que Paraguay comparte con estos últimos algunos atractivos y la mayor parte de los programas multidestino, su estrategia de desarrollo y de promoción, así como su conectividad tiene una fuerte dependencia del comportamiento de éstos.

Respecto de Uruguay, Paraguay tendría la capacidad de poder alcanzar y probablemente superarle en el corto-medio plazo.

Tabla 5. Matriz de posicionamiento

Atributos	Argentina	Bolivia	Brasil	Uruguay	Paraguay
Competitividad	(++)	(+)	(+++)	(+)	(=)
Conectividad	(++)	(-)	(+++)	(+)	(=)
Cuota de mercado	(+++)	(-)	(+++)	(+)	(=)
Ingreso turístico	(+++)	(+)	(+++)	(++)	(=)
Eficiencia de promoción	(+++)	(+)	(+)	(+)	(=)
Valoración de productos	(++)	(+)	(++)	(-)	(=)
Seguridad	(+)	(+)	(+)	(++)	(=)
Infraestructura turística	(++)	(-)	(++)	(+)	(=)
Precio	(-)	(+)	(+)	(-)	(=)
Total	17	3	19	7	(0)

Fuente: Inmark Europa S.A.

5.5. Gobernanza y competitividad

5.5.1. Marco Político y legal

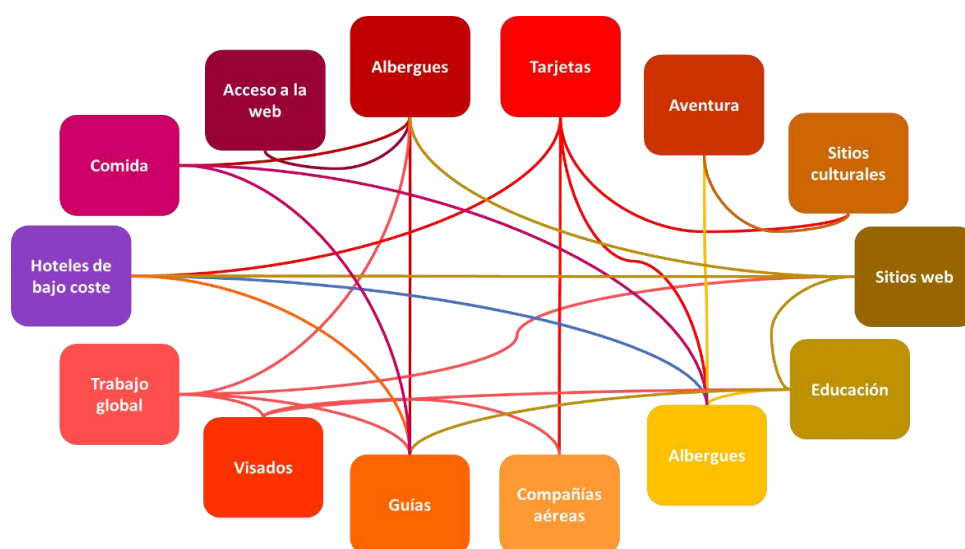
La tendencia actual en la gestión turística es a sobrepasar el sesgo cuantitativo de maximización de número de turistas como meta, a través de estrategias de promoción y mercadeo, a crear marcos competitivos que en el contexto de la Agenda Global 2030 y apostar por marcos de políticas públicas compatibles con la sostenibilidad ambiental, cultural y social en los destinos.

El turismo es un sector complejo que demanda articulación entre instancias políticas decisorias en el nivel de los gobiernos, nacional, departamental, municipal en materia de turismo, como entre otros sectores relacionados, con políticas de aviación, infraestructura vial, conectividad TIC, educación, cultura y patrimonio, medio ambiente, seguridad, salubridad.

En ese sentido, el concepto de gobernanza cobra gran importancia en la actualidad y el turismo no es ajeno a la tendencia.

La siguiente figura “nueva cadena de valor del turismo”, ilustra cómo el proceso turístico deja de ser lineal y el sistema turístico, se articula sobre sí mismo y sobre un destino.

Ilustración 27. Nueva cadena de valor del turismo



Fuente: Inmark Europa S.A., adaptación de UNWTO.

En el contexto del marco de políticas públicas, un estudio de la OCDE¹⁸ (2018) sobre la gobernanza en Paraguay como un factor de desarrollo, parte de las debilidades ya mencionadas anteriormente, como por ejemplo, carecer de litoral, junto con la fortaleza de una economía en crecimiento, al punto que destaca que ésta se ha convertido en una de las economías más dinámicas de la región, con tasas anuales de crecimiento interno muy superiores a las medias de la propia OCDE y del resto de América Latina “gracias a su buen desempeño macroeconómico y a importantes reformas estructurales”. (OCDE, 2018).

Entre las recomendaciones que da la OCDE se menciona la necesidad de continuar con reformas que contribuyan con la generación de empleo formal como estrategia para reducir la pobreza que aún es grande en Paraguay. El turismo, que según la OMT genera 1 de cada 11 empleos directos en el mundo puede ser clave en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular de erradicación de la pobreza.

¹⁸ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

El citado estudio halló falencias en los niveles de coordinación de los núcleos administrativos que puedan proveer respuestas de política pública pluridimensionales. Por ello recomienda establecer una mayor conexión entre las estrategias presupuestales equitativas e inclusiva en el contexto del Plan de Desarrollo Paraguay 2030 y como elementos clave, mejorar la articulación del desarrollo en las regiones para garantizar una gobernanza multinivel (OCDE, 2018) y priorizar los objetivos estratégicos sobre los políticos. Para ello, la participación activa del sector privado y las comunidades es clave y en el ámbito del turismo, indispensable.

Paraguay cuenta con una Secretaria Nacional de Turismo (SENATUR), organismo rector del Estado para la regulación y desarrollo del sector, cuyo ministro (a) integra el gabinete nacional. SENATUR tiene la competencia en turismo sobre planificación, dirección, administración y la fiscalización de todos los emprendimientos turísticos, así como la promoción, entre otros. La SENATUR está llamada a promover la generación de empleos directos y el incremento de la renta personal con el objetivo de reducir la pobreza, por ende, a mejorar la calidad de vida de la población.

En un contexto de globalización, la SENATUR, ente rector de la política turística está abocada a interactuar con otros sectores de manera fluida.

En el Paraguay el marco legal del turismo y el marco legal con el que se genera interdependencia y con el cual interactúa, es amplio. Únicamente destacaremos aquellas leyes que consideramos relevantes a la luz de un Plan de Desarrollo Turístico.

La Ley 2.828/05 del turismo es el marco que regula la orientación, facilitación, fomento, coordinación y control de la actividad turística en el territorio paraguayo (Art. 1) y, determina que el turismo es una actividad de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia sujeta a los requisitos establecidos en la Ley misma y en sus reglamentos (Art. 2). La ley establece que los prestadores de servicios turísticos se inscribirán en el Registro Nacional de Turismo y logran su habilitación como tales, estando obligados a cumplir con los requisitos de que dispone la ley.

El turismo como negocio, implica la existencia de un sistema empresarial (grande, mediana y pequeña empresa), que además de condicionarse al marco legal sectorial, se ve determinado por normatividad que afecta positiva o negativamente el entorno de los negocios. Un ejemplo del marco legal tributario se constituye en factor clave para el desarrollo turístico en tanto establece gravámenes a rentas provenientes de actividades comerciales, industriales, de servicios, agropecuarias. (Ley 125/91). El sistema tributario es el soporte de las economías del mundo. Lo importante de los impuestos es su progresividad en la solución a los problemas y obstáculos al crecimiento de un país. Sin embargo, uno de los problemas que afronta Paraguay es el de la informalidad. Según datos de la DGEEC aportados por la Encuesta de Hogares realizada en 2017, a nivel país, el 65.2% del total de personas ocupadas trabaja en la informalidad. Esta circunstancia afecta al turismo.

De las leyes se desprenden otras normatividades que desarrollan el articulado. Retomando el caso de los prestadores de servicios turísticos, la Resolución No. 332 de 2010 reglamenta la inscripción en el Registro Nacional de Turismo, así como el funcionamiento de todos los prestadores de servicios turísticos. Son éstos: agencias de viajes de turismo emisivo y receptivo (A); las empresas operadoras mayoristas de turismo emisivo y receptivo (B); establecimientos de alojamiento hotelero (H); establecimientos de alojamiento extra hotelero (HX); transporte turístico terrestre (T) y firmas de arrendamiento de vehículos (V).

Los marcos legales también proveen estímulos y acciones de fomento que se articulan con los propios de cumplimiento de obligaciones. Los prestadores de servicios turísticos que pueden optar por la inscripción para acogerse a los beneficios de formar parte del Registro Nacional y, como tales, ser parte del Sistema Nacional de Turismo son: restaurantes, bares y afines (R); casinos de juegos, discotecas y afines (Z); parques temáticos, empresas organizadoras de animación cultural (P); comisionistas, corredores, asesores de servicios turísticos y otros intermediarios (I); centro de convenciones y eventos en general / pabellón ferial (E); empresas organizadoras de turismo de eventos, congresos, convenciones, ferias y exposiciones (C); consultoras turísticas (M); otras empresas cuyas actividades sean afines al turismo, previa justificación específica (O). Resolución No. 332/10).

La reglamentación apoya la formalización, uno de los grandes flagelos que condiciona el progreso. Como suele suceder en muchos países de América Latina (tal es también el caso de Paraguay), los campos legales y de políticas públicas suelen entremezclarse. Es así como instrumentos como el Plan Nacional de Turismo Rural Comunitario determina que serán contribuyentes: 1) las empresas unipersonales, las sociedades con o sin personería jurídica, las asociaciones, las corporaciones y las demás entidades privadas de cualquier naturaleza. 2) Las empresas públicas, entes autárquicos, entidades descentralizadas y sociedades de economía mixta. 3) Las personas domiciliadas o entidades constituidas en el exterior y sus sucursales, agencias o establecimientos que realicen actividades gravadas en el país. La casa matriz deberá tributar por las rentas netas que aquellas le paguen o acrediten. La casa matriz del exterior tributará por las rentas gravadas que obtenga en forma independiente. 4) Cooperativas con los alcances establecidos en la Ley No 438/94 "De Cooperativas". (Art.3) (SENATUR, 2013).

Complementariamente cabe considerar otros marcos de compromiso o instrumentos legales del Estado paraguayo, que inciden en el turismo, como:

- Convenio 169 de la OIT sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países independientes.
- Declaración de la Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.
- Convención de Unesco, París 1972 sobre el patrimonio cultural y natural.
- Convención de Unesco, París 2003 sobre el patrimonio inmaterial.

Más que atender a la revisión y actualización de los normogramas y de documentos del Sistema Integrado de Gestión, es clave contar con instrumentos estratégicos que sean apropiados tanto desde la función pública como por los privados. Un normograma se sugiere y es útil como una herramienta que permite a las entidades públicas y privadas delimitar las normas que regulan sus actuaciones en desarrollo con su objeto misional.

La legislación turística es un instrumento imprescindible para promover la gobernanza en el turismo y garantizar un desarrollo turístico sostenible e inclusivo (UNWTO, 2014). Más allá de contar con ella, lograr establecer los niveles de racionalización, conocimiento y aplicación necesarios, contribuye a minimizar riesgos de retraso en procesos, a optimizar la aplicación de recursos financieros y humanos y ante todo a minimizar los riesgos de generar situaciones conflictivas.

Las Gobernaciones fueron creadas mediante la promulgación de la Ley 426 del 7 de Diciembre de 1994 "que establece la carta orgánica del gobierno departamental". El Gobierno Departamental es persona jurídica de Derecho Público y goza de autonomía política, administrativa y normativa para la gestión de sus intereses y de autarquía en la recaudación e inversión de sus recursos, dentro de los límites establecidos por la Constitución y las leyes.

La Constitución Nacional promulgada en el año 1992, en el marco del cambio socio político producido por la apertura democrática iniciada en el año 1989, estructuró y organizó el estado, asegurando a los habitantes de la República del Paraguay el funcionamiento de las instituciones de acuerdo a los postulados que sustentan un estado social de derecho (Constitución Nacional, parte II del ordenamiento político de la República, Título I, Capítulo IV).

El Departamento de Boquerón no dispone de normatividad del nivel regional que se relaciona directamente con el turismo.

5.5.2. Mapa de Actores

Considerada como una herramienta metodológica de tipo estructural, el mapa de actores claves busca identificar aquellas entidades y grupos sociales organizados que, por sus intereses y objeto social intervienen directa o indirectamente en el desarrollo turístico del destino. Contribuye en la definición de roles para consolidar alianzas trascendentes que aseguren una correcta implementación de las estrategias y, en consecuencia, la buena marcha del proyecto.

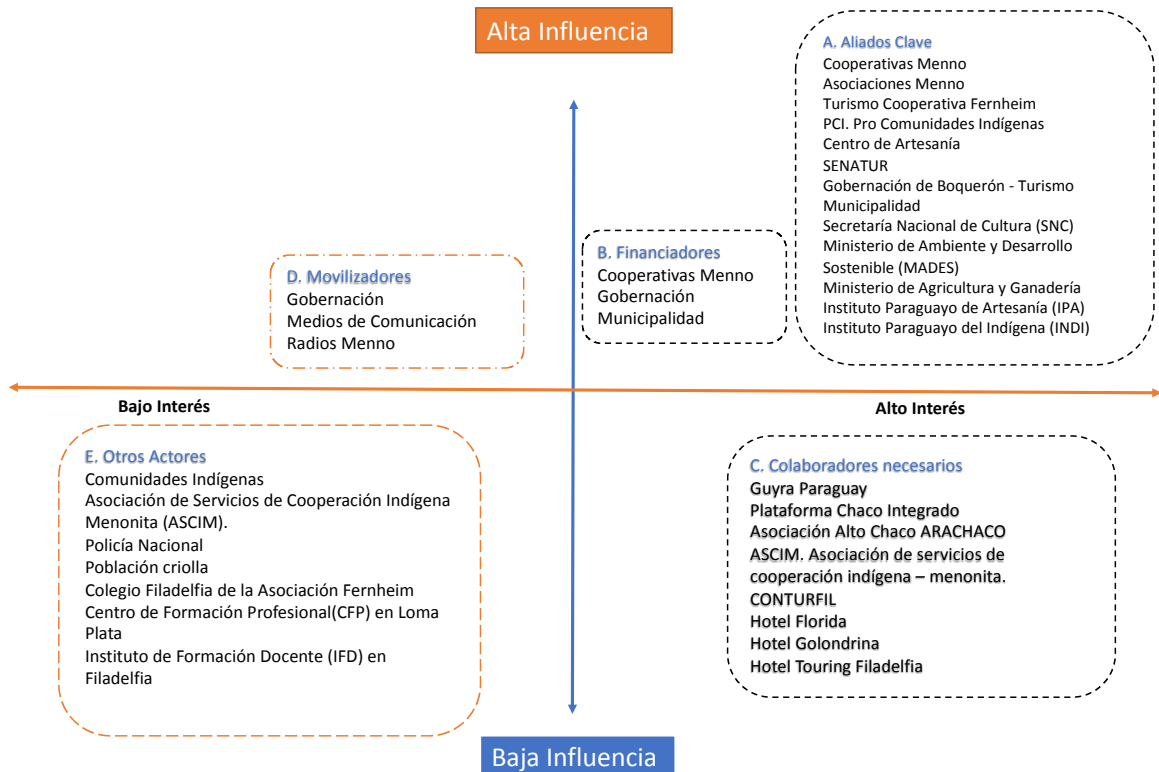
Se distinguen dos grupos: **actores primarios afectados y/o beneficiados** directamente por el desarrollo del proyecto y **actores secundarios o intermediarios** importantes también, pero en menor escala. Dependiendo de su capacidad de influencia (positiva o negativa), se le otorga una prioridad de alta, media y baja.

Para la identificación de los **actores claves**, se tuvieron en cuenta las siguientes premisas:

1. **Aliados claves:** son necesarios para la implementación del plan estratégico porque definen políticas, promocionan y comercializan el turismo. Su información y experiencia afectan positiva o negativamente la evolución del plan.
2. **Financiadores:** colocan recursos para el turismo, bien sea a través de la presentación de proyectos (no reembolsables) o, a través de líneas de crédito.
3. **Colaboradores:** tienen interés en la propuesta, pero su capacidad decisoria está condicionada. Aportan conocimiento y experiencia
4. **Movilizadores:** tienen influencia en públicos que podrían motivarse a participar en la ejecución del Plan pero no manifiestan interés, posiblemente, por desconocimiento.
5. **Actores:** pudiendo ser beneficiarios del proyecto, no manifiestan mayor interés. Contribuyen con conocimiento y experiencia.

La siguiente ilustración muestra, la identificación de actores y su capacidad de influencia e interés.

Ilustración 28. Mapa de Actores



Fuente: Inmark Europa S.A.

Tabla 6. Mapa de Actores – Rol Expectativa

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Cooperativa	Cooperativa Neuland	La cooperativa tiene como objetivo fomentar el desarrollo socioeconómico de los socios y del entorno social de los mismos. Procesar la producción diversificada y sustentable. Procesar y comercializar los productos agroganaderos según estándares internacionales.	A la Cooperativa pertenecen el museo, el Hotel, el supermercado, así como otras fincas que podrían ser destinadas para turismo de naturaleza. La comunidad menonita gestiona todos estos servicios, por lo que la actividad turística depende de su gestión.	Alta
	Cooperativa Choritzer	La Cooperativa Chortitzer Ltda.: En 1962 se fundó la Sociedad Colonizadora Cooperativa Chortitzer Komitee (hoy Cooperativa Chortitzar Ltda.), para organizar la producción y comercialización de los productos de los socios, servicios de asesoramiento en agricultura, ganadería y producción láctea, la industrialización en productos, el transporte de los mismos, como también las máquinas pesadas, la compraventa de terrenos, representación en Asunción y la importación y exportación de productos. Actualmente tiene 6.665 socios registrados. La Cooperativa Choritzer Ltda. tiene más de 3.000 colaboradores, 37% de ellos socios. Sucursales están en Paratodo, Campo León, Lolita, Buena Vista, Las Palmas y Asunción	A la Cooperativa pertenecen el museo, el Hotel, el supermercado, así como otras fincas que podrían ser destinadas para turismo de naturaleza. La comunidad menonita, social de la cooperativa gestiona todos estos servicios, por lo que la actividad turística depende de su gestión.	Alta
	Cooperativa Fernheim	La Cooperativa Fernheim es una institución competitiva y socialmente competente, la cual cuenta con buenas instalaciones, personal capacitado y una tecnología adecuada para el óptimo desenvolvimiento económico de sus socios menonitas. Posee buenas relaciones tanto con otras cooperativas y organizaciones, como con el Gobierno Nacional, clientes y proveedores.	A la Cooperativa pertenecen los museos, el Hotel Florida, el supermercado, así como otras fincas que podrían ser destinadas para turismo de naturaleza. La comunidad menonita, social de la cooperativa gestiona todos estos servicios, por lo que la actividad turística en Filadelfia depende totalmente de ellos.	Alta

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Cooperativa	Asociación Fernheim	La Asociación Fernheim fue la primera forma de organización de la Colonia Fernheim. La extrema necesidad en los tiempos difíciles de la colonización impulsó a buscar esta forma solidaria de unión. Esta asociación tiene el fin de garantizar una asistencia frente a las necesidades sociales y culturales de sus socios. La Asociación Fernheim es una agrupación sin fines de lucro. Cuentan con buenas instalaciones, personal capacitado, una tecnología adaptada y una continua orientación colectiva. Las necesidades socioculturales de los grupos vecindarios son tomados a consideración. Existen buenas relaciones con otras organizaciones que tienen objetivos similares, con las instituciones gubernamentales y con las comunidades vecinales. Vela por la salud, la educación, el cuidado de los mayores, el mantenimiento de los caminos, entre otros.	La Asociación Fernheim pertenece a la Cooperativa Fernheim. Su función es dedicarse a cuidar de la Comunidad Menonita, salud, educación, caminos. La actividad turística por tanto también depende de ellos, puesto que la salud, el mantenimiento de los caminos son dos de los factores más importantes para asegurar la calidad del destino y su accesibilidad.	Alta
	Unidad de Turismo de Fernheim	A la Asociación Fernheim pertenecen 8 diferentes museos. Los horarios de atención para las visitas son de lunes a sábado de 7:00 a 11:30 horas. Para mayores informaciones se puede contactar con la oficina de turismo, donde se puede acceder también a una guía para recorrer los museos. La oficina de turismo es subordinada a la Cooperativa Fernheim y es miembro del Consejo Departamental de Turismo.	La Unidad de Turismo de Fernheim es la encargada de los Museos de Filadelfia, guía a los grupos y muestra los museos a los visitantes que así lo desean. La experiencia turística de Filadelfia también depende de ellos, puesto que los museos son uno de los principales atractivos culturales del destino.	Alta
	Asociación Chortitzer	La Asociación Civil Chortitzer Komitee fue fundada en 1936, para regular los asuntos civiles de a Colonia Menno. Actualmente tienen 7450 socios aproximadamente. Servicios sociales ofrecidos (seguro mutuo financiado por un sistema de aportes de los socios): Educación – Salud – Asistencia de Ancianos y Discapacitados – Comunicación – Orden interno – Cooperativa vecinal, entre otros. Tiene más de 800 colaboradores, de los cuales el 89% son socios de esta.	La Asociación Fernheim pertenece a la Cooperativa Fernheim. Su función es dedicarse a cuidar de la Comunidad Menonita, salud, educación, caminos. La actividad turística por tanto también depende de ellos, puesto que la salud, el mantenimiento de los caminos son dos de los factores más importantes para asegurar la calidad del destino y su accesibilidad.	Alta

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Sector público	Centro de Artesanía	<p>El Centro de Interpretación y Comercialización de Artesanía del Chaco fue construido con el objetivo de reducir la pobreza y promover el desarrollo participativo de los artesanos indígenas y no indígenas de la zona. Esto potenciará la oferta para los turistas.</p> <p>El proyecto fue ejecutado conjuntamente por la comuna local, que aportó G. 360 millones, y la Unión Europea (UE), que desembolsó G. 400 millones. Con este emprendimiento se está apostando al turismo, por su contribución a la generación de divisas y creación de nuevos puestos de trabajo.</p>	<p>Tiene un papel fundamental, acercando la artesanía de las comunidades indígenas al turista. La artesanía chaqueña es sumamente rica, variada y apreciada en diversos lugares del mundo, y el Centro de Artesanía es un canal para mejorar las ventas.</p>	Alta
Institucional	SENATUR	Encargados de promover, facilitar y regular el desarrollo del turismo en Paraguay, en beneficio de visitantes y ciudadanía en general.	Como máxima autoridad en Turismo, debe facilitar los procesos para el desarrollo turístico de Boquerón, a través del apoyo técnico, seguimiento de procesos, capacitación especializada, sensibilización turística, etc.	Alta
	Secretaría Nacional de Cultura	Encargados de diseñar, regular e impulsar políticas públicas culturales; garantizando los derechos culturales de la ciudadanía; preservando, protegiendo y promoviendo el patrimonio cultural en su diversidad, a nivel nacional e internacional.	Como máxima autoridad en cultura, debe proteger Boquerón. Debe establecer mecanismos de comunicación, consulta y concertación con diferentes sectores de la sociedad en lo relativo a la gestión cultural y, específicamente, a la formulación de una Política Cultural para Boquerón. Deben incentivar la especialización, la capacitación y la organización de quienes ejercen profesionalmente actividades culturales; en especial encargados del Museo y guías históricos.	Alta

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Institucional	MADES	Encargados de la formulación de políticas, la coordinación, la supervisión, la ejecución de las acciones ambientales, los planes, programas y proyectos enmarcados en el Plan Nacional de Desarrollo, referentes a la preservación, la conservación, la recomposición y el manejo de los recursos naturales. Además se encarga del ordenamiento ecológico y del ambiente en general, propendiendo a un mejoramiento permanente de las condiciones de vida de los distintos sectores de la sociedad paraguaya para garantizar condiciones de crecimiento económico, equidad social y sustentabilidad ecológica a largo plazo.	Como máxima autoridad en ambiente, deben establecer políticas para la gestión de residuos, de aguas y la conservación de las áreas naturales. Es necesario que establezcan procesos de gestión ambiental y buenas prácticas ambientales para todas las industrias que se encuentran en la orilla del río y que pueden provocar contaminación.	Alta
	IPA	Encargados de promover el desarrollo de la artesanía nacional, estimular y proteger al artesano, buscar canales de comercialización e incentivar la formación de artesanos entre otras funciones. Es una entidad autárquica, descentralizada, con personería jurídica y patrimonio propio. Esta entidad estará sujeta a las disposiciones de derecho público. Es uno de los objetivos del Instituto "elevar el nivel de vida de las comunidades artesanales fortaleciendo el desarrollo de sus núcleos, capacidad productiva y de comercialización, generando alianzas de acuerdo con la demanda del mercado nacional e internacional, por medio de la competitividad.	Promover la comercialización de la artesanía de Filadelfia, poniendo en valor las artesanías y a los artesanos, mejorando la calidad del producto y estableciendo canales de promoción y comercialización para llegar a los clientes nacionales e internacionales.	Alta
	INDI	Encargados de cumplir, garantizar y velar por el fiel cumplimiento de los derechos indígenas, armonizando el mandato legal con la participación de los pueblos indígenas, en forma articulada y coordinada con otras instituciones".	Promover la formación técnico-profesional del indígena, especialmente para la producción agropecuaria, forestal y artesanal, y capacitarlo para la organización y administración de las comunidades. Realizar otras actividades que tengan relación con los fines del INDI.	Alta

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Gobierno Local	Gobernación	Generar oportunidades para mitigar las diferentes problemáticas en los sectores social, educativo, salud y productivo, acompañados de organizaciones públicas, privadas y fuerzas vivas, con presencia institucional efectiva, para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes del XV Departamento de Presidente Hayes.	Acompañar a Filadelfia al desarrollo Turístico, a través de la inversión en infraestructura, capacitaciones, inversión en emprendimiento.	Alta
	Municipalidades	Generar oportunidades para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes.	Apoyar al desarrollo turístico de Filadelfia, a través de la inversión, capacitación, planificación y siendo uno de los dinamizadores de la CONTURFIL.	Alta
Asociaciones/ Organizaciones sin ánimo de lucro	Guyra Paraguay	La Asociación GUYRA PARAGUAY es una organización de la sociedad civil sin fines de lucro que trabaja en la defensa y protección de la diversidad biológica de Paraguay y la acción organizada de la población, con el fin de asegurar el espacio vital necesario para que las futuras generaciones puedan conocer muestras representativas de la riqueza natural del Paraguay. La asociación trabaja directamente con las comunidades y habitantes del interior del país.	Guyra Paraguay junto con Audubon, se encuentra trabajando en el Chaco un proyecto de aviturismo, que puede ser muy interesante para el desarrollo de experiencias turísticas en el destino. Ambos pueden convertirse en aliados para el desarrollo de productos de turismo de naturaleza.	Media
	PCI Pro Comunidades Indígenas	La organización Pro Comunidades Indígenas es una asociación de personas multidisciplinarias sin fines de lucro, que acompaña a Pueblos Indígenas del Chaco Paraguayo en la defensa, vigilancia y exigibilidad de sus Derechos Humanos, específicamente el Derecho Humano a la Alimentación Adecuada. Desarrolla, a través de programas y proyectos, acciones con comunidades indígenas, vinculadas a Derechos Humanos, convivencia pacífica y Medios de Vida.	Apoyar a las Comunidades Indígenas de Filadelfia a mejorar su calidad de vida y poder capacitarse. Y formar parte de las experiencias turísticas a comercializar.	Alta

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
	Plataforma Chaco Integrado	<p>En noviembre de 2017, un primer encuentro en la Estancia Campo-í reunió a representantes del gobierno central, municipalidades, cooperativas, Asociaciones, ONGs con proyectos de desarrollo en el Chaco. Este encuentro concluyó que las diversas iniciativas del Chaco necesitaban mayor coordinación para compartir sus aprendizajes y lograr mayor impacto y gestión.</p> <p>Así nació Chaco Integrado, con la misión de reunir a los proyectos e iniciativas que se ejecutan en el Chaco, coordinar e integrar los mismos para lograr eficiencia y eficacia en su ejecución, en forma sostenible.</p>	<p>Contribuye al turismo puesto que es un espacio de diálogo donde los actores involucrados en los diversos proyectos orientados al territorio chaqueño compartan sobre cada uno de sus intereses, desde organizaciones internacionales, nacionales, ONG, fundaciones, asociaciones, etc. El objetivo final es el desarrollo sostenible del Chaco.</p>	Media
Asociaciones/ Organizaciones sin ánimo de lucro	ARACHACO	<p>La Asociación Alto Chaco ARACHACO tiene a su cargo de aproximadamente 580 kilómetros de caminos para su mantenimiento, que abarcan parte del departamento de Boquerón y Alto Paraguay. El mantenimiento de la ruta desde Montanía a Tte. Martínez y más hacia el Alto Paraguay que queda a 80 kilómetros de la ciudad de Bahía Negra. La Asociación tiene como finalidad el mantenimiento de los caminos como así también, instaurar el desarrollo en este caso, la electrificación, y la presencia en la zona alejada de servicio telefónico.</p>	<p>El turismo depende de los caminos y la accesibilidad de estos. Es necesario contar con esta asociación que se encarga de hacer nuevos caminos en un destino donde la mayoría de los atractivos son inaccesibles.</p>	Media
	Asociación de Municipios del Chaco Central	<p>Las municipalidades de Boquerón, Mariscal Estigarribia, Filadelfia y Loma Plata, e Irala Fernández de Presidente Hayes oficializaron la conformación de una “Asociación de Municipios del Chaco Central”.</p> <p>La Asociación servirá para organizar y prestar en forma conjunta obras, servicios o actividades de su competencia.</p>	<p>Respecto al turismo, el objetivo es fomentar y favorecer el turismo rural, a través de la Asociación con todas las municipalidades del Chaco Central, el peso y la capacidad de negociación para solicitar proyectos es mucho más fuerte que de manera individual.</p>	Media

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Sector Público - privado	Consejo Departamental de Turismo / Mesa de turismo	El Consejo de Turismo de Boquerón, es una figura público – privada que tiene como objetivo promover el desarrollo turístico del Chaco y coadyuvar con SENATUR y con entidades públicas y privadas en sus proyectos y actividades que fomenten el turismo en el Chaco en general. Además, debe promover la participación de los ciudadanos y de las empresas privadas en el desarrollo turístico y elaborar planes para el desarrollo constante y sostenido del turismo local y regional y la ejecución de estos.	El Consejo Departamental de Turismo debe convertirse en un actor clave para el desarrollo turístico de Boquerón. Aliándose con SENATUR, la gobernación y las municipalidades, para impulsar la ejecución de este Plan de Desarrollo Turístico.	Media
	Hotel Florida	Hotel perteneciente a la cooperativa Menonita y que se encuentra ubicado en la principal Avenida de Filadelfia. Cuenta con Restaurante y piscina y es el mejor valorado en Tripadvisor.	El Hotel Florida puede convertirse en un elemento clave para el desarrollo turístico de Filadelfia, puesto que es el principal alojamiento del destino.	Media
	Hotel Golondrina	El Hotel Golondrina también se encuentra ubicado en la Avenida Hindenburg, ofrece servicio de restaurante	El Hotel Golondrina puede convertirse en un elemento clave para el desarrollo turístico de Boquerón, puesto que es uno de los principales alojamientos del destino.	Media
	Hotel Touring Filadelfia	Se encuentra en la Ruta Transchaco a 443 Km de Asunción, en el cruce a Filadelfia centro de las colonias Menonitas y el corazón del Chaco paraguayo.	El Hotel Touring Filadelfia puede convertirse en un elemento clave para el desarrollo turístico de Boquerón, puesto que es uno de los principales alojamientos del destino.	

Fuente: Inmark Europa S

5.5.3. Productos turísticos

En la revisión de información se tuvieron en cuenta las agencias de viajes departamentales registradas en Registur y en estado de “en funcionamiento”; algunas agencias internacionales de Brasil, Argentina, Chile, Uruguay, Bolivia, Estados Unidos, España y Alemania que fueron analizadas para las estrategias comerciales; Tripadvisor que es un sitio web reconocido que tiene reseñas de contenido relacionado con viajes en diferentes partes del mundo; y Lonelyplanet una de las mayores editoras de guías de viajes en el mundo.

Tabla 7. Atractivos turísticos de Boquerón

Productos	Tripadvisor	LonelyPlanet	Internacionales	Nacionales
Naturaleza del Chaco		x	x	x
Laguna salada				x
Laguna Capitán				x
Avistamiento de aves				x
Aldeas menonitas			x	x
Museo de la historia menonita				x
Museo de la convivencia				x
Museos científicos				x
Chaco Lodge				x
Senderismo				x
Gastronomía (asado)				x
Fortín Boquerón	x			x
Fortín Toledo				x

Para los casos de Lonelyplanet y las agencias internacionales, el Chaco se ofrece como un gran producto de naturaleza, por su importancia biológica. En algunas agencias internacionales también se ofrece Filadelfia y la importancia histórica de las colonias menonitas sin detallar lugares específicos para visitar.

Por su parte, la agencia de viajes nacional ubicada en Filadelfia, detalla los productos que ofrece, desde las lagunas y la fauna para hacer senderismo o avistamiento, hasta los aspectos culturales relacionados con los museos, las aldeas, la gastronomía y los fortines de Boquerón y Toledo.

5.5.4. Gestión ambiental y sostenibilidad

En cuanto a la [gestión ambiental y sostenibilidad](#), el Departamento de Boquerón se encuentra muy sensibilizado sobre dos temas clave para el funcionamiento del territorio, como son:

- Uso eficiente del Agua
- Gestión de Residuos
- Conservación ambiental

Además, son varios los proyectos en los que se encuentra inmerso:

■ **Proyecto Conservación Sostenible de Boque REDD+**

En 2008, Paraguay fue uno de los 9 países piloto de ONU-REDD y FCPF, en todo el mundo. Con la implementación del PNC ONU-REDD+ del 2011 a 2016 inicia voluntariamente su “Fase de Preparación o Reddiness”.

Para constituirse en uno de los países participantes del Fondo Cooperativo para el Carbono de los Bosques (FCPF), en el 2010 solicitó la implementación del FCPF del Banco Mundial a través del PNUD.

■ Convenio de Biodiversidad Biológica

El Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES), a través del Proyecto Sexto Informe Nacional al Convenio de Diversidad Biológica (CDB), desarrolló la última Reunión de Consulta Regional Boquerón.

El CDB es un acuerdo de gran alcance, del cual Paraguay es miembro desde el año 1993. Como signatario, se compromete a identificar sus prioridades ambientales y desarrollar acciones concretas en un plazo determinado. Este convenio, solicita a los países miembros, presentar informes nacionales sobre las medidas adoptadas, y su eficacia para el logro de los objetivos del acuerdo.

El convenio solicita a los países miembros, que los informes sean documentos ricos en información y datos sobre la biodiversidad. En cumplimiento a este mandato, el MADES, a través de la Dirección General de Protección y Conservación de Biodiversidad, realiza el relevamiento de informes sobre los proyectos y acciones que se desarrollan en favor de la biodiversidad del Paraguay.

■ Proyectos con WWF- Alianza para el Desarrollo Sostenible

Reducción de la deforestación relacionada a materias primas claves (soja y carne) en Paraguay y mejorar la productividad y sostenibilidad agropecuaria.

1. Mejorar las prácticas relacionadas al uso de la tierra e incrementar la oferta de productos producidos sosteniblemente.
2. Generar acciones para promover el desarrollo de áreas de producción sustentable.
3. Incrementar la demanda por carne y soja producida de manera sostenible.

Duración: cuatro años (2015 – 2019).

Financiamiento: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID pr sus siglas en inglés), con contrapartidas de organizaciones del sector privado tales como: Minerva Foods, Cooperativa Neuland, Asociación de Municipios del Chaco Central y la Corporación Financiera Internacional (IFC). Estas organizaciones son parte de la Alianza junto a WWF, Wildlife Conservation Society (WCS) y USAID.

Implementación: WWF, Wildlife Conservation Society (WCS), Minerva Foods, Cooperativa Neuland, Asociación de Municipios del Chaco Central y la Corporación Financiera Internacional (IFC).

Tipo de proyecto: Mercados, Finanzas y Alimentos.

Temas claves: Buenas Prácticas Sostenibles (BSPs), sostenibilidad en la oferta y demanda, incentivos financieros, Pago por Servicios Ambientales (PSA), cumplimiento legal, desarrollo de planificación territorial sostenible, construcción de capacidades en el sector público, desarrollo de catastro.

Áreas de implementación:

- **Chaco:** Municipio de Filadelfia, territorio de la Cooperativa Neuland (Departamento de Boquerón) y un área de aplicación en torno a la Línea 1 en el Departamento de Alto Paraguay.
- **Región Oriental:** por determinar.

■ Aviturismo E Bird Paraguay

Fortaleciendo el Aviturismo como herramienta de Conservación y Desarrollo Sustentable.

Proyecto con una duración de 3 años, presentado por National Audubon Society al FOMIN en colaboración con sus socios en cada país y retomando la alianza con Paraguay a través de Guyra Paraguay. El proyecto fortalecerá el turismo de observación de aves mediante un programa de certificación de guías de aviturismo, contando con mano de obra calificada y creando un nuevo nicho laboral no tan promovido en nuestro país; sus objetivos principales son fortalecer y capacitar las pequeñas empresas de las zonas más atractivas para el aviturismo (en Paraguay, el Pantanal, San Rafael y el Chaco), crear una “Ruta Turística del Pantanal” y promover en la ciudadanía el estudio de aves a través de herramientas electrónicas que permitan la identificación y el registro de las observaciones en el campo. Para el éxito de este proyecto es muy importante el apoyo y participación del Gobierno Nacional a través de la SENATUR y la SEAM, además del sector privado.

Las principales actividades que contempla el proyecto son:

- Establecimiento de un programa de certificación de guías de aviturismo nivel básico y avanzado.
- Desarrollo del programa de certificación en el Pantanal, San Rafael, Chaco Central y Asunción.
- Capacitación en idioma inglés a guías certificados de Pantanal y San Rafael.
- Capacitación y fortalecimiento de pymes proveedoras de servicios: alojamientos, restaurantes y otros en Bahía Negra y San Rafael (replicar experiencia de Posadas Turísticas).
- Desarrollar estrategias de marketing para los sitios.
- Desarrollar y promover la “Ruta Pantanal” (Tomando como ejemplo la Ruta Jesuítica).
- Promoción de los sitios a través de la revista internacional de Audubon.
- Desarrollo de una aplicación para celulares sobre “Aves del Paraguay” con fotografías, mapas de distribución, cantos de aves y datos para la identificación adecuada de las especies.
- Creación de una página web para la promoción del aviturismo con los sitios de observación de aves del país, el Pantanal, San Rafael (Birding Paraguay) y un foro de aviturismo (trasladar el Foro “Aves Paraguay” de grupos yahoo a la página web).
- Difundir “Guardianes de las Aves” en escuelas de Asunción, Bahía Negra y San Rafael.

5.6. Análisis de la Oferta

5.6.1. Oferta turística de Boquerón

El **análisis cualitativo** de la oferta actual de **recursos y planta turística** del **departamento de Boquerón** se realiza con base en la información recolectada tanto de fuentes secundarias como de la validación y evaluación en campo.

Para **el análisis de los recursos turísticos** se elaboraron fichas por recurso/atractivo, las cuales se detallan en el anexo. A continuación, se presentan los parámetros de análisis y calificación:

- **Singularidad** (valor intrínseco del recurso / atractivo relativo a la importancia del recurso y su carácter diferencial en el destino, si tiene rasgos excepcionales y se agrega valor en caso de ser reconocidos mediante declaratorias y / o reconocimientos de importancia).
 - **0:** El recurso es algo que se puede encontrar en cualquier parte y no tiene mayor capacidad de atracción de turistas.
 - **1:** Tiene una declaratoria / reconocimiento local – regional, cuya excepcionalidad es avalada por el equipo técnico.
 - **2:** Cuenta con una declaratoria / reconocimiento nacional y su singularidad es evidente.
 - **3:** Cuenta con una declaratoria de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

- **Reconocimiento:** reconocimiento del atractivo en mercados turísticos nacionales, internacionales, así como presencia en programas de Turoperadoras que hagan parte de la oferta.
 - **0:** No tiene ningún tipo de reconocimiento turístico por parte del mercado.
 - **1:** Es usualmente visitado por la demanda local.
 - **2:** Hace parte de la oferta de paquetes y ofertas dirigidas al mercado doméstico.
 - **3:** Hace parte de la oferta internacional, así como de paquetes y ofertas dirigidas al mercado internacional.
- **Capacidad de Carga:** busca medir el nivel de saturación de los atractivos turísticos.
 - **0:** La dinámica turística es excesiva y afecta el disfrute del atractivo.
 - **1:** Hay mala organización por lo que se disfruta del atractivo, pero con un nivel de satisfacción bajo.
 - **2:** La organización es buena, pero puede mejorar para el disfrute del atractivo.
 - **3:** La dinámica turística es organizada y el nivel de satisfacción de la visita, es óptima.
- **Grado de Aprovechamiento Turístico:** busca medir qué tanto se está aprovechando un atractivo turístico en relación con su potencial.
 - **0:** No se está aprovechando el atractivo para el turismo.
 - **1:** Hay una dinámica muy baja de turistas.
 - **2:** Hay una dinámica interesante de turistas, pero aún es baja para el potencial del atractivo.
 - **3:** El atractivo está aprovechado de manera óptima para la dinámica turística.
- **Servicios Ofrecidos:** disposición de servicios adecuados para el disfrute del atractivo, tales como aseos (baños), centro de recepción de visitantes, punto de A&B o refrescos, etc.
 - **0:** Inexistencia de servicios.
 - **1:** Bajo, la oferta de servicios es mínima.
 - **2:** Media, oferta de servicios disponible pero insuficiente.
 - **3:** Alta, servicios suficientes para el disfrute del atractivo.
- **Señalización:** hace referencia a los niveles de señalización que permitan, tanto el acceso a los atractivos, como la interpretación de los mismos.
 - **0:** Sin señalización.
 - **1:** Con señalización vial únicamente.
 - **2:** Con señalización vial y turística.
 - **3:** Con señalización vial, turística e interpretativa.
- **Acceso / Infraestructura vial y de transporte:** busca evaluar la facilidad de acceder de manera rápida y segura a la zona en donde se encuentra un atractivo.
 - **0:** Sin acceso.
 - **1:** Limitaciones importantes en términos de tiempo, calidad y confort en los desplazamientos o en los servicios disponibles para acceder al atractivo.
 - **2:** Acceso mejorable, con limitaciones.
 - **3:** Acceso rápido y seguro.
- **Interpretación:** se refiere a la información disponible para conocer y disfrutar del atractivo en todo su esplendor, a través de guías, herramientas tecnológicas, etc.
 - **0:** No hay información disponible a la mano del turista.
 - **1:** Con información del atractivo en guías turísticas especializadas.
 - **2:** Con información en guías turísticas especializadas, blogs, páginas web no oficiales, así como en páginas web oficiales.
 - **3:** Con información en guías turísticas especializadas, blogs, páginas web no oficiales, así como en páginas web oficiales, así como en Apps desarrolladas con información del atractivo.

- **Estado de Conservación / Mantenimiento:** se refiere al estado del atractivo.
 - **0:** Atractivo en mal estado y abandonado.
 - **1:** Atractivo en regular estado de conservación y sin mantenimiento.
 - **2:** Atractivo en buen estado de conservación y sin mantenimiento.
 - **3:** Atractivo en buen estado de conservación y adecuado mantenimiento.
- **Seguridad:** percepción de seguridad en la zona del atractivo y eventos propios de inseguridad según disponibilidad de información.
 - **0:** Zona insegura.
 - **1:** Percepción de inseguridad alta.
 - **2:** Percepción de inseguridad moderada.
 - **3:** Zona segura.

El análisis de los recursos/atractivos del **Departamento de Boquerón**, una vez aplicada la metodología descrita, ofrece un diagnóstico que se aborda desde **dos puntos de vista**: el primero, un **diagnóstico de conjunto que integra la visión de producto turístico**, y el segundo, **individual por recurso/atractivo (anexo) que además de proveer una base de inventario, permite desagregar los diferentes aspectos que caracterizan el recurso/atractivo** y brindan orientación **para implementar planes de mejoramiento**. De este análisis se establece si ese recurso/atractivo es **focal, complementario** o de **apoyo** al producto turístico.

A continuación, se presentan **dos instrumentos de análisis atractivo/recurso**, el primero de valoración en campo y por cruce de fuentes primarias y secundarias y, el segundo que se estableció mediante la revisión de fuentes secundarias en internet bajo el criterio de búsqueda en medios y plataformas nacionales e internacionales para verificar la aparición o no del recurso/atractivo.

Con base en las puntuaciones obtenidas por calificación en las fichas de recurso/atractivo, se establecieron los siguientes rangos para determinar la situación del atractivo y las acciones a emprender:

- A. Calificación >20. Tienen atractivo, para uso inmediato o en el corto plazo, que apenas requieren inversiones.
- B. Calificación entre 16-20. Tienen alto atractivo, pero requieren acciones de medio plazo.
- C. Calificación entre 11 - 15. Tienen atractivo potencial, pero no es prioritario. Se requieren acciones o inversiones de largo plazo.
- D. Calificación <10. Desarrollos no rentables, no tienen mucho atractivo o su potencial demanda es reducida. No amerita grandes inversiones.

La asignación de puntuación por criterio a cada una de las fichas (una por atractivo) oscila entre <10 y 30 (sumatoria de aspectos evaluados entre 0 y 3). La valoración de cada ficha se halla en Anexo.

A continuación, los recursos evaluados:

FILADELFIA

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural	Patrimonio Industrial
<ul style="list-style-type: none"> ● Museos de Filadelfia ● Artesanías ● Comunidades Indígenas ● Parque Ruedas de Pioneros ● Rally del Chaco 	<ul style="list-style-type: none"> ● Proyecto Tagua ● Lagunas Saladas ● PN Defensores del Chaco 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fábricas de producción (Maní)

LOMA DE PLATA

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural	Patrimonio Industrial
<ul style="list-style-type: none"> ● Museo Menonita ● Parque Pioneros ● Fortín Boquerón con Museo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Lagunas Saladas (Laguna Chaco Lodge, Laguna Campo María, Laguna Capitán) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cooperativa Choritzer ● Fábrica Industria

MARISCAL ESTIGARRIBIA

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural	Patrimonio Industrial
<ul style="list-style-type: none"> Museo Neulan Celebración Comunidad Santa Teresita Ara Ete 	<ul style="list-style-type: none"> Lagunas saladas 	<ul style="list-style-type: none"> Cooperativa Neuland

Fuente: INMARK a través de los datos aportados en el taller celebrado en Loma de Plata 02.2.19

Tabla 8. Valoraciones recurso/attractivo Filadelfia

Atractivos Filadelfia	Situación	Calificación
Casa Knelsen	20	B
Centro de Artesanías	20	B
Museo de la Colonia	19	B
Museo Escolar	19	B
Museo Hospitalario	20	B
Museo Jacob Unger	19	B
Parques Ruedas Pioneras	20	B
Fábrica de Maní	18	B
Lagunas saladas	23	A
PN Defensores del Chaco	19	B
Proyecto Tagua- Rally del Chaco	24	A

Fuente: Inmark Europa S.A.

El atractivo con mayor puntuación es el Rally del Chaco, que con los años que lleva celebrándose en el país, ya ha adquirido posicionamiento internacional.

Por ser uno de los Parques Nacionales de Paraguay, el PN Defensores del Chaco, aparece como el segundo atractivo del Distrito. El problema es la accesibilidad al recurso, que por las carreteras de terracería se hace muy difícil.

Por puntuación, aparecen tres atractivos que pertenecen a la cultura menonita, que además son los más demandados para visitar por los turistas que llegan al destino, tal y como se comentó en el Taller de Flujos turísticos. Es recomendable la mejora de la puesta en valor de los museos, porque no tienen ningún tipo de innovación tecnológica en sus instalaciones, lo que crea cierta sensación de museos antiguos, aunque justo eso también ofrece un cierto atractivo y vínculo con la cultura meno.

Tabla 9. Valoraciones recurso/attractivo Loma Plata

Atractivos Loma Plata	Situación	Calificación
Campo María	19	B
Chaco Lodge	21	A
Expo Rodeo	24	A
Laguna Capitán	19	B
Laguna Teniente	20	B
Museo Colonia	16	B

Loma Plata se caracteriza por el patrimonio industrial que tiene asociado a toda la actividad ganadera. De las tres colonias menonitas en Boquerón, es la más visitada por estos fines.

En Loma Plata, destaca el Evento Expo Rodeo, como una muestra de la cultura ganadera y vaquera del Chaco. No sólo es un evento para mostrar y comercializar ganado y relacionado con el, sino también es una muestra de toda la cultura menonita asociada con la cultura chaqueña vaquera.

Así mismo, el atractivo natural de Loma Plata se concentra en dos sitios cercanos a la ciudad. Por un lado Chaco Lodge, y por el otro Laguna Capitán que se encuentra a tan sólo 30 km de Loma Plata y que ofrece además alojamiento, una laguna típica del Chaco y la posibilidad de hacer un asado. Laguna Capitán se encuentra gestionada por la Cooperativa Choritzer.

Tabla 10. Valoraciones recurso/atractivo Mariscal Estigarribia

Atractivos M. Estigarribia	Situación	Calificación
Comunidad Santa Teresita	20	A
Fortín Boquerón	22	B
Fortín Toledo	19	B
Museo Colonia	19	B
Parque Amistad	20	B
Parque Chaco Boreal	19	B
PN Médanos	20	B
PN Teniente Enciso	18	B
Reserva de la Biosfera del Chaco		

Fuente: Inmark Europa S.A

Mariscal Estigarribia se caracteriza por su oferta cultural basada principalmente en la Guerra del Chaco; el atractivo mejor puntuado, el Fortín Boquerón, es una de las mejores referencias a la guerra en el departamento junto con el Museo. Es un recurso siempre visitado tanto por el turista nacional como el internacional.

Las áreas naturales en Mariscal Estigarribia son de reconocimiento internacional, como la Reserva de la Biosfera del Chaco, pero la falta de posicionamiento y puesta en valor, provoca que obtenga un puntaje tan bajo. La accesibilidad es también otro de los factores que provoca que las áreas naturales no gocen de una mayor puntuación.

En términos generales se identifican **dos tipos de productos turísticos**:

- **Focal:** turismo cultural y naturaleza.
- **Complementario:** turismo industrial

Los recursos / atractivos del **grupo focal** se encuentran en Filadelfia y Mariscal Estigarribia; por un lado, los museos menonitas para conocer la historia, cultura, procesos migratorios de los menos, y por otro lado, todo lo relativo a la Guerra del Chaco, con los fortines y el Museo de la Guerra del Chaco.

La visita al Centro de Artesanía es parte también de la experiencia cultural, puesto que las artesanías de diferentes comunidades indígenas del departamento son vendidas en Filadelfia y por tanto accesibles para el turista.

Así mismo, respecto al turismo de naturaleza el Chaco, presenta diferentes atractivos para ser visitados. La Reserva de la Biosfera con todo el potencial natural que define al Chaco. Se encuentran también otros espacios más accesibles como las Lagunas Saladas, Chaco Lodge, Campo María y Laguna Capitán, con un potencial claramente por su cercanía con las capitales del departamento. Combinada con la experiencia de naturaleza, se encuentra el Proyecto Tagua, el cual puede ser visitado y donde la Tagua, animal en peligro de extinción, se está recuperando las poblaciones. El potencial de turismo de naturaleza del Chaco es innegable, pero tiene una gran debilidad que es la accesibilidad a estos recursos, su puesta en valor y la presencia de guías especializados en naturaleza.

Los recursos que integran el turismo industrial, son todas las industrias menonitas que pueden ser visitadas; cárnicas, lácteas y de productos agrícola como el maní y el sésamo. Así mismo, la gestión de las cooperativas menos también podría incluirse en este grupo, ya que suele ser uno de los motivos para conocer el patrimonio industrial de los Menos.

5.6.2. Planta turística

■ Caracterización nacional y en destino

Como planta turística se entiende el conjunto de servicios turísticos presentes en un territorio dispuestos para la prestación de servicios que satisfagan las necesidades de los turistas.

Según registros de SENATUR, en 2016 Paraguay disponía de un total de 848 establecimientos de alojamiento, de los cuales un 48% (405) eran hoteles. En los últimos 10 años, el aumento en el número de camas ha sido muy positivo, especialmente en el segmento de los hoteles de categorías más altas. En el conjunto del país la oferta de alojamiento ha registrado intensos crecimientos tanto en el número de establecimientos (que han crecido a una tasa media del 18,7% desde 2008) como en el de habitaciones (+11,8% anual de media en el período) y en el de camas (+11,7%). El crecimiento de los hoteles (44 nuevos entre 2012 y 2016), sin embargo, ha sido protagonizado por establecimientos de tamaño medio (40 habitaciones y 90 camas, aproximadamente), que se han ido abriendo especialmente en el interior del país, donde había una oferta de alojamiento muy escasa. El resto de establecimientos creció al 22% anual entre 2012 y 2016¹⁹.

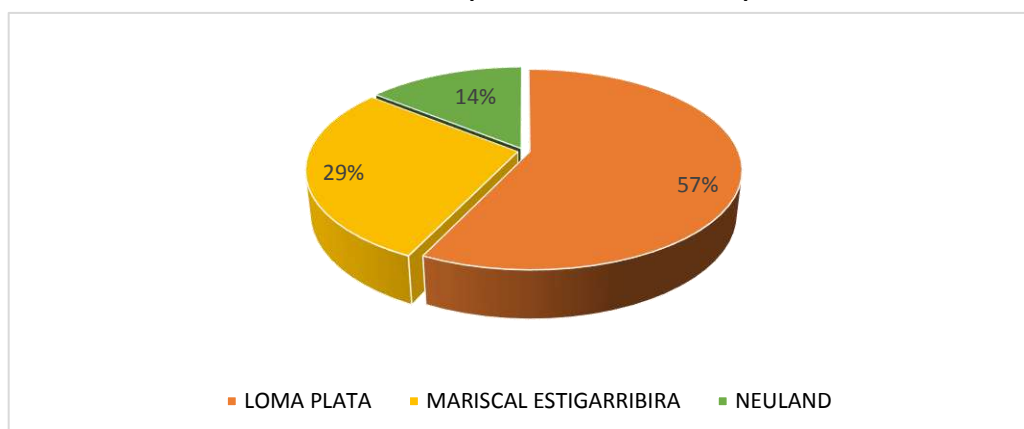
Asunción concentra aproximadamente el 20% de las camas (unas 5.700) y el 12% de los establecimientos de alojamiento (67 hoteles), con tendencia creciente, como se ha mencionado. La capital presenta además la mayor variedad de oferta de alojamiento hotelero, con un rango de precios entre los US\$ 45 y los US\$ 250 por noche, aproximadamente. Esto mismo ocurre en otras ciudades importantes como Ciudad del Este o Encarnación, aunque en menor medida, mientras que en el resto del país la variedad de calidades es menor.

La información presentada a continuación es una recopilación de datos obtenidos de Registur (2018), teniéndose en cuenta los prestadores en estado de “en funcionamiento” y los prestadores mencionados en la guía de turismo “Jaha Verano: sitios imperdibles del Paraguay”. Proporcionalmente Ciudad del Este concentra el 65% de la oferta; Hernandarias el 14%) y Presidente Franco el 8%.

5.6.2.1. Planta turística de Boquerón

Entre los distritos del departamento de Boquerón (Loma Plata y Mariscal Estigarribia con la Colonia Neuland) los prestadores suman un total de 8 distribuidos de la siguiente forma:

Ilustración 29. Cantidad de prestadores de servicios por distrito



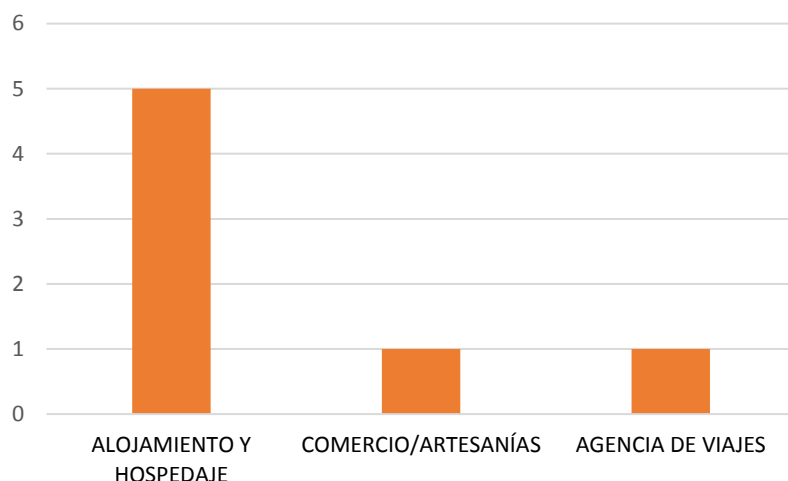
Fuente: Inmark Europa S.A.

¹⁹ Información extraída del Plan Maestro de Turismo Sostenible 2018 – 2025 de Paraguay.

En Loma Plata hay presencia de tres establecimientos de alojamiento y hospedaje tipo hotel y pensión, además de una agencia de viajes. En Mariscal Estigarribia hay dos prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje y en Neuland se presenta solo uno de este mismo tipo.

En el distrito de Filadelfia se reporta la presencia de siete prestadores de servicios turísticos de los cuales cinco prestan servicios de alojamiento y hospedaje perteneciendo a las subcategorías de hoteles y turismo rural. Uno se dedica la comercialización de artesanías y el otro es una agencia de viajes de turismo emisoro y receptor. Esta división se muestra en la siguiente ilustración:

Ilustración 30. Cantidad de prestadores de servicios turísticos por tipología



Fuente: Inmark Europa S.A.

En Tripadvisor aparecen sólo dos alojamientos de Filadelfia. El Hotel Florida (Nº1) y el Hotel Golondrina.

El **Hotel Florida** pertenece a la Cooperativa Fernheim y es el mejor valorado. Presenta servicio de Restaurante y Piscina. Se encuentra ubicado en la Avenida Principal, Hindenburg.

El Hotel Florida cuenta con 38 habitaciones y 2 suites, con aire acondicionado y calefacción individual, frigobar, WiFi, televisión y baños confortables. En 2009 el Hotel realizó la inauguración de la nueva ala con habitaciones de categoría A. El huésped tiene la opción entre habitaciones individuales, dobles y triples que incluyen camas individuales y matrimoniales.

Las habitaciones de categoría B equivalen a un estándar internacional. Es una alternativa económica con calidad aprobada donde el huésped puede elegir entre habitaciones individuales, dobles y triples.

El **Hotel Golondrina** también se encuentra ubicado en la Avenida Hindenburg, ofrece servicio de restaurante y no cuenta con piscina.



Fuente: Inmark Europa S.A.



Fuente: Tripadvisor

También existe un Club de Golf Privado; **El Gran Chaco Club** localizado a 5 Km de Filadelfia. Fundado en el año 2013, brinda a sus miembros y visitantes con una experiencia única de Golf en el Chaco Paraguayo.

En Loma de Plata, encontramos varios hoteles: Hotel Loma INN, Hotel Algarrobo, Hotel Mora, Hotel Olimar Loma Plata.

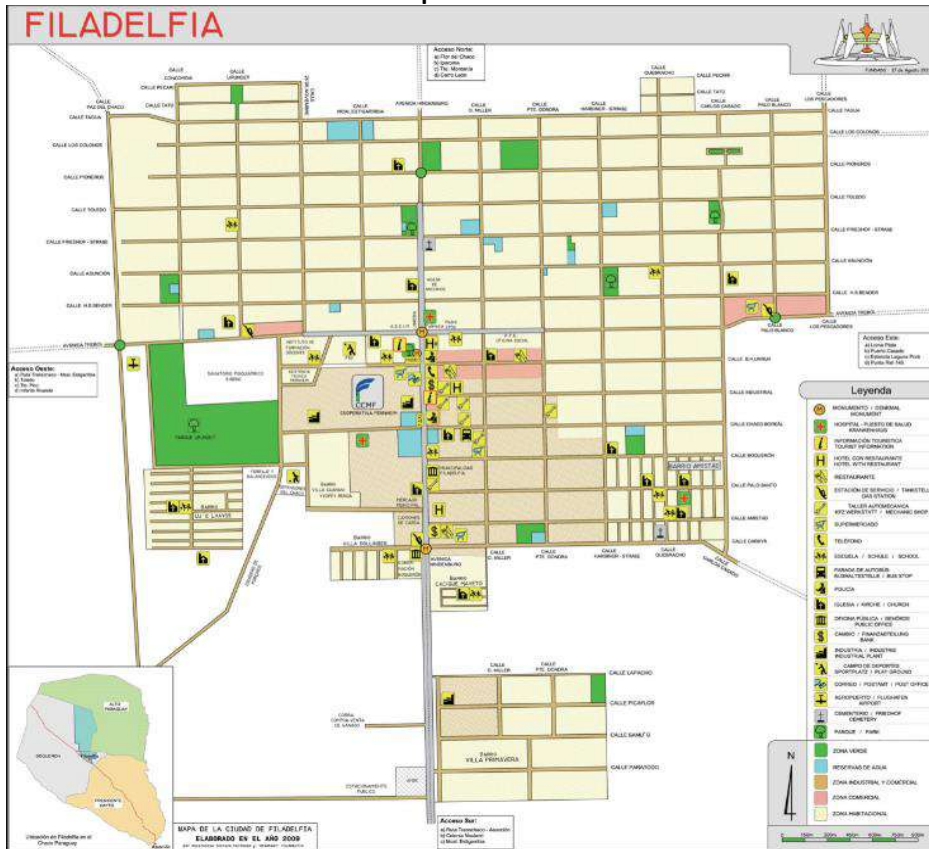
En Mariscal Estigarribia – Colonia Neuland, se encuentra el Hotel Boquerón, que pertenece a la Cooperativa de Neuland y es gestionada por la misma.

■ Infraestructura turística

A la Asociación Fernheim pertenecen los **8 museos** que pueden ser visitados en Filadelfia.

Museo científico Jakob Unger. Muestra una colección natural y etnológica del Chaco paraguayo y se encuentra en el “MennoSimons – Hof”. Jakob Unger fue el primer colono que realizó una investigación biológica y embalsamó varias especies y ejemplares para distintos museos. Donó al museo científico de la Colonia Fernheim una gran cantidad de animales embalsamados; razón por la cual, en el año 1980, se rebautizó dicho museo con el nombre de “Jakob Unger”.

Ilustración 31. Mapa núcleo urbano Filadelfia



Fuente: Hotel Florida Chaco

Museo de la Colonia. La casa colonial es uno de los primeros edificios construidos en los años de asentamiento de la Colonia Fernheim, entre 1933 y 1934. Fue la sede de la administración de la colonia, sirviendo más tarde para diferentes menesteres: comedor para el colegio secundario o biblioteca. Para el quincuagésimo aniversario de la Colonia Fernheim, el edificio se destinó para un museo. La casa colonial es el único edificio que se conserva tal cual como se construyó, y es considerada por los habitantes de la colonia como símbolo de Fernheim.

Actualmente en sus recintos se expone la colección patria: objetos traídos de Europa como equipo expedicionario o utensilios fabricados localmente en los primeros años del Paraguay.

Museo el hogareño “Knelsenhaus”. Esta casa, ahora museo hogareño, en el centro de Filadelfia, había sido construida en 1948 por Jakob Knelsen. Al principio, las paredes exteriores no estaban revocadas y la ornamentación con los ladrillos dispuestos desfasadamente era considerable. Más tarde fue revocada y restaurada, luego de lo cual la pintura destacó aún más su coqueta construcción. Esta casa sirvió durante muchos años como único hotel de Filadelfia. En el 2002, gracias a la iniciativa de algunas mujeres se la renovó, convirtiéndola en un museo hogareño.

Museo escolar. El primer colegio secundario de Fernheim funcionó en Schönwiese, aldea nº 7, pero ya en el año 1935 se construyó una nueva sede en Filadelfia, que en 1936 abrió sus puertas para la impartición de las clases. Uno de estos edificios se conserva aún y sirve como museo escolar.

Una parte de la exposición se refiere a la escuela primaria. Cubos de madera ilustran la primera escuela en el bosque chaqueño. Muebles de la época, como también libros y material escolar, incluso pizarras y sus marcadores. Vidrieras con fotos de las diferentes escuelas de las aldeas, lista de maestros, informaciones y estadísticas dan un panorama. También se incluye información sobre los colegios zonales actuales.

En cambio, en el otro ambiente se presenta el desarrollo tecnológico. Máquinas de escribir, episcopio, diferentes proyectores de películas, una copiadora a matrices, etc. Dan testimonio de los recursos tecnológicos de la época.

Museo hospitalario. El museo hospitalario cuenta la historia del hospital de Fernheim. Es una casita con dos pequeñas habitaciones, levantada en 1932. Fue la primera construcción sobre el predio del hospital y sirvió como consultorio, sala de operaciones y partos, laboratorio, inclusive la oficina del administrador del hospital encontró su sede en esta casita.

En este museo se pueden observar paneles con fotos de la historia hospitalaria, los médicos y algunos de los aparatos traídos desde Alemania en el año 1931, así como algunos muebles de los años de asentamiento.

Museo industrial. Otro de los Museos que pueden ser visitados es el Industrial, pero es necesario llamar previamente para concertar una visita.

Los horarios de atención para las visitas de los Museos son de lunes a sábado de 7:00 a 11:30 horas.

Existe una **oficina de turismo**, donde se puede acceder también a una guía (persona) para recorrer los museos. La oficina de turismo es subordinada a la Cooperativa Fernheim.

Centro De Interpretación Del Gran Chaco Americano-El Centro de Interpretación está siendo ejecutado a través del Programa Nacional de Turismo (PRONATUR) que la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR) lleva adelante con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se encuentra en proceso de construcción.



Centro de interpretación del Gran Chaco Americano. Fuente: Inmark Europa S.A.

El Centro está ubicado en pleno corazón del Chaco Central, cerca del núcleo urbano de Filadelfia y se plantea como una infraestructura paisajística que pretende reconocer y poner en destaque el entorno natural. El proyecto tiene como objetivo convertirse en un punto de referencia para todas las personas interesadas en el conocimiento y estudio de la diversidad cultural y natural del Chaco. El lugar ofrecerá varias actividades para los turistas de manera a que puedan conocer la región y animarse a vivir la experiencia del “Destino Chaco”.

Parque Ruedas Pioneras. El espacio parque “Ruedas Pioneras” se encuentra en la entrada este de Filadelfia y es un parque en conmemoración a las vías de comunicación usadas por los colonos en los primeros tiempos de aislamiento.

Los colonos de Fernheim iban al Puerto de Casado y para llegar hasta allí debían primeramente viajar con el tren de trocha angosta, luego, los últimos 90 kilómetros ganarlos en carretas, primeramente, tiradas por bueyes y más tarde por mulas, para terminar en los tiempos más avanzados en tractor o camión. El ferrocarril llegó a ser, a lo largo de las primeras 3 décadas el símbolo para el transporte y el mercado para nuestros colonos.

■ Loma Plata

Museo de la Historia Menonita. El Museo, a través de una exposición basada en fotografías y algún mapa trata de contar la vida de la Colonia Menno en el Chaco Paraguayo. Tiene un horario restringido, y los fines de semana no está abierto.

Parque Pioneros. Parque ubicado en Loma Plata que trata de hacer un homenaje a la vida de los pioneros menonitas a través de algunos de sus objetos más característicos como la carreta, utensilios de agricultura, primeros vehículos motorizados entre otros.

Centro de Convenciones. Con una capacidad para 800 personas se encuentra ubicado en Loma Plata y hasta el momento ha sido utilizado para encuentros internacionales con menonitas.



Fuente: Inmark Europa S.A.



Fuente: Inmark Europa S.A.

■ Eventos (Departamento de Boquerón)

- Mayo: Rodeo Neuland
- Junio: Rodeo Isla Poí
- Agosto: Rodeo Trébol (Filadelfia)

La [Asociación Rodeo Trébol](#) es una agrupación de productores alemanes de las 3 colonias menonitas del chaco central paraguayo. Fue fundado en el año 1972 con la visión de impulsar la producción Agropecuaria y los deportes ecuestres ampliándose más tarde al sector industrial y de servicios.

A través de los diferentes eventos y la tradicional Exposición anual, [Rodeo Trébol](#), se busca dar a conocer la vivencia, las tradiciones y promover el desarrollo económico y cultural de los productores del Chaco. La [Expo Rodeo Trébol](#), segunda exposición más añeja y grande del Paraguay, es hoy una visita obligatoria para conocer el potencial productivo del Chaco. Rodeos, deportes ecuestres, remates, exposiciones ganaderas e industriales, presentación de maquinarias, conciertos, programas infantiles, cultura, tradición y mucho más.

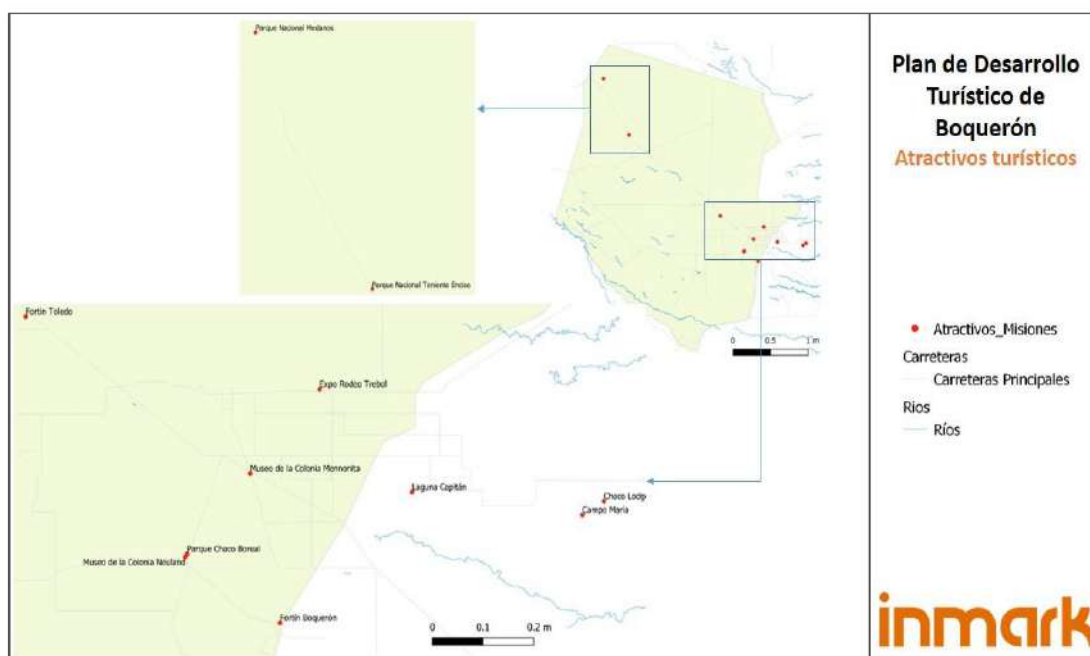


Rodeo Trébol. Fuente: Rodeo Trebol

- Octubre: Trans Chaco Rally

El Rally del Chaco, también conocido como Trans-Chaco Rally, es una competencia de rally de velocidad y resistencia que se disputa anualmente desde el año 1971 en la región del Chaco, Paraguay, y es el evento de rally más tradicional del país. Se realiza generalmente por etapas y en distintas condiciones territoriales y climatológicas.

Mapa 10 Atractivos de Boquerón



Fuente: Inmark Europa S.A.

5.7. Instrumentos de análisis estratégico

5.7.1. FODA

El análisis DAFO, es considerado como una herramienta útil para neutralizar las fragilidades (Debilidades), soslayar los peligros del medio externo (Amenazas), potenciar los puntos fuertes de un territorio (Fortalezas) y aprovechar las coyunturas o circunstancias positivas del entorno (Oportunidades).

Para su elaboración se realizó un taller participativo en Loma Plata en el mes de marzo de 2019, con los resultados que se muestran:

FACTORES INTERNOS

FACTORES EXTERNOS

DEBILIDADES	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Oferta turística actual limitada (pocos hoteles y restaurantes). • Escaso desarrollo de producto turístico. • Horario de los Museos es muy específico y no están enfocados en la actividad turística (fin de semana cerrados). • Accesibilidad a los atractivos naturales está muy condicionada a las condiciones climatológicas (carreteras secundarias de tierra). • Atractivos naturales muy dispersos y a distancias muy lejanas de los centros urbanos. • Flujos de turistas muy bajos y por ende tampoco hay guías turísticos que puedan suplir una eventual demanda. • Transporte público muy escaso. Existe baja demanda pero aun habiéndola, ésta no se presenta regular ni organizada, quedando a decisión de los transportadores. • Falta de alojamiento e infraestructuras para escolares. • Falta puesta en valor de fortines y museos históricos paraguayos. • Clima y temperaturas muy elevadas que condicionan las horas en que se pueden realizar actividades. • No se hace promoción de lugares y actividades turísticas. • Las comunidades indígenas no se encuentran preparadas para incluirse en la actividad turística. • No hay inventarios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos naturales de una elevada calidad. Biodiversidad salvaje. • Colonias menonitas son muy atractivas por su historia, cultura, cooperativas e industrias. • Diversidad cultural, varias comunidades indígenas asentadas en el Departamento. • Cultura empresarial de las cooperativas menonitas • Artesanías muy variadas y de muy buena calidad. • La existencia de áreas protegidas. • Hay una tradición gastronómica que es reconocida a nivel nacional. • Alojamientos y servicios en los núcleos urbanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevado potencial para el desarrollo de experiencias de turismo de naturaleza y aventura. • Diseño y desarrollo de nuevas actividades para el turista. Incremento en la estadia (alojamiento) por parte de los turistas de aventura y naturaleza en alojamientos de mayor calidad. Vínculo de las actividades cotidianas (industrias) a experiencias turísticas. • Desarrollo de actividades tradicionales que vinculen a las comunidades indígenas. • Existencia de estancias que se pueden vincular con turismo rural • Proyectos de conservación internacional que atraen a turistas científicos. • Gran potencial para el turismo histórico y cultural con los Fortines, aprovechando fechas memorables. El proyecto Centro de Interpretación para que se articule con actividades turísticas. • La existencia de Parques Naturales compartidos con otros departamentos del Chaco, a los cuales se accede más fácil desde Loma Plata y Filadelfia. • Las ferias y eventos agroindustriales que han venido creciendo y atraen compradores. • En 2020 el Chaco será sede del Congreso del Gran Chaco Americano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de biodiversidad por amenazas ilegales tales como la deforestación. • Cambio climático y disminución de las lluvias. Seguridad. • Ausencia de inversión en mejora de la conectividad. • Caza ilegal • Se comienza a ver la influencia de viajeros mochileros con malas costumbres • Se han detectado “mulas” que transportan drogas desde Bolivia con el latente riesgo de que se cree un corredor de narcotráfico. • Está creciendo la inseguridad que antes no había. • Que se presente un turismo invasivo cuando se de la vía Bio-Oceánica • Que no se den instituciones fuertes para un desarrollo turístico. • La falta de información (inventarios) hace que no se conozca lo que se tiene. • Elevados costos para hacer turismo en el Chaco por las distancias y la carencia de flujos.

Fuente: INMARK a través de los datos aportados en el taller celebrado en Loma de Plata 02.2019

Tabla 11. Estrategias derivadas del DAFO

ESTRATEGIAS DERIVADAS DEL DAFO							
DA	Supervivencia	DO	Reorientación	FA	Defensivas	FO	Ofensivas
	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un estudio que cuantifique las fortalezas comerciales de la región, incluyendo las ferias y eventos para demostrar la necesidad y oportunidad que puede ser regularizar el transporte que de paso apoye el desarrollo turístico y las inversiones en obras, ante el Ministerio de Obras Públicas. Fortalecer la mesa de turismo para articular mejor el trabajo para desarrollar más la oferta. Elaborar un inventario de recursos turísticos como punto de partida para desarrollar un turismo organizado y controlado. 	<ul style="list-style-type: none"> Establecer mecanismos de trabajo coordinado entre instituciones públicas y privadas para regular el turismo, generar promoción y formas de control. Organizar con la SENATUR programas de capacitación en diversas áreas y especialmente capacitar y sensibilizar a la comunidad sobre el Centro de Interpretación, vinculando especialmente a los jóvenes. Promoción de Boquerón como un destino con atractivos culturales y naturales que contribuyen a diversificar la oferta nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar programas integrales de educación y sensibilización en todos los niveles (escolar, empresarios, actores públicos) sobre la biodiversidad. Establecer mecanismos de participación que hagan cumplir las normas ambientales Elaborar el inventario de recursos turísticos y desarrollar programas de formación en patrimonio natural y cultural, que involucren jóvenes y asentamientos indígenas 	<ul style="list-style-type: none"> Impulsar un turismo especializado académico y de investigación acerca de formas organizativas y de producción que el apuestan a los objetivos de desarrollo sostenible. Fomentar el turismo regional en torno a estos eventos y aprovecharlos para desarrollar paquetes turísticos post o incluso pequeños durante el evento, como por ejemplo la gastronomía que ha ido tomando impulso. Aprovechar al máximo la vitrina que el Congreso del Gran Chaco Americano para poner el valor la biodiversidad, la historia y la posibilidad de generar flujos turísticos. 			

Fuente: INMARK a través de los datos aportados en el taller celebrado en Loma de Plata 02.2019

5.7.2. Análisis de impactos

Tabla 12. Impactos en Boquerón (Taller de Flujos)

Flujo turístico	Impacto Ambiental	Impacto Social	Impacto Cultural	Impacto Económico	Intervención	Responsable
1	<ul style="list-style-type: none"> Basuras 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> Muy bajo 	<ul style="list-style-type: none"> Hospedajes económicos (p.e. camping) 	<ul style="list-style-type: none"> Colegios y universidades
2	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> Bajo 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> Familias menonitas
3.1.	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> Medio Alto 	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el transporte intra e interurbano Ruta conexión Bolivia con parada Elaborar material de promoción online de El Chaco Campañas de promoción en social media 	<ul style="list-style-type: none"> No aplica
3.2.	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> No 	<ul style="list-style-type: none"> Bajo Medio 	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar el transporte intra e interurbano Ruta conexión Bolivia con parada Elaborar material de promoción online de El Chaco Campañas de promoción en social media 	<ul style="list-style-type: none"> No aplica

5.8. Mesa de Turismo

La Mesa de Turismo es una figura de participación y de gestión Público – Privada, clave para el empoderamiento local y la adecuada implementación desde la base de los actores involucrados. Idealmente integrada por grupo entre 6 – 10 personas (oficina regional de SENATUR, instituciones, asociaciones, gremios, universidades, comunidades locales), sería la encargada de gestionar, coordinar y revisar el correcto desarrollo del PDT y cuenta con un presidente/a y un vicepresidente/a o secretario.

En el Departamento de Boquerón, la Mesa de Turismo se organizó de la siguiente manera :

Tabla 13. Componentes Mesa de turismo Boquerón

NOMBRE Y APELLIDOS	ENTIDAD	CELULAR	E-MAIL
Nicky Stockl (Coordinador General)	Yakare Hu	981200652	nicki_stoeckl86@hotmail.com
Francisco Mora (Vice-coordinador)	Comunidades Indígenas	985475149	
Esteban Casuriaga	Gobernación Boquerón	982785064	ECAZU63@gmail.com
Heinz Weibe	Sector Privado/ Neuland	984955070	eppheinz@gmail.com
Mario Regier	Gobernación Boquerón	971950050	mregier@outlook.com
Gloria Miranda	Representante Municipalidad Loma Plata		
Patrick Friesen	Gerente comunicaciones Chortitzer	985569922	

Fuente: Inmark Europa S.A.

6. Desarrollo del Plan

6.1. Modelo de desarrollo turístico y posicionamiento

El objetivo general de la Planificación Estratégica Turística es el establecimiento de una propuesta de modelo territorial turístico para el espacio objeto de planificación, aquella que se considere más adecuada desde la administración pública y que mejor responda al interés de los diferentes agentes involucrados que tengan presencia en la Región. Se debe considerar entonces que los elementos territoriales son los constituyentes y configuradores de un destino turístico (clima, relieve, medio ambiente, núcleos urbanos y tipologías arquitectónicas, sistema de articulación, paisaje, patrimonio, etc.), por una parte, y a la coordinación de los distintos planeamientos urbanísticos, por otra (Fernández Tabales, A.; Santos, E. y Torres, F.J., 2000)²⁰.



Fuente: Inmark Europa S.A.

Esta relación entre elementos territoriales como punto de partida para la definición y estructuración de destinos turísticos, es de especial interés, puesto que la tendencia a la elaboración de planes en el sector turístico, con un marcado carácter sectorial, hace que en muchas ocasiones se pierda la **integralidad y territorialidad**, que necesariamente deben de poseer.

La Planificación Turística, vinculada al grado de satisfacción en la demanda turística, y por tanto las posibilidades de competitividad del destino turístico, dependerá de cuestiones que exceden como mucho de particularidades, como por ejemplo el estricto ámbito de las empresas turísticas directamente implicadas, abarcando otras muy variadas: infraestructuras, equipamientos, medio ambiente, urbanismo, limpieza pública, sistema sanitario, etc. que obligan a adoptar enfoques territoriales e integrados en el planteamiento de estrategias turísticas.

6.1.1. Visión

La Visión del destino responde a “lo que deseamos tener”, una imagen “objetivo”, la representación del futuro del destino, los valores y objetivos compartidos; y el modelo, el marco de referencia para alcanzarlos, teniendo en cuenta que el desarrollo turístico es siempre un ejercicio de equilibrio entre calidad y cantidad, del lado de la oferta y de la demanda pues el objetivo de la gestión turística es explotar al máximo las posibilidades del territorio dentro de los límites de un desarrollo sustentable y racional.



La **Visión Territorial** para el Destino Turístico “Departamento de Boquerón”, fue trabajada a través de un proceso participativo y quedó tal y como viene detallada aquí:

²⁰ Fuente: Tabales, A.F., 2004. “Turismo y ordenación del territorio” Quaderns de Política Econòmica. Revista electrònica. 2ª època. Vol. 7, May.- Ag. 2004, España.

Boquerón es reconocido en Paraguay por ser un destino multicultural que combina la cultura menonita con diversas culturas indígenas, donde la naturaleza salvaje del Chaco destaca y convive de forma sostenible con uno de los modelos más exitosos en agroindustria y ganadería del país.

La Visión Territorial inspira el **modelo de desarrollo turístico** más rentable y sustentable, en función de las condiciones del destino, lo que implica transformar el modelo y la visión de (cada) destino en objetivos de carácter económico y social, cualitativos y cuantitativos y definir las directrices para el ordenamiento de la actividad turística. Durante el desarrollo del segundo taller de participación en Paraguay, se elaboró con los participantes el Modelo de Desarrollo del Destino del Departamento de Boquerón, así como los Escenarios de Futuro del destino a 5 y 10 años.

La idea fundamental del modelo de desarrollo es consolidar el crecimiento turístico en todo el Departamento de Boquerón, de forma cualitativa y sostenible, transformando al destino en el principal destino turístico de Paraguay configurándolo como una referencia indiscutible a nivel mundial, por el turismo de naturaleza y aventura.

Para el Departamento de Boquerón, la apuesta es el desarrollo de un **modelo inclusivo turístico**, donde el objetivo es incluir a todos los actores locales que forman parte de diferentes comunidades y culturas, a través del desarrollo de experiencias de ecoturismo y aventura en el paisaje chaqueño combinadas con experiencias agro como la ganadera. Boquerón es naturaleza y aventura salvaje.

De forma participativa, los actores locales del Departamento de Boquerón definieron las ventajas y dificultades que encuentran para su modelo de desarrollo turístico.

Ventajas

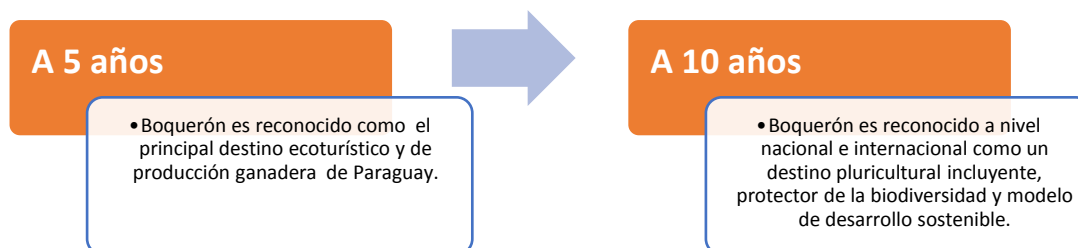
- ⇒ *El Centro de Interpretación de el Gran Chaco*
- ⇒ *El Plan de Desarrollo Turístico departamental*

Dificultades para Crecer

- ⇒ *Desinterés de las autoridades locales y de los pobladores en el desarrollo turístico (altos niveles de escepticismo).*

A través de este proceso participativo los actores locales definieron los **diferentes escenarios de futuro** en cuyo marco habrán de tomarse decisiones por los agentes implicados en el desarrollo del sector.

Los escenarios de futuro para el Departamento de Boquerón como destino turístico se proyectan a 5 y 10 años, ya que la planificación estratégica ha de plantarse en unas metas a corto, medio y largo plazo. El período del Plan de Desarrollo Turístico para el Departamento de Boquerón es de 5 años, pero es necesario, de una forma sostenible, visualizar que ocurrirá con el destino 5 años después.



La **propuesta de posicionamiento** corresponde a una idea fuerza, una visión de lo que debe representar el desarrollo del turismo para Departamento de Boquerón, desagrupable en objetivos y alcanzable mediante una batería de estrategias, programas y acciones detalladas para su implementación en la práctica.

Posicionarse como destino pluricultural incluyente, protector de la biodiversidad y modelo de desarrollo sostenible, por la calidad de las experiencias de naturaleza salvaje y aventura exige al Departamento desarrollar una estrategia de desarrollo sostenible para ser reconocido internacionalmente. Boquerón tiene el potencial, pero ha de generar productos turísticos para atraer nuevos públicos, mejorar así su competitividad turística frente a otros destinos en el mundo que comercializan aventura y naturaleza salvaje. Enriqueciendo su propuesta de valor, Boquerón tiene otros recursos que le añaden valor y atractivo como la mezcla de culturas, menonita, indígena y criolla que puede ofrecer experiencias añadidas de cultura viva.

6.1.2. Objetivos del Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Boquerón

Los objetivos propuestos son los que se detallan a continuación:

Objetivo General	→ <i>Convertir al Departamento de Boquerón en un destino turístico reconocido en Paraguay e internacionalmente por la naturaleza salvaje del Chaco.</i>
Objetivo 1	→ Mejorar la Gobernanza turística, la participación entre el sector público, el sector privado y las comunidades locales.
Objetivo 2	→ Fortalecer la promoción y comercialización del Departamento de Boquerón buscando un incremento de demanda y gasto.
Objetivo 3	→ Fomentar la mejora y gestión de los atractivos turísticos del Departamento de Boquerón.
Objetivo 4	→ Potenciar el desarrollo de productos turísticos con enfoque de mercado, innovadores y creativos.
Objetivo 5	→ Empoderar a las Comunidades Indígenas para el desarrollo turístico.
Objetivo 6	→ Fomentar el emprendimiento empresarial turístico.
Objetivo 7	→ Aumentar la calidad y variedad de infraestructura y planta turística.
Objetivo 8	• Mejorar la calidad de vida de la población local a través de la generación de empleo directo.

6.2. Pilares y Estrategias del Plan

El Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Boquerón el cual se proyecta para 5 años, 2019-2024, se encuentra enmarcado en siete pilares, provenientes del *Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico Paraguay 2019 - 2026*, que le proporcionan el sostén necesario para darle solidez y coherencia al Modelo de Desarrollo del destino turístico del Departamento de Boquerón. Los Pilares son los que se detallan a continuación:

Enfoque territorial
 Gestión organizativa y gobernanza
 Desempeño y competitividad del Sector
 Enfoque comercial
 Proyectos emblemáticos e infraestructuras
 Inteligencia turística, innovación y excelencia
 Sostenibilidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible

→ **Pilar 1. Enfoque Territorial**

La ausencia de ordenación es la causa de desequilibrios económicos, territoriales y ambientales que pueden llegar a comprometer la viabilidad del turismo como actividad. A través del Plan, se trata de promover un desarrollo ordenado y costo eficiente. Es imprescindible para garantizar el funcionamiento integrado y racional del Departamento de Boquerón sentar estos principios de cohesión territorial.

El Departamento de Boquerón, debe enfocar sus acciones a ordenar y conservar de forma sostenible el patrimonio natural, la actividad industrial y la actividad ganadera que han de ser compatibles con la conservación natural del ecosistema chaqueño.

Así mismo, el desarrollo de actividades extremas como el Rally Chaco, y otras actividades de aventura que se han de diseñar y comercializar, exigen una ordenación y gestión adecuada de los ecosistemas donde se van a desarrollar, para prevenir posibles impactos ambientales y no provocar episodios de capacidad de carga superada.

→ **Pilar 2. Gestión organizativa y gobernanza**

Aprovechar y liderar espacios de diálogo y coordinación sobre turismo, y actividades relacionadas como planificación urbana y rural, infraestructuras, ambiente y patrimonio cultural, entre otras, es fundamental para lograr un escenario de integración del Plan de Desarrollo Turístico en el Destino.

A través del fortalecimiento del Consejo Departamental de Turismo de Boquerón y la creación de otras figuras de participación, como consejos locales y unidades gubernamentales de turismo, se debe trabajar la gestión organizativa y la gobernanza del Departamento de Boquerón.

Una de las bondades de la gestión organizativa y la gobernanza es que contribuye a entender y a proyectar la articulación territorial de la oferta turística con sistemas de transporte, a plantear la propuesta de valor del destino y a contar con el balance de la gestión turística local, en la que juega un papel importante la superestructura en la operación y funcionamiento del destino turístico

Es necesario crear acciones específicas, y como tal, así se proponen en este documento, que consigan que el Departamento de Boquerón, entendido como una realidad territorial y sectorial, crea, participe y se apropie del Plan de Desarrollo Turístico. En la metodología desarrollada, se implementó como pilar de participación el desarrollo de una Mesa de Turismo, en este caso el Consejo Departamental de Turismo, con la finalidad de provocar la apropiación del plan por parte de los actores locales. Es esencial en este proceso, contar con la participación de las comunidades indígenas que residen en el Departamento de Boquerón y que tienen interés en formar parte del desarrollo turístico del destino.

→ **Pilar 3. Desempeño y competitividad del Sector**

El Plan de Desarrollo Turístico, una vez aprobado, debe de concebirse como una hoja de ruta o plan de actuación. La validez del Plan estará directamente relacionada con su desarrollo e implementación. En este sentido, el liderazgo y compromiso de los tomadores de decisiones en la organización son claves, enfocándose en un desarrollo integral y ordenado, materializándose en la disponibilidad de recursos, estableciendo responsabilidades de forma clara e inequívoca.

Uno de los aspectos donde se evidencia el compromiso para el desarrollo de cualquier documento de planificación, consiste en dotar de presupuesto a los programas y proyectos que se definen. La disponibilidad de recursos materiales y humanos es el eje fundamental sobre el que se asienta la implementación efectiva del Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Boquerón. Si no existe por parte de la Gobernación y de las municipalidades la inversión económica y humana necesaria para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico, este difícilmente podrá ejecutarse.

→ **Pilar 4. Orientación al mercado**

El componente clave de la competitividad de un Destino turístico es la comercialización de productos turísticos diseñados en base a los atractivos que el territorio ofrece y con fundamento en el o los mercados objetivo. Es esencial, por tanto, generar nuevos productos turísticos para atraer nuevos públicos.

En Boquerón, es necesario impulsar **diversos procesos de transformación**:

- Adecuar y poner en valor los recursos naturales y culturales.
- Transformar recursos naturales y culturales en productos turísticos.
- Transformar productos turísticos en ofertas para dirigirlas al mercado.

Así, los productos turísticos a diseñar deben **considerar la demanda existente, la demanda potencial y, realizar una distribución multicanal**.

El Departamento de Boquerón, naturaleza y aventura salvaje, debe apostar por la comercialización de un destino que puede ofrecer productos turísticos únicos, singulares e identitarios.

→ **Pilar 5. Proyectos emblemáticos e infraestructuras**

La **infraestructura básica** constituye lo que podemos llamar precondiciones que conforman el territorio. En otras palabras, aspectos como disponibilidad de agua, accesibilidad, infraestructuras de comunicación, red eléctrica, tratamiento de residuos sólidos y urbanos, acceso a educación y sanidad, etc. son fundamentales para alcanzar un desarrollo turístico del destino.

El Departamento de Boquerón necesita **inversión en infraestructuras** que mejoren la accesibilidad, mejora de las carreteras secundarias y/o rurales que son las que acceden a la mayoría de recursos naturales. Por ejemplo, las paradas de buses, observatorio de aves en las lagunas saladas, senderos interpretativos en las áreas naturales, entre otras también será necesario en el proceso de desarrollo turístico sostenible del destino.

Así mismo, si Boquerón quiere posicionarse como un destino de aventura y naturaleza salvaje, necesita de guías especializados que ofrezcan una experiencia inolvidable para el turista. Por ello, un proyecto como el desarrollo de un **Hotel Escuela para Guías de Naturaleza**, se proyecta emblemático y necesario para la competitividad del destino.

En el contexto de la denominada **revolución industrial 4.0**, se debe considerar además la infraestructura de banda ancha, lo que se conoce como autopistas digitales. Esta explosión de tecnología se da en el contexto del mundo de los datos el cual está transformando las formas de comercializar y hacer turismo. Esta es una necesidad para Paraguay en general y para el caso particular del Departamento de Boquerón en particular. Esta mejora generaría una mayor conectividad en el acceso a información, conexión en red con los demás destinos de la ruta y la posibilidad de contar con infraestructuras digitales para desarrollar circuitos turísticos complementarios, como por ejemplo, puntos de acceso wifi, tecnologías para mejorar las experiencias de los visitantes como parte de los guiones museográficos y contar con información organizada para el uso adecuado de los recursos naturales promoviendo su sostenibilidad y, a la vez facilitando la programación de itinerarios, consulta estado de vías, condiciones climáticas, disponibilidad de plazas, eventos y festividades y como fin último, mejorando las experiencias de los visitantes y turistas.

En el Departamento de Boquerón también es necesario el desarrollo de un **Plan de Señalización**, tanto vial como interpretativo que dirija e informe, no sólo de los atractivos existentes en el núcleo urbano, sino también de todos los atractivos naturales existentes en el distrito.

→ **Pilar 6. Inteligencia turística, innovación y excelencia**

La innovación e inteligencia turística han de ser claves en el desarrollo turístico del Departamento de Boquerón, obtener datos, tanto cuantitativos y cualitativos, que guíen las decisiones futuras y permitan conocer la demanda en el territorio, así como ofrecer los productos y servicios de manera personalizada.

En Filadelfia, Neuland y Loma de Plata, a través de la visita a los museos menonitas, se recopilan datos estadísticos de los turistas que llegan a visitarlos. La idea es diseñar un registro normalizado para todos los museos que forman parte de la oferta turística de los destinos paraguayos.

→ **Pilar 7. Sostenibilidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

En el futuro **la competitividad del territorio se establecerá por su capacidad para desarrollar modelos sostenibles**. El Departamento de Boquerón ha de ser un referente de sostenibilidad para los destinos que conforman esta región turística, y por lo tanto, ser un factor clave para la competitividad. Todas las acciones que realiza Boquerón por ejemplo en torno al almacenamiento del agua de lluvia, a la gestión integral en sus procesos productivos industriales, al tema de la energía, ha de ser utilizado en pro de la conversión de un destino sostenible, pionero en el Chaco, por sus acciones ambientales.

La gestión del territorio no es sencilla, pero lo importante es hacerlo desde una perspectiva participativa donde todos los grupos sociales puedan decidir cómo debe ser la gestión de su destino.

Las **Estrategias para el Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Boquerón** son las que se detallan a continuación:

Estrategia 1. Gobernanza eficiente

La experiencia turística es el resultado de una compleja y extensa cadena de valor que implica a una gran cantidad de actores tanto públicos como privados. Para que la cadena de valor funcione es necesario que cada uno de los eslabones (transporte, alojamiento, actividades, seguridad, etc.) funcione de forma autónoma mediante el buen saber hacer y, que a la vez, los diferentes actores trabajen de manera coordinada, por lo que resulta indispensable fomentar tanto la colaboración público-privada como entre entidades públicas y entre empresas privadas, algo que es también fundamental para que el destino turístico avance.

La buena gobernanza o buen gobierno del territorio se entiende como la forma de organizar un consenso entre los distintos actores con el objeto de promover soluciones satisfactorias para todos ellos, para crear situaciones de suma mayor que cero (“win-win”). El equilibrio entre competitividad y sostenibilidad solo se puede alcanzar mediante un sistema de gobernanza turística basado en la cooperación.

Para conseguir una administración y gestión turística eficientes, es necesario por un lado mejorar la relación /comunicación entre el sector público y el privado y, por otro, el fortalecimiento de los actores que participan en los territorios.

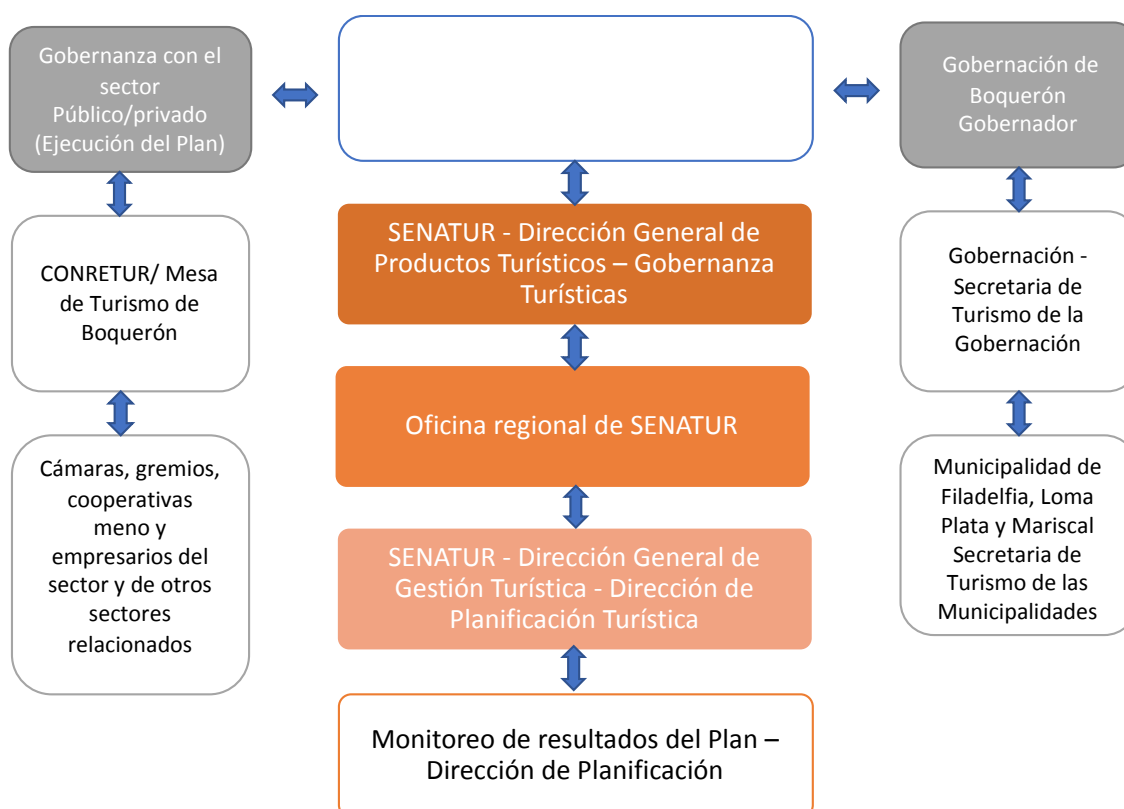
La ejecución de este Plan de Desarrollo Turístico para Boquerón requiere de la aplicación de un modelo de Gobernanza Turístico adecuado que determine qué instrumentos, personas y organizaciones deben asumir responsabilidades concretas, como la puesta en marcha, gestión y seguimiento del plan.

Así mismo, desde la Gobernación de Boquerón, es necesario una mayor involucración con el desarrollo turístico, articulándose como un actor líder del territorio e invirtiendo recursos humanos y económicos en el desarrollo turístico del sector.

Los principios sobre los que se basa el modelo de gobernanza turística son los siguientes:

- **Capacidad institucional y marco competencial.** Reforzar la capacidad institucional y el marco competencial del sector público; fomentar la representatividad y la cohesión de los agentes privados.
- **Liderazgo** de SENATUR a través de la descentralización y creación de oficinas regionales.
- **Articulación, compromiso y participación activa** del sector público, privado de Filadelfia y Comunidades Locales.
- **Empoderamiento de las Comunidades Indígenas.** Es esencial que las comunidades indígenas que residen en Filadelfia sean partícipes también del desarrollo turístico del destino.
- **Emprendimiento empresarial turístico.** Impulsar el desarrollo territorial, empresarial y productivo de Filadelfia.
- **Gestión y financiación.** Dotar al sector turístico de mecanismos para la gestión de proyectos y para la captación de recursos de capital.

Ilustración 32. Modelo de Gobernanza Turística del Sector Turístico del Departamento de Boquerón



Fuente: Inmark Europa S.A.

Sumado al fortalecimiento de todos los actores que participan en el sector turismo vinculado al Departamento de Boquerón, está la necesidad de establecer los mecanismos necesarios para la implementación del Plan, y así ejecutar las acciones contempladas. Así mismo, las Comunidades Indígenas juegan un papel muy importante en el desarrollo de un destino turístico multicultural, y como tal, han de formar parte de las figuras de participación existentes, como por ejemplo el Consejo Departamental de Turismo.

Del mismo modo, es necesario fortalecer a todos los actores locales, sensibilizar a la población, capacitarla, hacerle entender que es un destino turístico, cómo se comporta y cuál es la vocación turística principal del Departamento de Boquerón.

Estrategia 2. Mejora de la Competitividad

El éxito en el mantenimiento de los beneficios de turismo para contribuir a la mitigación (o al alivio) de la pobreza, solo se puede lograr a través de la continua diversificación, innovación y actualización de los destinos turísticos, así como el fortalecimiento de capacidades e instituciones.

Se habla entonces de conseguir destinos con calidad integral; establecer una estructura de gestión permanente que vele por el incremento de la competitividad de las empresas turísticas del destino, ofrecer un nivel de calidad homogéneo en todos los servicios turísticos, incrementando la satisfacción de los turistas y fomentar la fidelización de los mismos. Así mismo, es necesario incrementar la implicación y participación de los empresarios del Departamento de Boquerón en el desarrollo turístico del destino.

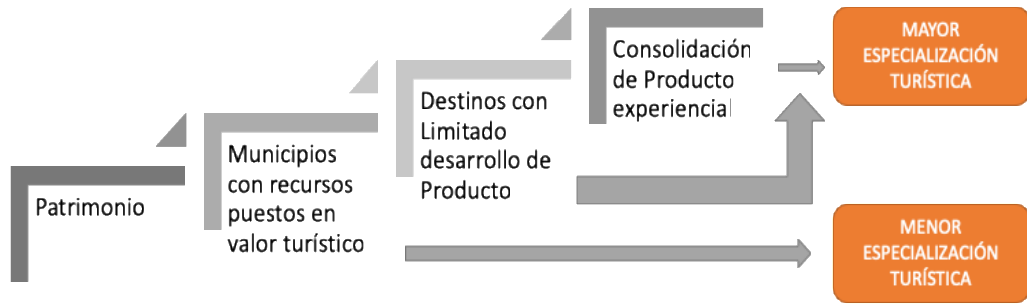
Estrategia 3. Desarrollo de Portafolio de Productos Innovadores

La creación de Productos Turísticos novedosos, adecuados y rentables, es uno de los retos más interesantes en el proceso de desarrollo del Departamento de Boquerón como destino turístico sostenible. Las tendencias actuales del mercado establecen una serie de cambios que han de ser tenidos en cuenta para el diseño de productos turísticos.

El Sector Privado turístico junto con el apoyo del Sector Público, en este caso SENATUR, debe ser el eje dinamizador del desarrollo del destino turístico. La facilitación de la inversión, y mejora del clima de negocios, debe ser también requisito necesario para que el sector privado tenga la intención de invertir en el destino y desarrollar producto turístico.



Fuente: Inmark Europa S.A.



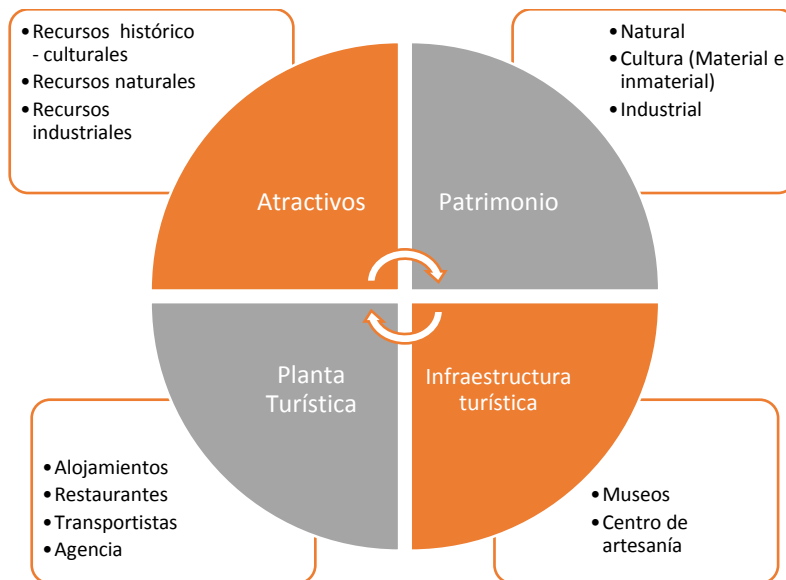
Fuente: Inmark Europa S.A.

Estrategia 4. Mejora del entorno y de la capacidad receptiva del destino

La oferta turística de un Destino turístico está formada por el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. En Departamento de Boquerón, los recursos tanto naturales como culturales susceptibles de convertirse en atractivos turísticos necesitan ponerse en valor para poder ser comercializados a través de un producto turístico.

En cuanto a la Planta Turística; los alojamientos en Departamento de Boquerón son muy escasos en las áreas rurales, no se cuenta con ecolodges o campings y/o glampings. La oferta de restaurantes tampoco es muy variada y no hay muchos prestadores de servicios como agencias locales, rentadores de bicicletas, caballos, etc. Es por ello, que es necesario mejorar el estado tanto de los atractivos como de la planta turística para poder ofrecer un producto de calidad.

El Departamento de Boquerón necesita de estrategias de recuperación tanto del patrimonio natural como cultural, donde a través de fondos de financiación, poder invertir en acciones para la mejora de estos recursos.



Fuente: Inmark Europa S.A.

Es fundamental fortalecer el Departamento de Boquerón mejorando sus infraestructuras, equipamientos, accesibilidad, información disponible y conectividad. Por un lado, mejorar la señalización turística que orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindando información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos de la zona. Por otro lado, incrementar la información sobre el destino a través de la creación de contenido para el Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano.

Conocer el destino, los movimientos de los flujos turísticos, el perfil del turista actual y potencial de Boquerón es fundamental. Asimismo, el volumen de visitas y el gasto turístico.

Es necesario, además, abordar aspectos cualitativos, considerando los diferentes agentes que intervienen en el turismo y que tienen diferentes necesidades de información. Igualmente, el uso de la calidad, además de como instrumento de diferenciación de la oferta, como mecanismo comercial, al orientar a los destinos turísticos y las empresas que participan en los mismos, en la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes del mejor modo posible.

Estrategia 5. Posicionamiento y Comercialización

Esta estrategia está basada en la necesidad que tienen los destinos de conocer el mercado, así como el perfil del turista que llega al destino. **Boquerón como destino se encuentra en un momento inicial de desarrollo, es un destino emergente** y, como tal, debe generar su posicionamiento de mercado mediante acciones encaminadas a desarrollar conocimiento de mercado y mejora de la comunicación, información y comercialización turística, entre otras. Convertirse en un destino turístico inteligente, es un proceso a muy largo plazo, pero se pueden ir dando pequeños pasos para alcanzarlo.

La forma en que un destino turístico desarrolla y promueve sus productos o servicios consiente conseguir los objetivos de desarrollo económico local establecidos. En turismo, donde el cliente se encuentra alejado del lugar que está pensando visitar o de los productos y servicios turísticos que desea adquirir, las estrategias de promoción y comercialización son indispensables para vincular ambos extremos. Los productos turísticos desarrollados en un destino han de reflejar las demandas y tendencias del mercado, amén de los valores propios, diferenciales, del territorio.

Filadelfia precisa soportar su posicionamiento en la mente del público objetivo con la creación de una marca y debe contar con una estrategia de comunicación acorde, que potencie la imagen y difunda la oferta. Debe ir acompañada de la creación de un sitio web 2.0., donde la información se muestre de manera organizada, atractiva y que resulte de fácil acceso (Matellanes Lazo, 2011) a los potenciales visitantes y consentir la comercialización online.

Estrategia 6. Gestión Sostenible.

Los **principios del turismo sostenible** pueden traducirse en prácticas de gestión, que son aplicables para todo tipo de empresas en cualquier destino turístico. Estos principios tienen como propósito minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno sociocultural, ambiental y empresarial. Cada vez más los gobiernos y organizaciones responsables de los destinos turísticos apuestan por una gestión basada en principios de sostenibilidad.



Fuente: Inmark Europa S.A.

La conservación del ambiente y los recursos naturales, constituye una necesidad y un desafío para el sector turístico; es recomendable, por tanto, la implementación de buenas prácticas ambientales, pues el Departamento de Boquerón dispone de una oferta turística basada gran parte en el patrimonio natural. La implementación de estas buenas prácticas ambientales permitirá al Departamento de Boquerón encaminarse hacia el turismo sostenible, de manera que esta actividad se desarrolle responsablemente y contribuya a la conservación de recursos turísticos (naturales y culturales) en el mediano y largo plazo, pues son los elementos clave para la selección del destino y que garantizan su sostenibilidad en el tiempo.

Una adecuada gestión turística, vela además por los colectivos más desfavorecidos. Como motores del desarrollo económico de los territorios, y con un rol destacado en el sector turístico, es necesario desarrollar acciones para el empoderamiento individual y colectivo, visibilizando y reconociendo el trabajo productivo de las mujeres, jóvenes y grupos indígenas. Además, se debe seguir haciendo un esfuerzo notable por el seguimiento y comprobación del Código de Conducta contra la Explotación Sexual Infantil, promovido por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia UNICEF.

El Código de Conducta es una iniciativa de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Red Internacional de Organizaciones contra la explotación Sexual Comercial Infantil (ECPAT) que incorpora acciones articuladas con hoteles, operadores de turismo, agencia de viajes, empresas rentadoras de autos, servicios de taxi, bares, restaurantes y otros actores claves, como instancias públicas competentes (policía, migración, etc.), para erradicar este tipo de abusos.

Así mismo es necesario considerar el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, una Agenda 2030 formal para el Desarrollo Sostenible, de 17 Objetivos de concretos que aspiran, entre otras cosas, a acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y afrontar el cambio climático. A partir de esta visión universal, la Organización Mundial del Turismo, OMT, está dedicando sus esfuerzos para contribuir con su asistencia técnica y su capacitación, a ellos. En ese sentido, identifica los siguientes 5 ámbitos clave a los cuales aporta directamente el turismo desde las buenas prácticas:

A partir de esta visión universal, la Organización Mundial del Turismo, OMT, está dedicando sus esfuerzos para contribuir con su asistencia técnica y su capacitación a la consecución de estos objetivos globales.

Ilustración 33. Cinco ámbitos clave del turismo que aportan a los ODS



Fuente: UNWTO. 2017.

La OMT trabaja con gobiernos, socios públicos y privados, bancos de desarrollo, instituciones financieras internacionales y regionales, organismos de las Naciones Unidas y organizaciones internacionales para alcanzar los ODS, y especialmente los objetivos 8, 12 y 14, en los que figura el turismo. Para Paraguay, los objetivos 8 y 12 son los principales:

- **Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.** El turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico mundial y actualmente proporciona en todo el mundo 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres, puede beneficiarse de la mejora de las destrezas y el desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: «*Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales*».
- **Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.** Para ello, tal como se señala en la meta 12.b del objetivo 12, es imprescindible «*Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales*». El Programa de Turismo Sostenible del marco decenal de programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles aspira a desarrollar esas prácticas del programa de desarrollo sostenible, que incluirán iniciativas de uso eficiente de los recursos que redundarán en unos mejores resultados económicos, sociales y ambientales.

6.3. Programas y Acciones

6.3.1. Descripción y priorización de programas

Estrategia N°1. Gobernanza eficiente		
Programas	Subprogramas	Acciones
E1.1. Fortalecimiento Sector Privado y Público	E1.1.1. Fortalecimiento del Consejo Departamental de Turismo	E1.1.1.1. Desarrollo de un Plan de Acción para el Consejo Departamental de Turismo
E1.2. Fortalecimiento Población local	E1.2.1. Fortalecimiento de Comunidades Indígenas	E1.2.1.1. Desarrollo de una estrategia de empoderamiento para las Comunidades Indígenas del Departamento de Boquerón
E1.3. Herramientas de Gobernanza	E1.3.1. Cooperación público-privada.	E1.3.1.1. Fomentar la formación de figuras de cooperación público – privada en el Sector Turístico
	E1.3.2. Comunicación institucional	E1.3.2.1. Desarrollar y fortalecer canales de comunicación institucionales intra - departamental

Estrategia N° 2. Mejora de la Competitividad		
Programas	Subprogramas	Acciones
E2.1. Competencia sector Privado y Público	E2.1.1. Capacitación Especializada	E2.1.1.1. Elaboración e implementación de un Programa de Capacitación especializado para Sector Privado y público.
		E2.1.1.2. Diseño de un Programa de Capacitación especializado en el Sector MICE (Reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones).
E2.2. Herramientas de Fortalecimiento Empresarial	E.2.2.1. Dinamización empresarial.	E.2.2.1.1. Crear programas de emprendimiento empresarial en Sector Turístico.
	E.2.2.2. Calidad empresarial.	E.2.2.2.1. Implementación de Estrategias de Calidad en el Sector turístico

Estrategia N°3. Desarrollo de Portafolio de Productos Innovadores		
Programas	Subprogramas	Acciones
E3.1. Mejora de los Atractivos Turísticos	E3.1.1. Patrimonio Histórico - Cultural	E3.1.1.1. Adecuación de atractivos históricos a la demanda nacional e internacional.
	E3.1.2. Patrimonio Natural.	E3.1.1.2. Adecuación de atractivos naturales a la demanda nacional e internacional.
E3.2. Diseño de Producto Turístico	E3.2.1. Productos Estrella	E3.2.1.1. Articulación Destino Boquerón con Rally del Chaco
		E3.2.1.2. Diseño de una Ruta Multi - país
	E3.2.2. Productos Identitarios	E3.2.2.1 Diseño de Circuito Histórico – Cultural Menonita.
		E3.2.2.2. Diseño de Circuito Histórico – Cultural “Guerra del Chaco”.
		E3.2.2.3. Diseño de Circuito Ecoturismo y Aventura
	E3.2.3. Productos complementarios	E3.2.2.1. Diseño de Producto Industrial
		E3.2.2.2. Diseño de Producto turístico comunitario indígena
		E3.2.2.3. Diseño de Producto turístico “Experiencia Agroganadera”.
E3.2.4. Eventos y festividades	E3.2.3.3. Fortalecimiento y mejora de productos y servicios turísticos asociados a las festividades, eventos religiosos y eventos culturales.	
E3.3. Implementación estrategia MICE	E3.3.1. Fomento de MICE	E3.3.1.1. Diseño de Producto turístico para MICE

Estrategia N°4. Mejora del Entorno y de la Capacidad Receptiva del Destino		
Programas	Subprogramas	Acciones
E4.1. Creación de instrumentos de ordenamiento y planificación del espacio turístico	E4.1.1. Señalización e interpretación turística	E.4.1.1.1. Diseño e implementación de la Señalización turística vial e interpretativa para la demanda nacional e internacional.
E4.2. Planta Turística	E4.2.1. Estimación de la Demanda	E4.2.1.1. Evaluación de las necesidades de aumento y mejora de planta turística.
		E4.2.1.2. Evaluación de las necesidades de infraestructura turística
E4.3. Dinamización del Destino	E4.3.1. Información turística	E4.3.1.1. Fortalecimiento Centro de Interpretación Gran Chaco Americano
	E4.3.2. Accesibilidad	E4.3.1.2. Mejora de los accesos a los atractivos turísticos naturales
	E4.3.3. Conectividad	E4.3.1.3. Mejora de la conectividad del destino

Estrategia N°5. Posicionamiento y Comercialización		
Programas	Subprogramas	Acciones
E5.1. Posicionamiento del Destino	E5.1.1. Identidad turística	E5.1.1.1. Fortalecimiento de la Identidad Turística del Departamento de Boquerón
		E5.1.1.2. Desarrollo de una Marca para el Destino Turístico del Departamento de Boquerón
		E5.1.1.3. Elaboración de la Web del Destino turístico Departamento de Boquerón
E5.2. Fortalecimiento del Destino	E5.2.1. Gestión del Conocimiento e Inteligencia de Mercado	E5.2.1.1. Diseño y generación de metodologías y herramientas de levantamiento, tratamiento y análisis de información y variables estadísticas turísticas.
	E5.2.2. Instrumentos y metodologías con enfoque de ordenamiento territorial	E5.2.2.1. Diseño de un SITT, Sistema de Información Territorial Turístico para el Destino.
E5.3. Marketing	E5.3.1. Acciones de Promoción y Comercialización	E5.3.1. Diseño de la estrategia de Promoción y comercialización para el Destino Departamento de Boquerón.

Estrategia N°6. Gestión sostenible		
Programas	Subprogramas	Acciones
E6.1. Gestión Sostenible del Destino	E6.1.1. Mejora ambiental del destino	E6.1.1.1. Elaborar e implementar buenas prácticas ambientales aplicadas al Sector Turismo
	E6.1.2. Sostenibilidad del Destino	E6.1.2.1. Establecer Criterios de Sostenibilidad para el Destino.
		E6.1.2.2. Certificaciones en Sostenibilidad
	E6.1.3. Responsabilidad Social	E5.6.3.1. Formación en Responsabilidad social y empresarial para el destino.
E6.1.4. Capacitación y sensibilización	E6.1.4.1. Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible dirigido a los prestadores de servicios	

6.3.2. Fichas

Para facilitar la implementación en la práctica de las acciones del Plan se han elaborado en formato ficha. De este modo cada acción puede ser llevada a cabo, de manera independiente, en función de objetivos, recursos disponibles y prioridades que puedan establecer SENATUR, la Gobernación, las municipalidades del Departamento de Boquerón y otros financiadores, en un momento dado.

Contenido y descripción de las fichas de acciones

Contemplan los siguientes campos:

ACTUACION:	Código y título.
PRIORIDAD:	En tres niveles ALTA-MEDIA-BAJA.
OBJETIVOS:	Cualitativos y cuantitativos que se pretenden alcanzar.
PRESUPUESTO:	En dólares americanos (USD)
PLAZO DE EJECUCIÓN:	Mes inicio- mes de terminación a partir del inicio del Plan.
JUSTIFICACIÓN:	Necesidad detectada durante el diagnóstico a la que da respuesta la acción.
COLABORADORES/ AGENTES:	Necesarios para su implementación.
DESCRIPCIÓN:	Descripción de la acción y sus componentes.
DESARROLLO:	Procesos y pasos necesarios. Incluye sub-acciones, procesos, según el caso.
CRONOGRAMA:	Gant. Adicionalmente hay un planning integrado de todas las acciones que contempla las jerarquías y dependencias entre las distintas acciones.
INDICADORES:	<ul style="list-style-type: none"> a) INDICADORES DE DIAGNÓSTICO: los indicadores de diagnóstico son la base para la planificación. Permiten definir y precisar las necesidades y prioridades en los diferentes sectores, lo cual, a su vez orienta la asignación de los recursos de inversión. b) INDICADORES DE SEGUIMIENTO: asociados a la ejecución de los programas y proyectos. Permite disponer de información relacionada con el comportamiento de las variables que intervienen en dicha ejecución: miden la eficiencia y eficacia, de tal manera que sea posible introducir cambios durante el proceso de ejecución, si fuere necesario. c) INDICADORES DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS: permiten verificar el cumplimiento de los objetivos y su contribución al desarrollo. Expresan, de diferentes maneras, el grado de obtención de los beneficios previstos y suministran información para la obtención de parámetros de operación, necesarios para la preparación de nuevos programas y proyectos.
FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN:	Posibles fuentes de financiación de manera exclusiva o combinada.

E1. Estrategia de Gobernanza Eficiente

ACTUACIÓN	E1.1.2.1. Desarrollo de un Plan de Acción para el Consejo Departamental de Turismo y/o Mesa de Turismo	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Concienciar a los integrantes del Consejo Departamental de Turismo de la necesidad “de trabajar en el desarrollo turístico del destino Boquerón • Elaborar un plan de acción para el Consejo de Turismo del Departamento de Boquerón. 	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-6	

JUSTIFICACIÓN

Es esencial contar con una estructura de participación en cada uno de los territorios donde se desarrolla un Plan. Esta participación se realiza a través de la formación de una figura participativa llamada Mesa de Turismo, en el caso concreto del Departamento de Boquerón, Consejo Departamental de Turismo. El Consejo Departamental de Turismo es un Espacio de Gestión Público – Privado que tiene como objetivo colaborar y cooperar para el desarrollo turístico del Departamento de Boquerón a través del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico. El Consejo Departamental de Turismo debe funcionar como un órgano asesor en materia de turismo para el territorio donde se realiza la planificación y debe controlar la regulación de su composición, organización y funcionamiento.

Es por ello, que el Consejo Departamental de Turismo necesita tener un Plan de Acción para implementar acciones concretas que van a facilitar su desarrollo y fortalecimiento.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/ Cooperativas Menonitas/ Municipalidades
- **Responsable de financiación:** Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Cooperativas menonitas

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de la elaboración del Plan de Acción del Consejo Departamental de Turismo, con acciones concretas para su ejecución.
- **Desarrollo:** Es necesaria la asesoría de SENATUR para el acompañamiento y elaboración del Plan de Acción. Así mismo, la Unidad de Turismo de las Cooperativas menonitas tiene un papel clave para el acompañamiento en el desarrollo y puesta en marcha del plan.
 - a. Convocatoria de los miembros del Consejo Departamental de Turismo por la SENATUR.
 - b. Reunión de trabajo convocada por la SENATUR para la elaboración del Plan de Acción. Se trabaja de forma participativa y se va construyendo una tabla con las acciones a desarrollar, los tiempos, presupuesto y personas responsables. Es recomendable que la elaboración del Plan de Acción se fundamente en el Plan de desarrollo turístico del Departamento de Boquerón, para contribuir en la implementación de las acciones a realizar.
 - c. Se establecen acciones a implementar sencillas y alcanzables. Una de las acciones ha de ser de comunicación y sensibilización, para el reconocimiento y apropiación de la misión y función del Consejo Departamental de Turismo, para legitimar el papel como promotor del Plan de Desarrollo Turístico.
 - d. Definir el Cronograma del Plan de Acción a un año. Cada año debe ser evaluado para monitorear el cumplimiento de las acciones.
 - e. Establecer el calendario de reuniones del Consejo Departamental de Turismo. Al menos una vez al mes debe reunirse.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Convocatoria de los miembros del Consejo Departamental de Turismo					
b) Reunión de trabajo convocada por la SENATUR para la elaboración del Plan de Acción. Se trabaja de forma participativa y se va construyendo una tabla con las acciones a desarrollar, los tiempos, presupuesto y personas responsables. Es recomendable que la elaboración del Plan de Acción se fundamente en el Plan de desarrollo turístico de Filadelfia, para contribuir en la implementación de las acciones a implementar.					
c) Se establecen acciones a implementar sencillas y alcanzables. Una de las acciones ha de ser de comunicación y sensibilización, para el reconocimiento y apropiación de la misión y función de CONTURFIL, para legitimar el papel como promotor del Plan de Desarrollo Turístico.					
d) Definir el Cronograma del Plan de Acción a un año. Cada año debe ser evaluado para monitorear el cumplimiento de las acciones.					
e) Se establece el calendario de reuniones del Consejo Departamental de Turismo. Al menos una vez al mes debe reunirse.					

INDICADORES

- Número de proyectos ejecutados por el Consejo Departamental de Turismo / Mesa de Turismo/ período

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Cooperativa Fernheim
- Cooperativa Neuland
- Cooperativa Choritzer

ACTUACIÓN	E1.2.1.1. Desarrollo de una estrategia de empoderamiento para las Comunidades Indígenas del Departamento de Boquerón	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Empoderar a las comunidades indígenas que residen en el Departamento de Boquerón • Capacitar a las comunidades indígenas en Turismo • Organizar a las comunidades indígenas para ofrecer servicios turísticos 	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-12	

JUSTIFICACIÓN

Las comunidades indígenas en el Departamento de Boquerón son: Guaraní Ñandéva, Guaraní Occidental, Nivaclé, Manjui, Ayoreo, Enlhet Norte, Enxet Sur, Angaité

La mayoría de los miembros de estas comunidades se dedican a trabajar en las cooperativas menonitas y algunos de ellos realizan artesanías.

Estas Comunidades Indígenas actualmente no se dedican a la actividad turística y sería clave su involucración en el desarrollo turístico del Departamento de Boquerón.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/ SNC/ IPA/ INDI
- **Responsable de financiación:** Gobernación / Municipalidades/ IPA (instituto Paraguayo de Artesanía) / INDI (Instituto Paraguayo del Indígena)
- **Colaboradores:**
 - Líderes Indígenas
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Centro de Artesanías del Chaco.

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Se trata de fomentar la participación de las comunidades indígenas en el avance turístico del Departamento de Boquerón a través de un programa de empoderamiento y desarrollo de habilidades.
- **Desarrollo:** Acuerdo y trabajo colaborativo entre SENATUR, IPA, INDI y las municipalidades del Departamento de Boquerón junto con los líderes indígenas de las cuatro comunidades. Se deberían establecer varias reuniones de trabajo para establecer un Acuerdo de Colaboración para la elaboración de una Estrategia de Empoderamiento de las Comunidades Indígenas del Departamento de Boquerón. También es importante que el Centro de Interpretación y comercialización de Artesanía del Chaco en Filadelfia, comienza a desarrollar otras actividades de apoyo que no meramente la comercial de los productos artesanos elaborados por las comunidades. La idea es que las comunidades indígenas se sienten fortalecidas y apoyadas por las instituciones del territorio para empoderarse y comenzar a desarrollar otras acciones en el sector turístico del Departamento de Boquerón. Este centro, a futuro, establecerá una conexión estratégica con el Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano" y por tanto también debe tener entre sus objetivos empoderar a estas comunidades indígenas para que sean visibles en el Gran Chaco Americano, dotarlas de voz y herramientas para su posicionamiento.

Para esta acción las sub-acciones a implementar serían:

- a. Convocatoria por parte de SENATUR de los Líderes Indígenas de las comunidades.
 - b. Reunión para explicar el objetivo de la estrategia, la importancia de participar en el desarrollo turístico del municipio, sus inquietudes y aportaciones.
 - c. Diseño de la Estrategia de Empoderamiento junto con el IPA y el INDI. La estrategia tendrá la duración de un año, y en base a un análisis previo de necesidades y habilidades se definirán los procesos a desarrollar. Por ejemplo:
 - i. Acciones de construcción de tejido y reintegración social
 - ii. Acciones de sensibilización sobre Cultura Turística
 - iii. Acciones de formación en turismo
 - iv. Mejoras en la elaboración de Artesanías, promoción y comercialización
 - v. Emprendimientos turísticos indígenas
 - vi. Intercambio de experiencias con otras comunidades indígenas que ya estén trabajando turismo.
- **Seguimiento.** Evaluación de la implicación de las comunidades indígenas del Departamento de Boquerón.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
b. Reunión para explicar el objetivo de la estrategia, la importancia de participar en el desarrollo turístico del municipio, sus inquietudes y aportaciones.					
c. Diseño de la Estrategia de Empoderamiento junto con el IPA y el INDI. La estrategia tendrá la duración de un año, y en base a un análisis previo de necesidades y habilidades se definirán los procesos a desarrollar.					
i. Acciones de construcción de tejido y reintegración social					
ii. Acciones de sensibilización sobre Cultura Turística					
iii. Acciones de formación en turismo					
iv. Mejoras en la elaboración de Artesanías, promoción y comercialización					
v. Emprendimientos turísticos indígenas					
vi. Intercambio de experiencias con otras comunidades indígenas con experiencia en turismo.					

INDICADORES

- Acuerdo de colaboración entre SENATUR, IPA e INDI para el fortalecimiento de las comunidades indígenas del Departamento de Boquerón implementado.
- Número de indígenas formados en turismo/ periodo.
- Número de emprendimientos turísticos indígenas /periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación Internacional
- BID
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo)
- INDI

ACTUACIÓN	E1.2.1.1. Fomentar la formación de figuras de cooperación público – privada en el Sector Turístico del Departamento de Boquerón	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Articular la cadena de valor del Sector Turístico en el Departamento • Fomentar la cooperación público-privada (Asociaciones Público – Privadas APPs) y dentro de los mismos sectores. • Crear una Unidad de Turismo a nivel Gubernamental 	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-6	

JUSTIFICACIÓN

SENATUR, como principal entidad de Turismo en Paraguay necesita fortalecer la Cadena de Valor del Sector Turístico en los territorios. Dinamizar el sector privado, contribuir a la cooperación y colaboración entre prestadores de servicios es necesaria para articular un destino turístico, así como entre sector público y privado es esencial para la gestión sostenible del destino.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación
- **Colaboradores:** Gobernación, Consejo Departamental de Turismo, sector privado, cooperativas menonitas

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental y municipal
- **Descripción:** Se trata de fomentar la Cadena de valor del sector turístico del Departamento de Boquerón e incentivar la formación de Asociaciones Público – Privadas (APPs) y figuras de participación dentro del Sector Público.
- **Desarrollo:** Sería necesario por parte de SENATUR la implementación de varias reuniones de trabajo con el sector privado para fomentar la colaboración y el trabajo cooperativo entre diferentes prestadores. La idea es que se conozcan, que haya un intercambio de ideas también con el Sector Público y puedan establecer acuerdos, convenios de cooperación.
 - a) Convocatoria por parte de SENATUR del Sector Público y Privado. Explicación de la Gobernanza, formas de asociatividad y cómo incentivar la organización de APPs.
 - b) Reunión de SENATUR con la Gobernación de Boquerón para conseguir la formación de una Unidad de Turismo que colabore conjuntamente con las municipalidades que conforman el departamento para el desarrollo turístico.

Para el Sector Público, a nivel Gubernamental, se recomienda la formación de una **Unidad de Turismo**, que trabaje de forma coordinada con los Consejos Municipales de turismo.

- **Seguimiento.** La idea es que desde SENATUR se sigan estos procesos de forma directa, para velar por su cumplimiento, animando tanto al sector público como privado a asociarse y establecer este tipo de acuerdos colaborativos.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Convocatoria por parte de SENATUR del Sector Público y Privado. Explicación de la Gobernanza, formas de asociatividad y cómo incentivar la organización de APPs.					
b) Reunión de SENATUR con la Gobernación de Boquerón para conseguir la formación de una Unidad de Turismo que colabore conjuntamente con las municipalidades que conforman el departamento para el desarrollo turístico.					
c) Articulación de las figuras de participación creadas.					

INDICADORES

NA

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E1.3.2.1. Desarrollar y fortalecer canales de comunicación institucionales intra - departamentales	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la comunicación entre las instituciones públicas del departamento de Boquerón. Crear los canales de comunicación adecuados (sistema de comunicación interno) 	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-12	

JUSTIFICACIÓN

Dentro de las propias instituciones, existen diversas problemáticas, entre las que se pueden identificar las relaciones entre los actores propios de la institución y las relaciones con otras instituciones. SENATUR, como principal entidad de Turismo en Paraguay necesita fortalecer la comunicación con el resto de entidades públicas del departamento de Boquerón. Del mismo modo, el resto de entidades públicas han de establecer adecuados canales de comunicación para intercambiar información en pro del desarrollo turístico del departamento.

COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SENATUR
- Responsable de financiación:** Gobernación
- Colaboradores:** Gobernación, municipalidades

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito departamental y municipal
- Descripción:** Se trata de fomentar la comunicación dentro del Sector Público con objeto de gestionar el desarrollo turístico de Boquerón de una manera planificada.
- Desarrollo:** Sería necesario por parte de SENATUR la implementación de varias reuniones de trabajo con el sector público para fomentar la colaboración y el trabajo cooperativo dentro del Sector Público.
 - Convocatoria por parte de SENATUR del Sector Público. Explicación de la Gobernanza, y canales de comunicación a establecer.
 - Reunión de SENATUR con la Gobernación de Boquerón para conseguir el establecimiento de un sistema de comunicación con todas las municipalidades que conforman el departamento para el desarrollo turístico. La unidad de turismo gubernamental podría ser líder para el establecimiento de este canal de comunicación interno.
- Seguimiento.** SENATUR debe monitorizar estos procesos de forma directa, para velar por su cumplimiento, animando al sector público a mantener una comunicación fluida y participando en el desarrollo turístico del destino.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Convocatoria por parte de SENATUR del Sector Público. Explicación de la Gobernanza, y canales de comunicación a establecer.					
b) Reunión de SENATUR con la Gobernación de Boquerón para conseguir el establecimiento de un sistema de comunicación con todas las municipalidades que conforman el departamento para el desarrollo turístico. La unidad de turismo gubernamental podría ser líder para el establecimiento de este canal de comunicación interno.					
c) Puesta de nmarcha de los canales de comunicación					

INDICADORES

- NA

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- N.A.

E2. Mejora de la Competitividad

ACTUACIÓN	E2.1.1.1. Elaboración e implementación de un programa de capacitación especializado para sector privado y público.	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de las necesidades formativas del Sector Privado del Departamento de Boquerón. • Diseño de un Programa de Capacitación especializada con los módulos de formación necesitados. • Implementación del Programa de Capacitación. 	
PRESUPUESTO	USD 25,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-18	

JUSTIFICACIÓN

El sector privado del Departamento de Boquerón necesita estar fortalecido, con formación en turismo, para poder tener las herramientas y habilidades necesarias para implementar los planes de desarrollo turístico en el territorio, y poder así mismo, mejorar el servicio, atención al cliente, así como sus conocimientos en cultura turística.

Del mismo modo, el sector público, ha de estar capacitado en temas de planificación y gestión turística para poder implementar el Plan de Desarrollo Turístico.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR y Municipalidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Sector Privado del Departamento de Boquerón

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental y municipal.
- **Descripción:** Se trata de la implementación de un programa de formación en turismo dirigida al sector privado y público del Departamento de Boquerón, para fortalecer sus habilidades y conocimientos en el sector turístico.
- **Desarrollo:** Acciones para el desarrollo de un programa formativo con los cursos de formación para fortalecer tanto al sector público como privado.
 - Evaluación de las necesidades formativas del Sector Público y Privado.
 - Diseño de un Programa de formación en turismo. Se puede contar con la colaboración de alguna Universidad paraguaya y SENATUR.
 - Diseño de Cursos como:
 - Sensibilización y cultura turística.
 - Guianza e interpretación del patrimonio natural y cultural.
 - Diseño de Producto Turístico
 - Marketing Turístico
 - Idioma Inglés
 - Atención al cliente
 - Calidad
 - Diseño de los módulos de formación. Presencial/ Semi – presencial/ On – line, dependiendo de los resultados de la evaluación.
 - Implementación del programa de formación. (6 meses de programa)

Se recomienda capacitar en temas de Planificación Turística Territorial al personal de la Gobernación y las municipalidades, mayor involucramiento en el diseño de productos turísticos y mercadeo, e incluir intercambio de experiencias turísticas con otros municipios más desarrollados turísticamente dentro del país.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 1				Año 2			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a. Evaluación de las necesidades formativas del Sector Público y Privado.				■					
b. Diseño de un Programa de formación en turismo. Se puede contar con la colaboración de alguna Universidad paraguaya y SENATUR.				■					
c. Diseño de Cursos como:					■	■			
i. Sensibilización y cultura turística.					■	■			
ii. Guianza e interpretación del patrimonio natural y cultural.					■	■			
iii. Diseño de Producto Turístico					■	■			
iv. Marketing Turístico					■	■			
v. Idioma Inglés					■	■			
vi. Atención al cliente					■	■			
vii. Calidad					■	■			
d. Diseño de los módulos de formación. Presencial/ Semi – presencial/ On – line, dependiendo de los resultados de la evaluación.				■					
e. Implementación del programa de formación. (6 meses de programa)					■	■			

INDICADORES

- Horas de formación impartidas/ periodo.
- Número personas/gremio capacitadas /periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación Internacional
- BID
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo)
- Cooperativas menonitas.

ACTUACIÓN	E2.1.1.2. Diseño de un programa de capacitación especializado en el Turismo de Reuniones (MICE).	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de un Programa de Capacitación especializada en el sector MICE • Implementación del Programa de Capacitación. 	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-18	

JUSTIFICACIÓN

El concepto MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) hace referencia al turismo de negocios como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, de ocio, profesionales y/o asociativas a través de la realización de reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares a estas convocados con diferentes propósitos.

La actividad relacionada con el turismo MICE se ha convertido en un importante elemento dinamizador de destino, con carácter desestacionalizador, a la par que aumenta la demanda de servicios y aporta un gasto medio relativamente alto por visitante.

En Loma de Plata, destaca el *Evento Expo Rodeo*, como una muestra de la cultura ganadera y vaquera del Chaco. No sólo es un evento para mostrar y comercializar ganado, sino también es una muestra de toda la cultura menonita asociada con la cultura chaqueña vaquera. Así mismo, Loma de Plata posee un Centro de Convenciones con una capacidad para más de 800 personas.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR, Gobernación y Sector Privado.
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Sector Privado.

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Se trata de la implementación de un programa de formación especializada y enfocada en el turismo MICE, para el sector privado del Departamento de Boquerón, para fortalecer sus habilidades y conocimientos en este tema.
- **Desarrollo:** Acciones para el desarrollo de un programa formativo con los cursos de formación para fortalecer al sector privado.
 - a. Diseño de un Programa de formación en turismo. Se puede contar con la colaboración de alguna Universidad paraguaya y SENATUR.
 - b. Diseño de Cursos como:
 - i. Introducción al Sector MICE
 - ii. Clasificación del mercado; Tipos de eventos
 - iii. Gestión estratégica en el sector MICE
 - iv. Factores y actores en el segmento MICE
 - v. Marketing y comunicación en el sector MICE
 - vi. Protocolo en la organización de actos
 - vii. Coordinación y gestión de equipos de trabajo
 - viii. Producción de eventos del sector MICE
 - ix. El post- evento. Medición y gestión de resultados
 - c. Diseño de los módulos de formación. Presencial/ Semi – presencial/ On – line, dependiendo de los resultados de la evaluación.
 - d. Implementación del programa de formación. (6 meses de programa)

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año		1				2			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T		
a. Diseño de un Programa de formación en turismo.											
b. Diseño de Cursos como:											
i. Introducción al Sector MICE											
ii. Clasificación del mercado; Tipos de eventos											
iii. Gestión estratégica en el sector MICE											
iv. Factores y actores en el segmento MICE											
v. Marketing y comunicación en el sector MICE											
vi. Protocolo en la organización de actos											
vii. Coordinación y gestión de equipos de trabajo											
viii. Producción de eventos del sector MICE											
ix. El post-evento. Medición y gestión de resultados											
c. Diseño de los módulos de formación. Presencial/ Semi – presencial/ On – line, dependiendo de los resultados de la evaluación.											
d. Implementación del programa de formación. (6 meses de programa)											

INDICADORES

- Horas de formación impartidas/ periodo.
- Número asistentes /periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación Internacional.
- BID.
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo).
- Cooperativas menonitas.

ACTUACIÓN	E.2.2.1.1. Crear programas de emprendimiento empresarial en sector turístico.	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un programa para dinamizar emprendedores y emprendimientos en el Sector Turístico del Departamento de Boquerón. • Implementación del Programa. • Crear un capital semilla para apoyo a los emprendedores. 	
PRESUPUESTO	USD 30,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 - 24	

JUSTIFICACIÓN

El sector privado y comunitario del Departamento de Boquerón necesita estar fortalecido en temas de emprendimiento turístico con nuevos negocios turísticos. Una de las debilidades del destino es la falta de un empresariado turístico especializado y emprendimientos turísticos o incluso negocios que llevan cierto tiempo en funcionamiento con éxito y calidad. Es necesario brindar y proporcionar las herramientas y habilidades requeridas para implementar los planes de desarrollo turístico en el territorio, y poder así mismo, mejorar el servicio, atención al cliente, así como sus conocimientos en cultura turística.

El programa debe identificar, promover y fortalecer el emprendimiento en etapa temprana, en el sector turístico con potencial dinámico y de alto impacto en el territorio. El programa debe estar enfocado en proyectos o empresas que tengan un potencial de crecimiento rápido, rentable y sostenido, con un alto nivel de innovación, que a futuro logren impulsar el crecimiento económico del Departamento de Boquerón, con la generación de empleo, ingresos en ventas y su expansión nacional e internacional.

Así mismo, el programa debe apoyar a jóvenes emprendedores, con el objeto de que se fortalezcan e implementen sus negocios en el sector turístico.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR y Universidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Sector Privado del Departamento de Boquerón
 - Universidades
 - Unidad de Turismo Cooperativas menonitas
 - Plataforma Chaco Integrado

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Activación del sector empresarial turístico en Departamento de Boquerón a través de la implementación de un Programa de Emprendimiento, con el objeto de dinamizar el sector y fomentar el emprendimiento de nuevos negocios turísticos para jóvenes, mujeres y cualquier interesado en el sector.
- **Desarrollo:** Elaboración de un programa de emprendimiento en el sector turístico a través de la gobernación con apoyo de la SENATUR, las municipalidades y alguna Universidad. La idea es desarrollar un programa de varios meses con apoyo en capacitación, herramientas técnicas.
 - a. Diseño del Programa de Emprendimiento. Se plantea un programa con una duración de 6 meses.
 - b. Selección de Emprendimientos.
 - c. Diseño de los módulos de formación. Presencial/ Semi – presencial/ On – line, dependiendo de los resultados de la evaluación.
 - d. Asesoría personalizada.
 - e. Diseño de módulo – rueda financiera para la posibilidad de obtención de créditos blandos o capital semilla según sea el caso.

- **Seguimiento.** Desde la gobernación es importante que exista con SENATUR un acuerdo de entendimiento para el desarrollo de un programa de emprendimiento como este. Por ello, la gobernación tiene un papel fundamental en el seguimiento de los procesos.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a. Búsqueda de programas de emprendimiento de las Instituciones públicas.		■			
b. Diseño del Programa de Emprendimiento. Se plantea un programa con una duración de 6 meses.		■			
c. Diseño de los módulos de formación. Presencial/ Semi –presencial/ On –line.		■			
d. Impartición de los módulos de formación. Presencial/ Semi –presencial/ On –line.			■	■	■
e. Asesoría personalizada.			■	■	■
f. Diseño de módulo –rueda financiera para obtención de créditos blandos o capital semilla según sea el caso.					■

INDICADORES

- Horas de formación impartidas/ periodo.
- Número asistentes /periodo.
- Ruedas financieras desarrolladas /periodo.
- Número de iniciativas apoyadas con crédito o capital semilla/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación Internacional
- BID
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo)
- Cooperativas menonitas.

ACTUACIÓN	E.2.2.2.2. Implementación de estrategias de Calidad en el Sector turístico	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar Departamento de Boquerón como un destino turístico de calidad. • Implementar procesos de calidad en el empresariado turístico. 	
PRESUPUESTO	USD 35,000 incluye ejecución	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

La calidad de los servicios es un componente clave de la competitividad de los destinos y empresas. Consciente de ello, la SENATUR ha puesto en marcha un Plan de Calidad Turística y trabaja varias iniciativas desde hace años.

Aplicar criterios de calidad en la gestión las organizaciones aporta eficiencia en los procesos de trabajo, promueve la adecuación de la oferta a las necesidades y tendencias de la demanda, su certificación puede representar una ventaja competitiva y un instrumento de diferenciación y, como sistemática de trabajo integral en un destino, refuerza su posicionamiento y conciencia global de destino, fomenta una imagen positiva, armoniza el desempeño de los distintos prestadores y favorece las actuaciones integrales y de largo plazo; finalmente, aumenta la percepción de fiabilidad, la satisfacción del visitante y su fidelidad.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** PROCALTUR/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** PROCALTUR
- **Colaboradores:** Gobernación, municipalidades, sector privado, cooperativas menonitas

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Aplicación del SNCT (Sistema Nacional de Calidad Turística de Paraguay) en el eje EMPRESAS en los dos niveles: buenas prácticas y Normas paraguayas, fomentando su acceso al Sistema de Reconocimiento.
- **Desarrollo:**
 - a) Solicitud de asistencia a PROCALTUR/ SENATUR.
 - b) Sensibilización y proceso de adhesión.
 - c) Definición de un mecanismo de ayudas/subvenciones para afrontar el coste de implantación y mejoras necesarias en las empresas, como incentivo, sujeto a resultados cuantificables y en un plazo determinado.
 - d) Aplicar un Programa de Formación de Calidad.
 - e) Asistencias colectivas y personalizadas.
 - f) Fomento del acceso al Sistema de Reconocimiento (distintivo para Buenas Prácticas y certificación para Normas paraguayas).
- **Seguimiento.** Incorporar objetivos de calidad en destino a las tareas del Consejo Departamental de Turismo

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Solicitud de asistencia a PROCALTUR/ SENATUR.					
b) Sensibilización y proceso de adhesión.					
c) Definición de un mecanismo de ayudas/subvenciones para afrontar el coste de implantación y mejoras necesarias en las empresas, como incentivo, sujeto a resultados cuantificables y en un plazo determinado.					
d) Aplicar un Programa de Formación de Calidad.					
e) Asistencias colectivas y personalizadas.					
f) Fomento del acceso al Sistema de Reconocimiento (distintivo para Buenas Prácticas y certificación para Normas paraguayas).					

INDICADORES

- Número de empresas adheridas al SNCT/ periodo en relación con el total.
- Número de empresas distinguidas o certificadas/ período
- Horas de formación impartidas/ periodo
- Número de asistentes/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

E3. Desarrollo de Portafolio de Productos Innovadores

ACTUACIÓN	E3.1.1.1. Adecuación de atractivos históricos a la demanda nacional e internacional.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Normalizar el acceso a museos y atractivos. • Mejorar la visibilidad y reconocimiento de los atractivos culturales como los Fortines. • Mejorar la experiencia de la visita. • Fomentar el consumo de bienes de turismo cultural. 	
PRESUPUESTO	USD 120,000, no incluye obra civil	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-18	

JUSTIFICACION

La necesaria puesta en valor y uso turístico de los recursos, incluyendo el patrimonio cultural y monumental de los destinos requiere, para su articulación como producto turístico, su puesta en valor, difusión y accesibilidad para el visitante.

En cuanto al Departamento de Boquerón, los museos pertenecientes a la Colonia Menonita (Filadelfia, Loma de Plata y Neuland), disponen de un horario muy restringido para la atención al turista y no se encuentran puestos en valor respecto a temas de digitalización o innovación. Respecto de la interpretación, hay que entender que los Museos no debe considerarse como un “almacen” de testimonios pasados y presentes, sino como espacios de intercambio, conocimiento y aprendizaje y por lo tanto han de adaptarse a la innovación, y a la creación de espacios que estén vivos, con eventos y otros actos para difundir y promocionar la cultura e historia de los Menonitas en Departamento de Boquerón.

Respecto a las zonas rurales, los fortines, constituyen parte del atractivo cultural del distrito del Departamento de Boquerón. El Fortín Boquerón con el Museo, forman parte del imaginario cultural de la Guerra del Chaco, siendo dos elementos esenciales para entender este hecho histórico sucedido en el Chaco. Respecto a mejoras, el Fortín Boquerón necesitar mejorar las instalaciones museísticas y el contenido museístico. El Fortín Toledo necesita definir un circuito y poner en valor los elementos que forman parte de él.

Las acciones propuestas mejorarán la gestión de museos y atractivos y facilitarán el control de flujos.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Cooperativas Menonitas/ SENATUR/ SNC
- **Responsable de financiación:** SNC/ Unidad de Turismo Cooperativas Menonitas
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo
 - SNC

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito Departamental.
- **Descripción:** El Departamento de Boquerón dispone de un patrimonio histórico – cultural muy interesante para dinamizar el turismo en el núcleo urbano con la cultura menonita y en las áreas rurales con la Guerra del Chaco. La mayoría de los atractivos que forman parte de este patrimonio no se encuentran puestos en valor, lo que hace que el elemento, pierda valor y significado dentro del circuito. Es necesario desarrollar una serie de acciones para alcanzar esta mejora.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación de esta acción, se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
- **Para mejorar el Patrimonio Cultural del Departamento de Boquerón – Núcleos Urbanos:**
 - a. Colaboración desde SNC y SENATUR con la Unidad de Turismo de las Cooperativas menonitas para mejorar los museos menonitas así como el guion museístico.
 - b. Fortalecimiento del personal de los Museos a través de formación especializada en Interpretación del Patrimonio cultural y desarrollo de contenidos interpretativos. Formación comercial, en museología y museografía.

- c. Mejorar los servicios ofrecidos.
 - i. Cobrar una entrada para el nacional y para el internacional, el local está exento.
 - ii. Ampliar, mejorar y modernizar las instalaciones de los Museos.
 - iii. Normalizar los horarios y días de apertura
 - iv. Definir y comunicar una agenda de exposiciones y actividades por mes y anual.
 - v. Crear un Pase Cultural, a través del cual se pueden visitar todos los museos menonitas del Departamento de Boquerón.
 - vi. Diseño de una página Web con los museos menonitas del Departamento de Boquerón.
 - vii. Creación de una Tienda de Artesanía del lugar para apoyar a comunidades indígenas, venta libros y otros artículos como souvenirs del museo.
- **Para mejorar el Patrimonio Cultural del Departamento de Boquerón – Zonas Rurales:**
 - i. Colaboración entre SNC y SENATUR para mejorar las condiciones de los Fortines; señalización interpretativa, contenido interpretativo.
 - ii. Adecuación del Museo del Fortín Boquerón con la mejora de las Instalaciones, modernización, cobro de entradas, elementos museísticos, dotación de guías interpretativos. Ordenación de la actividad y diseño de rutas dentro del fortin, por tiempos y dependiendo del perfil del turista: nacional y/o internacional, colegios, universidades, etc.
 - iii. Puesta en Valor del Fortín Toledo, mejora de las instalaciones y de los elementos histórico – culturales.
- **Seguimiento.** Revisión de la mejora del patrimonio cultural e histórico del Departamento.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año							
		1				2			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a. Colaboración SNC, SENATUR y Cooperativas menonitas para mejorar los museos menonitas.									
b. Fortalecimiento del personal de los Museos a través de formación especializada.									
c. Mejorar los servicios ofrecidos.									
i. Cobrar una entrada para el nacional y para el internacional, el local está exento.									
ii. Ampliar, mejorar y modernizar las instalaciones de los Museos.									
iii. Normalizar los horarios y días de apertura									
iv. Definir y comunicar una agenda de exposiciones y actividades por mes y anual.									
v. Crear un Pase Cultural, a través del cual se pueden visitar todos los museos menonitas del Departamento.									
vi. Diseño de una página Web con los museos menonitas del Departamento de Boquerón.									
vii. Creación de una Tienda de Artesanía del lugar, venta libros y otros artículos como souvenirs del museo.									
d. Colaboración entre SNC y SENATUR para mejorar las condiciones de los Fortines.									
e. Adecuación del Museo del Fortín Boquerón.									
e. Puesta en Valor del Fortín Toledo, mejora de las instalaciones y de los elementos histórico – culturales.									

INDICADORES

- Grado de satisfacción de los turistas manifestado por los visitantes mediante consulta.
- Importe ejecutado de proyectos de mejoramiento de infraestructura /periodo.
- Número de asistentes a programas de formación en interpretación del patrimonio cultural/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Cooperativas menonitas
- SNC

ACTUACIÓN	E3.1.1.2. Adecuación de atractivos naturales a la demanda nacional e internacional.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Normalizar el acceso a atractivos. • Mejorar la visibilidad y reconocimiento de los atractivos. • Mejorar la experiencia de la visita. • Fomentar el consumo de bienes de turismo natural. . 	
PRESUPUESTO	USD 180.000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-12	

JUSTIFICACIÓN

La necesaria adecuación y mejora de los recursos, incluyendo el patrimonio natural del Departamento de Boquerón, requiere, para su articulación como producto turístico, su puesta en valor, difusión y accesibilidad para el visitante.

Destaca, en el Departamento de Boquerón la Reserva de Biosfera Chaco Paraguayo que fue declarada por el Estado paraguayo en el año 2001, y luego reconocida por el programa MAB de la UNESCO en 2005. Dentro de su territorio confluyen cuatro eco-regiones: el Chaco Seco, el Chaco Húmedo, el Cerrado (la Chiquitanía) y el Pantanal. Fue creada debido a la necesidad de proteger grandes extensiones representativas que albergan muestras del patrimonio natural y cultural del Paraguay.

El Chaco es el segundo ecosistema en importancia de América del Sur después de la Amazonía y goza ya de un reconocimiento como imaginario de la biodiversidad y como espacio igualmente transfronterizo es potencial para el desarrollo de rutas turísticas integradas territorialmente.

El patrimonio natural del Departamento de Boquerón se encuentra conformado principalmente por ecosistemas chaqueños como las lagunas saladas, el PN Defensores del Chaco con una biodiversidad natural, de especies animales y vegetales muy destacadas del Chaco que conllevan a su observación y/o estudio como en el caso del Proyecto Tagua.

La actividad ecoturística se combina con aventura, por la singularidad de estas áreas naturales que se podrían catalogar como “naturaleza salvaje”.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Paraguay (MADES) / SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/MADES/ SENATUR
- **Colaboradores:**
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Unidad de Turismo-Cooperativas menonitas
 - Proyecto Tagua

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Departamento de Boquerón dispone de un patrimonio natural muy interesante para dinamizar el turismo de naturaleza y/o ecoturismo y aventura. La mayoría de los atractivos que podrían formar parte de este circuito natural se encuentran fuera del núcleo urbano, en las zonas rurales, siendo esta distancia y la accesibilidad de estos caminos secundarios, dos de los problemas más acusados para la actividad turística. Además del estado de los caminos secundarios, es necesario poner en valor y dinamizar todos los atractivos, e invertir también en nuevas infraestructuras para dotar a este circuito de las condiciones necesarias para su visita (pasarelas, hides, señalización, espacios de descanso y aseo).
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación de esta acción, se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - a) Desde la Gobernación y las municipalidades del Departamento de Boquerón, junto con algunas instituciones como MADES y SENATUR, y con el apoyo del Consejo Departamental de Turismo, además del sector privado, se deben realizar varias reuniones con el objetivo de desarrollar:

- Acuerdo de Colaboración público – privado para la mejora y puesta en valor de los atractivos naturales del municipio.
 - Mejora de las condiciones de los atractivos; accesos, señalización vial e interpretativa, inventario de especies, desarrollo de guion interpretativo, instalaciones.
- b) Capacitación de Guías de Naturaleza. Interpretación del Patrimonio natural; formación para los guías y desarrollo de contenidos interpretativos. Se plantea la necesidad de construir un Hotel Escuela para Guías de Naturaleza, pues la ausencia de guías especializados en naturaleza y aventura es una de las grandes debilidades del destino.
- c) Diseño de un Circuito Ecoturístico y Aventura, con atractivos naturales en condiciones ideales de conservación.
- d) Fomentar y legalizar la formación de empresas de transportes especializadas en ecoturismo y aventura.
- e) Búsqueda de financiación para la mejora de los atractivos turísticos naturales del Departamento de Boquerón.
- **Seguimiento.** Revisión del estado del patrimonio natural del Departamento de Boquerón y del número de turistas que llegan al municipio con la motivación de realizar ecoturismo y/o turismo de aventura.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año							
		1				2			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a. Reuniones de la Gobernación junto con instituciones como MADES y SENATUR para establecer que intervenciones en el patrimonio natural son prioritarias.									
b. Acuerdo de Colaboración público – privado para la mejora y puesta en valor de los atractivos naturales del municipio.									
c. Mejora de las condiciones de los atractivos; accesos, señalización vial e interpretativa, inventario de especies, desarrollo de guión interpretativo, instalaciones.									
d. Capacitación de Guías de Naturaleza. Interpretación del Patrimonio natural; formación para los guías y desarrollo de contenidos interpretativos. Se plantea la necesidad de construir un Hotel Escuela para Guías de Naturaleza, pues la ausencia de guías especializados en naturaleza y aventura es una de las grandes debilidades del destino.									
e. Diseño de un Circuito Ecoturístico y Aventura, con atractivos naturales en condiciones ideales de conservación.									
f. Fomentar y legalizar la formación de empresas de transportes especializadas en ecoturismo y aventura.									
g. Búsqueda de financiación para la mejora de los atractivos turísticos naturales de Departamento de Boquerón.									

INDICADORES

- Grado de satisfacción de los turistas manifestado por los visitantes mediante consulta.
- Importe ejecutado de proyectos de mejoramiento de infraestructura /periodo.
- Número de asistentes a programas de formación en interpretación del patrimonio natural / periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Municipalidades
- Gobernación
- MADES
- Cooperativas menonitas.

ACTUACIÓN	E3.2.1.1. Articulación del destino Boquerón con Rally del Chaco	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Articular el Rally del Chaco con el Departamento de Boquerón y los actores locales de la actividad turística • Paquetizar un par de productos turísticos orientados a los visitantes del Rally para su comercialización (circuitos) 	
PRESUPUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño Circuitos: USD 18,000 	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -18	

JUSTIFICACIÓN

El diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino turístico del Departamento de Boquerón. Los productos están compuestos por una serie de características físicas e intangibles que deben corresponder a la idea de utilidad que se espera de ellos, aunque la tendencia actual viene marcada por el marketing de percepciones (los llamados productos experienciales), que hace preferir a los diferentes consumidores un producto más por sus valores emocionales o externos que por la propia utilidad.

Hay productos “bandera”, generadores de experiencias y capaces de organizar flujos importantes de visitantes; mientras los productos complementarios de los primeros tienen como finalidad enriquecer el atractivo del destino e incrementar la estancia y el gasto. También hay productos básicos, sin los cuales la actividad turística no podría darse.

El Rally del Chaco, internacionalmente famoso, es uno de esos productos bandera; es realizado en gran parte del departamento de Boquerón y su potencial para posicionar el destino es muy importante. Se plantea la necesidad de diseñar un par de circuitos, con experiencias auténticas y singulares para los visitantes que llegan al Rally.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Sector privado/ cooperativas menonitas con su Unidad de Turismo
- **Responsable de financiación:** Sector privado/ cooperativas menonitas
- **Colaboradores:**
 - Touring Automóvil Club Paraguay
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito Departamental.
- **Descripción:** El Rally del Chaco, también conocido como Trans-Chaco Rally, es una competencia de rally de velocidad y resistencia que se disputa anualmente desde el año 1971 en la región del Chaco, Paraguay, y es el evento de rally más tradicional del país.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - a) Reunión de SENATUR con la Organización de Transchaco Rally para la presentación de los circuitos turísticos.
 - b) Diseño y paquetización de varios Circuitos turísticos. Se deben definir diferentes experiencias turísticas dependiendo del tiempo disponible que tenga el turista. Experiencias de un par de horas hasta de un día entero, ofreciendo la visita a los principales atractivos turísticos, naturales y culturales.
 - c) Promoción de las experiencias a través de redes sociales (instagram y facebook) y web del destino (en el caso de que ya está funcionando)
 - d) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 2			
		1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR con la Organización de Transchaco Rally para la presentación de los circuitos turísticos.					
b) Diseño y paquetización de varios Circuitos turísticos.					
c) Promoción de las experiencias a través de redes sociales (instagram y facebook) y web del destino					
d) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					

INDICADORES

- Incremento de visitantes /periodo
- Incremento de pernoctaciones

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades
- Organización de Transchaco Rally

ACTUACIÓN	E3.2.1.2. Producto Ruta Multi - país	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y paquetizar una ruta multipaís con los países conectados por la Ruta Bioceánica. Promocionar la ruta multipaís. 	
PRESUPUESTO	USD 20,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 18 -30	

JUSTIFICACIÓN

El diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino turístico del Departamento de Boquerón. Los productos están compuestos por una serie de características físicas e intangibles que deben corresponder a la idea de utilidad que se espera de ellos, aunque la tendencia actual viene marcada por el marketing de percepciones (los llamados productos experienciales), que hace preferir a los diferentes consumidores un producto más por sus valores emocionales o externos que por la propia utilidad.

Hay productos “bandera”, generadores de experiencias y capaces de organizar flujos importantes de visitantes; mientras los productos complementarios de los primeros tienen como finalidad enriquecer el atractivo del destino e incrementar la estancia y el gasto. También hay productos básicos, sin los cuales la actividad turística no podría darse.

El ecosistema del Chaco se encuentra compartido por varios países, que con la construcción de la ruta bioceánica van a poder ser visitados por los turistas a través de una ruta multidestino.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Fondos internacionales
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - OMT
 - Ministerios de turismo de países fronterizos.

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito Departamental.
- **Descripción:** La Organización Mundial del Turismo (OMT) promueve y apoya el diseño de rutas multipaís, rutas transnacionales, que apoyan el trabajo cooperativo y colaborativo entre los países que lo integran.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - e) Reunión de SENATUR con Ministerios de turismo de países conectados por la ruta bioceánica.
 - f) Delimitación de la Ruta en la parte paraguaya.
 - g) Levantamiento de atractivos turísticos.
 - h) Levantamiento de oferta turística.
 - i) Diseño y paquetización de una gran ruta multipaís enfocada en el turismo de naturaleza, aventura y el Chaco. Se deben definir diferentes experiencias turísticas dependiendo del tiempo disponible que tenga el turista.
 - j) Promoción de la ruta multipaís a través de redes sociales (instagram y facebook) y web de los destinos por donde pasa (en el caso de que ya está funcionando)
 - k) Promoción en ferias internacionales.
 - l) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción e internacionales.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 2				Año 3			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR con Ministerios de turismo de países conectados por la ruta bioceánica.									
b) Delimitación de la Ruta en la parte paraguaya.									
c) Levantamiento de atractivos turísticos.									
d) Levantamiento de oferta turística.									
e) Diseño y paquetización de una gran ruta multipaís enfocada en el turismo de naturaleza, aventura y el Chaco. Se deben definir diferentes experiencias turísticas dependiendo del tiempo disponible que tenga el turista.									
f) Promoción de la ruta multipaís a través de redes sociales (instagram y facebook) y web de los destinos por donde pasa (en el caso de que ya está funcionando)									
g) Promoción en ferias internacionales.									
h) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción e internacionales.									

INDICADORES

- Número de turistas que realizan el circuito/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Fondos de cooperación internacional
- Ministerios de Turismo
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo)

ACTUACIÓN	E3.2.1.1 Diseño de Circuito Histórico - Cultural Menonita	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Poner en valor el patrimonio histórico -cultural Menonita del Departamento de Boquerón • Diseñar un circuito turístico histórico – cultural • Recopilar los contenidos histórico – culturales • Diseñar el Guión Turístico del Circuito 	
PRESUPUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • USD 120,000 no incluye obra civil y/o equipamientos 	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -24	

JUSTIFICACIÓN

El Diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino turístico del Departamento de Boquerón. Un producto turístico auténtico, compuesto por actividades enriquecedoras, donde la parte histórica y cultural menonita cobra vida para ofrecer una experiencia inolvidable.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Cooperativas menonitas con su Unidad de Turismo
- **Responsable de financiación:** Cooperativas menonitas/ Gobernación
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidades

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** El Departamento de Boquerón dispone de un patrimonio histórico – cultural en torno a la Colonia Menonita muy interesante para desarrollar un circuito histórico - cultural. El Departamento de Boquerón es reconocida como la capital de la cultura meno en el Chaco, y el turista que llega, quiere conocer todo lo relacionado con este grupo. Conocer su cultura, la oferta de museos, industrias, parques e incluso intercambiar experiencias con ellos y conocer la historia de su viaje a Paraguay y su adaptación a una forma de vida totalmente distinta, en un lugar con unas condiciones climáticas inhóspitas.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales.
 - b) Fortalecimiento de los Museos Menos. Desarrollar un plan museológico y museográfico para la elaboración temática de contenidos. Formación y asesoramiento para presentar un plan de negocio o mejoras, para optar a la financiación. En la evaluación se tendrían en cuenta el valor intrínseco de los contenidos, el mercado actual y el potencial atractivo.
 - c) Modernización de los Museos. Ampliación y mejora de los contenidos interpretativos.
 - d) Señalización interpretativa de los elementos culturales que forman parte de este circuito.
 - e) Desarrollar una agenda de exposiciones y actividades con contenido cultural e histórico para el Departamento de Boquerón.
 - f) Diseño y paquetización del Circuito. Se deben definir diferentes experiencias turísticas dependiendo del tiempo disponible que tenga el turista. Desde un par de horas que comprende las visita a los museos de un municipio a una experiencia mucho más completa donde se puede comenzar con una presentación de la Cultura Meno, visita a los museos, visita a la cooperativa, Visita a los comercios menonitas, Degustación de algún producto elaborado (lácteos, maní, etc.) y visita de las tres ciudades menonitas.
 - g) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales.					
b) Fortalecimiento de los Museos Menos. Desarrollar un plan museológico y museográfico para la elaboración temática de contenidos. Formación y asesoramiento para presentar un plan de negocio o mejoras, para optar a la financiación.					
c) Modernización de los Museos. Ampliación y mejora de los contenidos interpretativos.					
d) Señalización interpretativa de los elementos culturales que forman parte de este circuito.					
e) Desarrollar una agenda de exposiciones y actividades con contenido cultural e histórico para el Departamento de Boquerón.					
f) Diseño y paquetización del Circuito.					
Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					

INDICADORES

- Número de turistas que realizan el circuito turístico histórico – cultural menonita/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Fondos de Cooperación
- Gobernación
- Municipalidades
- SNC
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	E3.2.1.2. Diseño de Circuito Histórico – Cultural “Guerra del Chaco”.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Poner en valor el patrimonio histórico -cultural del Departamento de Boquerón sobre la Guerra del Chaco • Diseñar un circuito turístico histórico – cultural sobre la Guerra del Chaco • Recopilar los contenidos histórico – culturales sobre la Guerra del Chaco • Diseñar el Guión Turístico del Circuito sobre la Guerra del Chaco 	
PRESUPUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • USD 80,000 no incluye obra civil y/o equipamientos 	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -24	

JUSTIFICACIÓN

El Diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino turístico del Departamento de Boquerón. Un producto turístico auténtico, compuesto por actividades enriquecedoras, donde la parte histórica y cultural sobre la Guerra del Chaco se convierte en el hilo argumental a través de la visita a los fortines y el Museo de la Guerra del Chaco.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SNC /Gobernación/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** El Departamento de Boquerón dispone de un patrimonio histórico – cultural en torno a la Guerra del Chaco muy interesante para desarrollar un circuito histórico - cultural. La Guerra del Chaco fue un acontecimiento histórico cultural muy importante para los paraguayos, por lo que los elementos histórico – culturales, vestigios de la guerra que quedan todavía en el territorio en los fortines y en el Museo de la Guerra del Chaco son muy atractivos principalmente para el turista nacional y los estudiantes, que tienen en sus programas educativos la historia de la guerra del Chaco.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales.
 - b) Fortalecimiento del Museo de la Guerra del Chaco. Desarrollar un plan museológico y museográfico para la elaboración temática de contenidos. Formación y asesoramiento para presentar un plan de negocio o mejoras, para optar a la financiación. En la evaluación se tendrían en cuenta el valor intrínseco de los contenidos, el mercado actual y el potencial atractivo.
 - c) Modernización del Museo de la Guerra del Chaco. Ampliación y mejora del espacio, de los elementos de la exposición y de los contenidos interpretativos.
 - d) Señalización interpretativa de los elementos culturales que forman parte de este circuito.
 - e) Desarrollar una agenda de exposiciones y actividades con contenido cultural e histórico para Departamento de Boquerón.
 - f) Diseño y paquetización del Circuito. Se deben definir directas experiencias turísticas dependiendo del tiempo disponible que tenga el turista. Desde un par de horas que comprende la visita al fortín Boquerón y al Museo de la Guerra del Chaco, a una experiencia mucho más completa donde se pueden visitar varios fortines en diferentes municipios del departamento con alguna charla introductoria sobre la guerra del Chaco.

- g) Promoción del Circuito a través de canales comerciales tradicionales y de las escuelas y universidades.
- h) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales.					
b) Fortalecimiento del Museo de la Guerra del Chaco. Desarrollar un plan museológico y museográfico para la elaboración temática de contenidos. Formación y asesoramiento para presentar un plan de negocio o mejoras, para optar a la financiación.					
c) Modernización del Museo de la Guerra del Chaco. Ampliación y mejora del espacio, de los elementos de la exposición.					
d) Señalización interpretativa de los elementos culturales que forman parte de este circuito.					
e) Desarrollar una agenda de exposiciones y actividades con contenido cultural e histórico para Departamento de Boquerón.					
f) Diseño y paquetización del Circuito.					
g) Promoción del Circuito a través de canales comerciales tradicionales y de las escuelas y universidades.					
h) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					

INDICADORES

- Número de turistas que realizan el circuito turístico histórico – cultural Guerra del Chaco/periodo

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Fondos de Cooperación
- Gobernación
- Municipalidades
- SNC

ACTUACIÓN	E3.2.1.2. Diseño de Circuito “Ecoturismo y Aventura”	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Poner en valor el patrimonio natural del Departamento de Boquerón • Diseñar un circuito turístico natural y de aventura • Recopilar los contenidos • Diseñar el guion turístico del circuito 	
PRESUPUESTO	USD 190,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

El Chaco se caracteriza por su naturaleza salvaje, con una biodiversidad comparable al Amazonas, y con sitios todavía inexplorables. Además, la difícil accesibilidad a los sitios naturales para un perfil determinado de turista, no se ve como un problema sino como un añadido a la aventura. Estos sitios naturales quedan en las áreas rurales del Departamento de Boquerón, y el objetivo es diseñar un circuito lo suficientemente atractivo como para generar un flujo turístico desde el núcleo urbano.

Las áreas silvestres más extensas del Paraguay se encuentran en el Chaco seco, sobretudo en la porción norte del mismo, en la frontera con Bolivia. Este hecho ha llevado a la comunidad conservacionista internacional a reconocer al Chaco seco paraguayo-boliviano como uno de los últimos sitios salvajes (originalmente denominado «The Last of the Wild» por Sanderson et al. 2000) del Cono Sur de Sudamérica (Sanderson et al. 2002).

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Paraguay (MADES) / SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/MADES/ SENATUR
- **Colaboradores:**
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Unidad de Turismo-Cooperativas menonitas
 - Defensores del Chaco
 - AUDUBON (primera asociación de avistadores de aves, presta asesoramiento)

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** El Departamento de Boquerón dispone de un patrimonio natural muy interesante para crear un circuito de naturaleza salvaje y aventura. Existen diferentes reservas privadas con las que poder desarrollar un producto de naturaleza salvaje y aventura atractivo principalmente para el turista internacional. Están la reserva natural privada Campo María, con lagunas dulces, salobres y saladas de 4.500 hectáreas; Chaco Lodge, con más de 2.500 hectáreas, y Laguna Capitán, con unas 200 hectáreas.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos naturales.
 - b) Inventario de atractivos, especies presentes y estacionalidad.
 - c) Diseño de Experiencias de Ecoturismo y Aventura.
 - d) Diseño de Guión de contenidos interpretativos de naturaleza.
 - e) Construcción del Hotel Escuela para Guías de Naturaleza. Formación de Guías de Naturaleza. Establecimiento de un programa de certificación de guías de aviturismo nivel básico y avanzado. Capacitación en idioma inglés a guías certificados
 - f) Capacitación y fortalecimiento de pymes proveedoras de servicios: alojamientos, restaurantes y otros (las que se encuentran en el circuito).

- g) Desarrollar estrategias de marketing para los sitios.
- h) Diseño y paquetización del Circuito.
- i) Desarrollar y promover el Circuito
- j) Desarrollo de una aplicación para celulares sobre “Biodiversidad del Paraguay” con fotografías, mapas de distribución y datos para la identificación adecuada de las especies.
- k) Creación de una página web para la promoción del ecoturismo en el Chaco con los sitios de observación de fauna del Departamento.
- l) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos naturales.					
b) Inventario de atractivos, especies presentes y estacionalidad.					
c) Diseño de Experiencias de Ecoturismo y Aventura.					
d) Diseño de Guión de contenidos interpretativos de naturaleza.					
e) Construcción del Hotel Escuela para Guías de Naturaleza. Formación de Guías de Naturaleza. Establecimiento de un programa de certificación de guías de aviturismo nivel básico y avanzado. Capacitación en idioma inglés a guías certificados					
f) Capacitación y fortalecimiento de pymes proveedoras de servicios de naturaleza y aventura.					
g) Desarrollar estrategias de marketing para los sitios.					
h) Diseño y paquetización del Circuito.					
i) Desarrollar y promover el Circuito					
j) Desarrollo de una aplicación para celulares sobre “Biodiversidad del Paraguay” con fotografías, mapas de distribución y datos para la identificación adecuada de las especies.					
k) Creación de una página web para la promoción del ecoturismo en el Chaco con los sitios de observación de fauna del Departamento.					
Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción					

INDICADORES

- Número de turistas que llegan motivados por el “Ecoturismo y Aventura”/período.
- Gasto turístico asociado /período.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación.
- Sector Privado
- Cooperativas menonitas

ACTUACIÓN	E3.2.2.1. Diseño de Producto Turístico Industrial	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilar las actividades industriales de Departamento. • Diseñar un producto turístico industrial del Departamento 	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

El Departamento de Boquerón, vive económicamente de la producción primaria y secundaria, la que se ha establecido en la zona: agricultura, ganadería principalmente y la elaboración de productos lácteos.

La Cooperativas menonitas, creada por los colonos menonitas son las que dirigen toda la actividad económica y establecieron algunas industrias en el Departamento de Boquerón, derivadas de los lácteos, productos agrícolas, productos cárnicos entre otras complementarias (piensos, semillas, aceites esenciales, etc).

Existe un perfil de turista determinado, nacional e internacional, de negocios, que llega al Departamento de Boquerón a conocer la Cooperativas menonitas, su funcionamiento así como las industrias que existen.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Cooperativas menonitas/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** Cooperativas menonitas
- **Colaboradores:** Gobernación, municipalidades, Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Se trata de diseñar un producto turístico que contenga las visita a las industrias que pertenecen a la Cooperativas menonitas.
- **Desarrollo:** sub-acciones:
 - a) Desde la Unidad de Turismo de la Cooperativas menonitas, se podría trabajar en el desarrollo de este producto:
 - b) Diseño del producto turístico: presentación de la cooperativa, funcionamiento, asociacionismo, y posteriormente visita a diferentes industrias con degustación de productos. El final es la visita al supermercado de la Cooperativa para la compra de productos que proceden de las industrias del Departamento de Boquerón.
 - c) Paquetización de la Ruta.
 - d) Estrategias de promoción.
 - e) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Desde la Unidad de Turismo de la Cooperativas menonitas, se podría trabajar en el desarrollo de este producto. Establecer el plan de acción para su diseño.					
b) Diseño del producto turístico: presentación de la cooperativa, funcionamiento, asociacionismo, y posteriormente visita a diferentes industrias con degustación de productos. El final es la visita al supermercado de la Cooperativa para la compra de productos que proceden de las industrias de Departamento de Boquerón.					
c) Paquetización de la Ruta.					
d) Estrategias de promoción.					
e) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					

INDICADORES

- Número de turistas que realizan el circuito turístico industrial/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación.
- Sector Privado
- Cooperativas menonitas

ACTUACIÓN	E3.2.2.2. Diseño de producto turístico comunitario indígena	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a las Comunidades Indígenas que residen en Departamento de Boquerón • Recopilación de experiencias turísticas que pueden ser ofrecidas por las comunidades indígenas. • Diseño de experiencias incluyendo algunos eventos culturales destacados como el Arete Guasu. 	
PRESUPUESTO	USD 20,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 24-36	

JUSTIFICACIÓN

Las Comunidades Indígenas que habitan en Departamento de Boquerón pueden ofrecer diferentes muestras de su cultura a través del patrimonio material y del inmaterial.

La idea es recopilar esas experiencias, y transformarlas en un producto turístico comunitario indígena, donde el turista no sólo conozca la cultura menonita del Departamento de Boquerón sino también las culturas indígenas que han vivido en estas tierras antes de que la colonización llegara, con sus ritos y costumbres propias. Recuperar la identidad de los pueblos originarios y poder mostrar parte de su cultura es esencial en el desarrollo de un destino multicultural.

Por ejemplo, la recuperación del Arete Guasu, la fiesta sagrada en que los pueblos guaraníes del Chaco Sudamericano se encuentran con los espíritus de sus antepasados, en la que se expresa la cosmogonía guaraní a través de un encuentro entre el mundo de los muertos y de los vivos. Se trata de una de las celebraciones indígenas más importantes de América del Sur, las cuales se llevan a cabo en las comunidades guaraníes del sur de Bolivia, del noreste argentino y del Chaco paraguayo. Los festejos del Arete Guasu se están celebrando en la Comunidad de Santa Teresita en Mariscal Estigarribia, y comienzan en Filadelfia también, donde las máscaras, la música, el baile y la ingesta de chicha son parte de un encuentro en el que se complementan el mundo terrenal y el espiritual."El Arete Guasu de hecho tiene muchas interpretaciones que van desde la ritualidad, lo sagrado, a lo que puede verse como teatral. Desde lo histórico a lo social, en distintos niveles de realidad". El Arete Guasu (Fiesta Grande, en guaraní), se celebra en el mes de febrero.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura)/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** SNC/ SENATUR
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - INDI
 - IPA
 - Centro de Artesanías del Departamento de Boquerón

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Se trata de diseñar un producto turístico comunitario indígena.
- **Desarrollo:** Para alcanzar esta acción, se deberían realizar las siguientes sub-acciones:
 - a) Recopilar el patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades indígenas que habitan en Departamento de Boquerón.
 - b) Diseñar un Calendario de eventos culturales indígenas como los festejos del Arete Guasu, para poder mostrar algunas experiencias culturales indígenas.
 - c) Diseño de talleres para muestra de elaboración de artesanías.
 - d) Diseño de producto turístico, donde exista un intercambio de conocimiento con las comunidades, combinado con elaboración de artesanía, y muestra de algún acto cultural.

- e) Diseño de contenidos y materiales expositivos sobre las Comunidades Indígenas para exponer en el Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano.
- **Seguimiento.** Nuevos eventos programados en la Agenda Anual del Departamento de Boquerón.

CRONOGRAMA					
Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Recopilar el patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades indígenas que habitan en Departamento de Boquerón.					
b) Diseñar un Calendario de eventos culturales indígenas como los festejos del Arete Guasu, para poder mostrar algunas experiencias culturales indígenas.					
c) Diseño de talleres para muestra de elaboración de artesanías.					
d) Diseño de producto turístico, donde exista un intercambio de conocimiento con las comunidades, combinado con elaboración de artesanía, y muestra de algún acto cultural.					
e) Diseño de contenidos y materiales expositivos sobre las Comunidades Indígenas para exponer en el Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano.					

INDICADORES

- Número de turistas que realizan el producto indígena/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades
- SNC
- INDI
- IPA

ACTUACIÓN	E3.2.2.4. Diseño de Producto turístico “Experiencia Agroganadera”.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Recopilar las actividades ganaderas del Departamento de Boquerón. Diseñar un producto turístico agroganadero en el Departamento de Boquerón. 	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

El Departamento de Boquerón, vive económicamente de la producción primaria y secundaria, la que se ha establecido en la zona: agricultura, ganadería principalmente y la elaboración de productos lácteos.

Según la Asociación Rural del Paraguay, la ganadería ha sido el cimiento del desarrollo social y económico del Chaco. En la última década, mientras el hato ganadero de la región oriental creció en un 30%, el hato ganadero chaqueño se ha incrementado en un 72%, teniendo a la fecha unas 6.000.000 de cabezas bovinas, lo que da una relación de 30 bovinos por cada habitante, la mayor proporción sin duda alguna en el mundo y lo que demuestra y ratifica que el Chaco es tierra ganadera. Tierra ganadera que hoy representa el 47% de las exportaciones de carne bovina y el 32% de la producción nacional de leche y lo que es más importante aún, el Chaco permite y hace posible que se generen más de 120.000 puestos de trabajo en la cadena de valor pecuaria, en los servicios, en el comercio, en la industria, en el transporte a lo largo y ancho del país.

COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** Cooperativas menonitas/ SENATUR
- Responsable de financiación:** Cooperativas menonitas
- Colaboradores:** Gobernación, Municipalidades, fincas ganaderas, Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito municipal.
- Descripción:** Se trata de diseñar un producto turístico que contenga las visita a las fincas ganaderas que pertenecen a la Cooperativas menonitas, así como algunas demostraciones de la vida campera.
- Desarrollo:** Para el desarrollo de esta actuación se podría contar con las siguientes sub-acciones:
 - Desde la Unidad de Turismo de las Cooperativas, trabajar en el desarrollo del este producto.
 - Producto turístico: presentación de la cooperativa, funcionamiento de la ganadería, tipos de ganado, y posteriormente visita a diferentes fincas para vivir la experiencia de un auténtico ganadero.
 - Paquetización de la Ruta.
 - Estrategias de promoción.
 - Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Desde la Unidad de Turismo de las Cooperativas menonitas, se podría trabajar en el desarrollo de este producto:					
b) Diseño del producto turístico: presentación de la cooperativa, funcionamiento de la ganadería, tipos de ganado, y posteriormente visita a diferentes fincas para vivir la experiencia de un auténtico ganadero.					
c) Paquetización de la Ruta.					
d) Estrategias de promoción.					
e) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					

INDICADORES

- Número de turistas que realizan el producto turístico industrial/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación.
- Sector Privado
- Cooperativas menonitas

ACTUACIÓN	E3.2.3.3. Fortalecimiento y mejora de productos y servicios turísticos asociados a las festividades, eventos religiosos y eventos culturales.	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Recopilar las festividades, eventos religiosos y eventos culturales del Departamento de Boquerón Proponer actividades relacionadas con estos eventos religiosos y eventos culturales del Departamento de Boquerón Diseñar algunos eventos destacados para celebrar las festividades del Departamento de Boquerón (municipios que lo conforman) 	
PRESUPUESTO	USD 40,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

Los municipios que forman el Departamento de Boquerón tienen diferentes festividades, culturales y religiosas que necesitan ser fortalecidas.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura)/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** SNC/ SENATUR
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de fortalecer las festividades y eventos que se celebran en Boquerón, para que sean más atractivas para el turismo.
- **Desarrollo:** Para alcanzar esta acción, se deberían realizar las siguientes sub-acciones:
 - Definir nuevos eventos, festivales, relacionados con la cultura, historia y naturaleza del Departamento de Boquerón
 - A través del Consejo Departamental de Turismo y otros actores clave como la Gobernación, Municipalidades, establecer un cronograma y contenido a los eventos a realizarse. Por ejemplo Evento Gastronómico con el Asado Chaqueño; un Festival de Música Popular, congreso de biodiversidad, exposiciones en los museos, charlas, comida y música.
 - Organización con los actores clave.
 - Búsqueda de patrocinadores.
- **Seguimiento.** Nuevos eventos programados en la Agenda Anual de cada municipio que conforman el Departamento de Boquerón.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Definir nuevos eventos, festivales, relacionados con la cultura, historia y naturaleza del Departamento de Boquerón					
b) A través de la CONRETUR y otros actores clave como la Gobernación, Municipalidades, establecer un cronograma y contenido a los eventos a realizarse. Por ejemplo Evento Gastronómico con el Asado Chaqueño; un Festival de Música Popular, congreso de biodiversidad, exposiciones en los museos, charlas, comida y música.					
c) Organización con los actores clave.					
d) Búsqueda de patrocinadores.					

INDICADORES

- Número de nuevos eventos programados anualmente.
- Incremento pernoctaciones asociadas

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades
- SNC.

ACTUACIÓN	E3.3.1.1. Producto turístico para reuniones (MICE)	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar para el diseño de experiencias turísticas personalizadas con enfoque en MICE. 	
PRESUPUESTO	USD 25,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 24-36	

JUSTIFICACIÓN

El turismo MICE es esencialmente urbano. El entorno rural complementa. No se vende por medio de paquetes o circuitos. Es esencial dispensar valor agregado, articulando, eventualmente, la oferta regional, con la finalidad de que sean productos irrepetibles. En los viajes de incentivo se valora la exclusividad; esto es, que las actividades del programa no puedan ser desarrolladas fuera de ese contexto, independientemente de sus costos, como parte del programa de un viaje de lujo.

En la creatividad y la calidad del servicio reside la diferenciación y competitividad de los diferentes proveedores (incluso locales).

Productos turísticos más generalizados pueden ser adecuados para complementar turísticamente la oferta en un evento. Por eso precisamente se ha de trabajar en tres tipologías de productos:

- productos estrictamente MICE, creativos o funcionales encaminados a facilitar el reconocimiento del destino como especializado;
- productos complementarios a las actividades que se realizan durante las convenciones, congresos y reuniones, ya sean como actividades sociales o programas para acompañantes, dinamizando el mercado local;
- que complementan y extienden la estancia, como oferta post-congreso o bleisure.

COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura)/ SENATUR
- Responsable de financiación:** SNC/ SENATUR
- Colaboradores:** Gobernación, municipalidad de Loma Plata, INDI, IPA, Centro de Artesanías del Departamento de Boquerón

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito Departamental.
- Descripción:** Se trata de dar las herramientas para el diseño de experiencias turísticas enfocadas para el turismo MICE.
- Desarrollo:** sub-acciones:
 - Convocatoria desde SENATUR al sector privado del Departamento
 - Diseño del programa de especialización para la adquisición de habilidades y herramientas para el diseño de experiencias turísticas personalizadas.
 - Paquetización de las experiencias y servicios.
 - Estrategias de promoción.
 - Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Convocatoria desde SENATUR al sector privado del Departamento					
b) Diseño del programa de especialización para la adquisición de habilidades y herramientas para el diseño de experiencias turísticas personalizadas.					
c) Paquetización de las experiencias.					
d) Estrategias de promoción.					
e) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					

INDICADORES

- Incremento de pernотaciones como extensión de los eventos.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades

E4. Mejora del Entorno y de la Capacidad receptiva del destino

ACTUACIÓN	E.4.1.1.1. Diseño e implementación de la Señalización turística vial e interpretativa para la demanda nacional e internacional.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un sistema de señalización turística para el Departamento de Boquerón. • Definir los atractivos para la señalización interpretativa. • Señalizar los circuitos a comercializar. 	
PRESUPUESTO	USD 80,000, no incluye ejecución	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-24	

JUSTIFICACIÓN

La señalización turística orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos del Departamento de Boquerón. En ese sentido, dado que existen diversas formas de recorrido, la señalización puede ser de tres tipos;

- Señalización para el visitante en vehículo: aquella en la que el visitante se informa estando en movimiento. Se aplica para los recorridos que requieren de unidades móviles.
- Señalización para el visitante o peatón: aquella, en la que el visitante se informa estando detenido o caminando. Se aplica para los recorridos peatonales.
- Señalización interpretativa, con contenido acerca de los atractivos.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Gobernación/ Municipalidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Cooperativas menonitas
 - Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Departamento de Boquerón como destino turístico necesita señalar la localización de sus atractivos, así como la interpretación de los mismos.
- **Desarrollo:** Será necesario el diseño de un plan de señalización vial e interpretativo, y su implementación.
 - Análisis de la señalización actual, desde la perspectiva turística, al objeto de establecer las bases para la realización de los planes de señalización (direccional y posicional) e identificar los recursos y rutas susceptibles de ser señalizados.
 - Plan de señalización peatonal en Departamento de Boquerón.
 - Plan de señalización vial para indicar los principales atractivos turísticos.
 - Plan de señalización interpretativa en español e inglés (al menos). El fin es garantizar la interpretación para mejorar la experiencia de visita. Debe determinar las necesidades en los principales museos, atractivos e instalaciones, incluyendo el fomento de el uso de audioguías tematizadas; paneles informativos o folletos.
 - Será necesario implementar el Plan de Señalización Turística Peatonal “realizando los estudios necesarios con SENATUR y adelantando la gestión con la administración departamental para su implementación, vinculando empresas interesadas en pautas comerciales.
- **Seguimiento.** La SENATUR habrá de realizar un seguimiento del proceso de señalización del departamento, para verificar que se cumplen con los estándares solicitados.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 2				Año 3			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Análisis de la señalización actual, desde la perspectiva turística, al objeto de establecer las bases para la realización de los planes de señalización (direccional y posicional) e identificar los recursos y rutas susceptibles de ser señalizados.									
b) Plan de señalización peatonal en Departamento de Boquerón.									
c) Plan de señalización vial para indicar los principales atractivos turísticos.									
d) Plan de señalización interpretativa en español e inglés (al menos). El fin es garantizar la interpretación para mejorar la experiencia de visita. Debe determinar las necesidades en los principales museos, atractivos e instalaciones, incluyendo el fomento de el uso de audioguías tematizadas; paneles informativos o folletos.									
e) Vincular empresas interesadas en pautas comerciales.									

INDICADORES

N.A.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades

ACTUACIÓN	E4.2.1.1. Evaluación de las necesidades de aumento y mejora de planta turística.	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Conocer el estado y las necesidades de la planta turística en el Departamento de Boquerón. 	
PRESUPUESTO	USD 18,000 solo estudio.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-60	

JUSTIFICACION

La planta turística está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen los requerimientos de turistas en su desplazamiento y su estancia en el destino elegido. En el Departamento de Boquerón la planta turística es suficiente para dar servicios al flujo turístico actual; sería necesario a largo plazo invertir en otro tipo de alojamientos como campings/ glampings/ ecolodges más acordes con el tema naturaleza y experiencias de aventura.

Así mismo con los restaurantes, es necesario explorar las comidas tradicionales y ofrece este tipo de platos típico de una zona determinada.

COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** Gobernación/ Municipalidades/ Sector Privado
- Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades/ Sector Privado
- Colaboradores:** Gobernación, cooperativas menonitas, Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito departamental.
- Descripción:** Es necesario evaluar, según la demanda, las necesidades de ampliación y mejora de la planta turística del Departamento de Boquerón (alojamientos, restaurantes). El flujo turístico en el Departamento de Boquerón está compuesto principalmente por excursionistas (personas que no pernoctan) porque la oferta existente para alojamiento y alimentación es muy escasa. El crecimiento de estos servicios, junto con otros factores, es necesario para aumentar el flujo turístico.
- Desarrollo:** Para esta acción, las sub-acciones necesarias serían:
 - Reunión de SENATUR, el Consejo Departamental de Turismo y el Sector Privado junto con la Gobernación para definir oportunidades de inversión.
 - Departamento de Boquerón necesita restaurantes que muestren la tradicional cocina chaqueña, tanto en la zona urbana como en la rural. Para ello es necesario invertir en la construcción de algún restaurante tradicional.
 - Respecto al alojamiento, a largo plazo, sería recomendable adaptar los hoteles campestres, mejorarlos y aumentar el número de ecolodges.
- Seguimiento.** Mejora en el alojamiento y en el número de restaurantes que ofrecen comida tradicional en Departamento de Boquerón.

CRONOGRAMA

Acción	Año	2				3				4				5			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR, la CONCRETUR y el Sector Privado junto con la Gobernación para definir oportunidades de inversión.																	
b) Departamento de Boquerón necesita restaurantes que muestren la tradicional cocina chaqueña, tanto en la zona urbana como en la rural. Para ello es necesario invertir en la construcción de algún restaurante tradicional.																	
c) Respecto al alojamiento, a largo plazo, sería recomendable adaptar los hoteles campestres, mejorarlos y aumentar el número de ecolodges.																	

INDICADORES

- Grado de ocupación/ plazas/ subsegmento/municipio/ periodo. Para determinar necesidades futuras, a partir de una ocupación anual del 65%.
- Crecimiento de la oferta en número de plazas/ subsegmento/ municipio/ variación interanual.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

Sector Privado

ACTUACIÓN	E4.2.1.2. Evaluación de las necesidades de infraestructura turística	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el estado y las necesidades de la infraestructura turística en Departamento de Boquerón. • Aumentar la calidad, cantidad y variedad de infraestructuras turísticas. 	
PRESUPUESTO	USD 140,000 no incluye obra civil	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-60	

JUSTIFICACIÓN

La infraestructura turística hace posible que el turismo se desarrolle, por lo que debe haber tanto un plan estratégico como una buena gestión para que cada destino turístico pueda darle un mantenimiento efectivo a dicha infraestructura, de tal manera que el turista se sienta satisfecho y cómodo tanto con las instalaciones como con los servicios requeridos.

La infraestructura turística de un país está conformada por los elementos interconectados que permitan a los turistas llegar, permanecer y disfrutar del atractivo turístico de su destino, haciendo que su viaje sea placentero.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Gobernación/ Municipalidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades/ Cooperativas menonitas/ Sector Privado
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - SENATUR
 - Cooperativas menonitas
 - Sector Privado

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** El Departamento de Boquerón necesita para el desarrollo de sus circuitos turísticos invertir en Infraestructura turística. Si se quieren desarrollar de manera competitiva los diferentes circuitos propuestos, es fundamental una apuesta por el destino y la adecuada inversión en infraestructura.

La inversión prioritaria en Departamento de Boquerón para alcanzar un desarrollo turístico sostenible, es la mejora de los accesos a los atractivos, es decir la inversión en carreteras secundarias asfaltadas que no se deterioren e impidan la circulación cuando hay lluvias.

La mejora de los atractivos, señalización y otras infraestructuras para que los circuitos sean competitivos.

- **Desarrollo:** Para esta acción, las sub-acciones necesarias serían:
 - a) Reunión de SENATUR, y el Sector Privado junto con la Gobernación para definir oportunidades de inversión.
 - b) Establecer prioridades de inversión en infraestructuras turísticas, como por ejemplo:
 - c) Mejora de accesos.
 - Diferentes infraestructuras para las paradas del circuito “Ecoturismo y Aventura”; diseño de senderos, mirador de aves, parada para observación de humedales y lagunas saladas.
 - Infraestructura en los fortines para mejorar la experiencia turística.
 - Señalización vial e interpretativa.
 - Puestos y paradas de madera para proteger del sol en los senderos peatonalizados.



Fuente: fundacioncosmos.cl

d) Búsqueda de financiación e inversión privada para el desarrollo de Infraestructura Turística.

CRONOGRAMA																							
Acción	Trimestre	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5					
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T		
a)	Reunión de SENATUR, y el Sector Privado junto con la Gobernación para definir oportunidades de inversión.																						
b)	Establecer prioridades de inversión en infraestructuras turísticas, como por ejemplo:																						
	Mejora de accesos.																						
	Diferentes infraestructuras para las paradas del circuito "Ecoturismo y Aventura"; diseño de senderos, mirador de aves, parada para observación de humedales y lagunas saladas.																						
	Infraestructura en los fortines para mejorar la experiencia turística.																						
	Señalización vial e interpretativa.																						
	Puestos y paradas de madera para proteger del sol en los senderos peatonalizados.																						
c)	Búsqueda de financiación e inversión privada para el desarrollo de Infraestructura Turística.																						

INDICADORES

- Inversión anual pública en infraestructura turística
- Número de proyectos de inversión pública en 5 años.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación
- Gobernación
- Municipalidades
- Cooperativas menonitas

ACTUACIÓN	E4.3.1.1. Fortalecimiento Centro de Interpretación Gran Chaco Americano	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Informar sobre los atractivos, eventos y circuitos turísticos del Departamento de Boquerón • Informar sobre el patrimonio cultural material e inmaterial del Departamento de Boquerón • Dar visibilidad a través de contenido de las Comunidades Indígenas del Chaco. 	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

JUSTIFICACIÓN

El Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano que está siendo ejecutado a través del Programa Nacional de Turismo (PRONATUR) que la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR) lleva adelante con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se encuentra en proceso de construcción. El Centro está ubicado en pleno corazón del Chaco Central, cerca del núcleo urbano de Filadelfia en el Departamento de Boquerón y se plantea como una infraestructura paisajística que pretende reconocer y poner en destaque el entorno natural. El proyecto tiene como objetivo convertirse en un punto de referencia para todas las personas interesadas en el conocimiento y estudio de la diversidad cultural y natural del Chaco. El lugar ofrecerá varias actividades para los turistas de manera a que puedan conocer la región y animarse a vivir la experiencia del “Destino Chaco”.

Será el encargado de proveer información a los turistas que visitan el Chaco con el fin de facilitar su decisión de viajar, mejorar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Sector Privado
 - Defensores del Chaco

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Será el encargado de proveer información a los turistas que visitan el Chaco con el fin de facilitar su decisión de viajar, mejorar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico.
- **Desarrollo:** Para esta acción serían necesarias las siguientes sub-acciones:
 - a) Capacitaciones específicas para el personal del Centro. Diseño de la curricula y de los materiales para capacitación, tener en cuenta formación en atención al cliente.
 - b) Evaluación de las necesidades de equipamientos: computadoras, impresoras, teléfono e internet.
 - c) Contenidos y exposiciones sobre la biodiversidad del Chaco así como del patrimonio cultural, material e inmaterial.
 - d) Evaluación de las necesidades de materiales de promoción, y adquisición de los materiales promocionales de los prestadores que se encuentran en los territorios.
 - e) Articulación del Centro con la Dirección de Promoción y los prestadores de servicios turísticos privados, para disposición de materiales promocionales del destino donde se encuentran durante todo el año.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 2				Año 3			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a)	Capacitaciones específicas para el personal del Centro . Diseño de la curricula y de los materiales para capacitación, tener en cuenta formación en atención al cliente.	■	■	■	■				
b)	Evaluación de las necesidades de equipamientos: computadoras, impresoras, teléfono e internet.	■							
c)	Contenidos y exposiciones sobre la biodiversidad del Chaco así como del patrimonio cultural, material e inmaterial.	■	■	■	■			■	■
d)	Evaluación de las necesidades de materiales de promoción, y adquisición de los materiales promocionales de los prestadores que se encuentran en los territorios.					■	■		
e)	Articulación del Centro con la Dirección de Promoción y los prestadores de servicios turísticos privados , para disposición de materiales promocionales del destino donde se encuentran durante todo el año.					■	■		

INDICADORES

- Número de turistas atendidos por el Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación
- BID
- Gobernación
- Municipalidades

ACTUACIÓN	E4.3.1.2. Mejora de los accesos a los atractivos turísticos	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Consolidar la red de accesos y servicios públicos básicos capaces de satisfacer las necesidades de la población residente y turística 	
PRESUPUESTO	Incluido en E.4.2.1.2	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 24-60	

JUSTIFICACIÓN

Gran parte de los recursos turísticos del Departamento de Boquerón, sobre todo los pertenecientes al patrimonio natural y rural, se encuentran en condiciones inaccesibles dificultando su visita por parte de los turistas. Es fundamental valorar la situación en cuanto a la accesibilidad de los mismos, y qué acciones son necesarias para solventar esta situación, que puede frenar la afluencia turística a gran parte del territorio.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Gobernación / Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC)
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** SENATUR, cooperativas menonitas

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** La accesibilidad para la visitación de los recursos turísticos es un elemento básico en el desarrollo de un destino turístico.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo de esta acción serían necesarias las siguientes subacciones: Análisis sobre la situación de la accesibilidad a los principales recursos turísticos.
 - Acuerdo de colaboración entre la unidad de turismo de la Gobernación y los consejos municipales de turismo para el diseño del estudio de la accesibilidad.
 - Levantamiento en territorio de los accesos y su nivel de calidad
 - Elaboración del diagnóstico de accesibilidad a los recursos turísticos.
 - Elaboración del Plan de Accesibilidad.
 - Establecimiento de las acciones prioritarias para mejorar la accesibilidad a los recursos turísticos.
 - Búsqueda de financiamiento para la implementación del plan
 - Ejecución del Plan de Accesibilidad
- **Seguimiento.** Medición de la mejora de la accesibilidad.

CRONOGRAMA

Acción	Año											
	3				4				5			
Trimestre	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Acuerdo de colaboración entre la unidad de turismo de la Gobernación y los consejos municipales de turismo para el diseño del estudio de la accesibilidad.												
b) Levantamiento en territorio de los accesos y su nivel de calidad												
c) Elaboración del Diagnóstico de accesibilidad a los recursos turísticos.												
d) Elaboración del Plan de Accesibilidad.												
e) Establecimiento de las acciones prioritarias para mejorar la accesibilidad a los recursos turísticos.												
f) Búsqueda de financiamiento para la implementación del plan												
g) Ejecución del Plan de Accesibilidad												

INDICADORES

- Valor de la inversión pública ejecutada o contratada/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E4.3.1.3. Mejora de la conectividad del destino	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Puesta en funcionamiento de los aeropuertos del Departamento de Boquerón 	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-60	

JUSTIFICACIÓN

El establecimiento de conectividad aérea en el territorio confiere mayor competitividad como destino turístico y abre nuevas posibilidades de desarrollo comercial y económico dentro del país y con los diferentes destinos.

Existe una carencia de infraestructura aeroportuaria y de vuelos domésticos en Paraguay frente a otros países de la región; lo mismo ocurre con el Departamento de Boquerón. Es necesario desarrollar proyectos que busquen generar las condiciones para una mayor conectividad aérea en el país mediante vuelos domésticos a bajo costo, uniendo así varios destinos internos.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC) / Dirección de Aeronáutica Civil (DINAC)
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ MOPC
- **Colaboradores:**
 - SENATUR
 - Municipalidades
 - Cooperativas menonitas

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito Departamental.
- **Descripción:** La conectividad aérea en un destino con tantos problemas de accesos, es un factor que debilita e impide el crecimiento del sector turístico.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo de esta acción serían necesarias las siguientes subacciones:
 - Reunión y establecimiento de acuerdos entre SENATUR, Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC) y Dirección de Aeronáutica Civil (DINAC)
 - Análisis sobre la situación de la conectividad en el destino turístico.
 - Elaboración del Diagnóstico de Conectividad.
 - Elaboración del Plan de Conectividad.
 - Búsqueda de financiamiento para la implementación del plan.
 - Ejecución del Plan de Conectividad
- **Seguimiento.** Medición de la mejora de la conectividad.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5				
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	
a) Reunión y establecimiento de acuerdos entre SENATUR, Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC) y Dirección de Aeronáutica Civil (DINAC)		■	■	■	■																	
b) Análisis sobre la situación de la conectividad en el destino turístico.		■	■	■	■																	
c) Elaboración del Diagnóstico de Conectividad.						■	■	■	■													
d) Elaboración del Plan de Conectividad.										■	■	■	■									
e) Búsqueda de financiamiento para la implementación del plan														■	■	■	■					
f) Ejecución del Plan de Conectividad																		■	■	■	■	■

INDICADORES

- Número de frecuencias al Departamento de Boquerón.
- Número de plazas ofertadas al Departamento de Boquerón.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

E5. Posicionamiento y comercialización

ACTUACIÓN	E5.1.1.1. Fortalecimiento de la Identidad Turística del Departamento de Boquerón	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el perfil del turista que llega a Departamento de Boquerón. • Realizar registros normalizados de los turistas que visitan Departamento de Boquerón. 	
PRESUPUESTO	USD 20.000 .	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

JUSTIFICACIÓN

El Departamento de Boquerón, como destino emergente que es, presenta grandes debilidades en cuanto a la apropiación, concienciación y sensibilización, tanto del sector público como privado en Cultura turística. Esto se traduce en la falta de conocimiento y valoración de su patrimonio cultural y natural, en la ausencia de conciencia y escasa experiencia en servicios de acogida y atención al visitante.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR / Gobernación
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Municipalidades
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Unidad de Turismo de las Cooperativas menonitas

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Es necesario contar con un programa de concienciación y sensibilización turística dirigido al sector público, privado y la población local.
- **Desarrollo:** Para esta acción se proponen varias sub-acciones:
 - a) Diseño de un programa de cultura turística para el Departamento de Boquerón.
 - b) Diseño de material didáctico para entrega.
 - c) Programas de Radio sobre Cultura Turística.
 - d) Charlas dirigidas a todos los sectores, público, privado y comunitario sobre Cultura Turística.
- **Seguimiento.** Programa de cultura turística implementada.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 2				Año 3			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Diseño de un programa de cultura turística para el Departamento de Boquerón.									
b) Diseño de material didáctico para entrega.									
c) Programas de Radio sobre Cultura Turística.									
d) Charlas dirigidas a todos los sectores, público, privado y comunitario sobre Cultura Turística.									

INDICADORES

- Número de asistentes a las charlas de cultura turística/ sector (público/privado/ comunitario)

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- SENATUR
- Gobernación
- Municipalidades

ACTUACIÓN	E5.1.1.2. Desarrollo de una marca para el destino turístico del Departamento de Boquerón	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Implementar una estrategia de marketing para el destino turístico del Departamento de Boquerón. Desarrollar una marca para el destino turístico de Boquerón. 	
PRESUPUESTO	USD 50,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

Según la Organización Mundial de Turismo, (OMT), la marca se refiere a la esencia o conjunto de características básicas de un producto o destino, lo cual abarca su personalidad y lo hace singular y distinto de la competencia. La marca del destino permite detectar las virtudes, generando un mensaje integral que contiene una idea sencilla sobre el destino turístico capaz de ser entendida de forma directa. Es esencial además que al crear una marca se sepa fortalecer aquellos valores que harán al destino único y especial.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/ Gobernación
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Consejo Departamental de Turismo
 - Sector Privado del Departamento de Boquerón
 - Cooperativas menonitas
 - Población local

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** La creación de una marca ayuda al destino a posicionarse mejor. La marca del destino de Boquerón debe ser realizada a través de una construcción participativa, con el propósito de generar valor agregado e impacto positivo en la población local.
- **Desarrollo:** Se podría establecer un acuerdo entre SENATUR y alguna Universidad del país, para el acompañamiento técnico en el desarrollo de la marca del destino Boquerón.
 - Reunión de SENATUR, Universidades y el Consejo Departamental de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la marca del Destino.
 - Concurso público, abierto, para describir cómo debería ser la propuesta de marca.
 - Votación popular para elegir la Marca.
 - Contratación de un Diseñador para adaptación y mejora gráfica de la marca.
 - Campaña BTL y online de comunicación de la marca; definir público objetivo, canales, elementos a comunicar, visuales y gráficos.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR, Universidades y Mesa de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Marca del Destino.					
b) Concurso público dirigido a la población local, sector privado, donde describir como debería ser la Marca Destino.					
c) Votación popular para elegir la Marca.					
d) Contratación de un Diseñador para adaptación y mejora gráfica de la Marca.					
e) Campaña de comunicación de la marca; definir público objetivo, canales, elementos a comunicar, visuales y gráficos.					

INDICADORES

- Test de recordación. Resultados.
- Reputación del destino. Valoración mediante encuesta.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación

ACTUACIÓN	E5.1.1.3. Elaboración de la web del Destino turístico Departamento de Boquerón	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Implementar una estrategia de marketing para el destino turístico del Departamento de Boquerón. Desarrollar una web para el destino turístico del Departamento de Boquerón. 	
PRESUPUESTO	USD 40,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

JUSTIFICACIÓN

La innovación tecnológica es clave para la evolución y desarrollo turístico. Para cualquier destino turístico es esencial tener presencia 2.0 a través de una web de destino adaptada a todas las plataformas on-line. La clave está en que cada pequeña acción de mejora online cuenta. Gestionar y mantener los perfiles en redes sociales, campañas de publicidad online, tener la página web son esenciales para convertir a Departamento de Boquerón en un destino competitivo.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR / Municipalidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Cooperativas menonitas

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** La creación de una web ayuda al destino a posicionarse mejor.
- **Desarrollo:** Se podría establecer un acuerdo entre SENATUR y alguna de las universidades del país para el acompañamiento técnico en el desarrollo de la Web del destino turístico Departamento de Boquerón.
 - Reunión de SENATUR, Universidades y el Consejo Departamental de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Web del Destino. Tipo de Web, contenidos, información, material audiovisual, idiomas de la web, optimización de buscadores.
 - Contratación de un Diseñador Web.
 - Definir mantenimiento de la Web: recursos financieros y humanos, actualización de los contenidos, presupuesto para traducción. En un inicio el mantenimiento de la Web debería ser por parte de la Gobernación con apoyo financiero propio y externo.
 - Posicionamiento de la Web.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año				Año			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR, Universidades y Mesa de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Web del destino: contenidos, información, material audiovisual, idiomas, optimización de buscadores, .									
b) Contratación de un Diseñador Web.									
c) Definir mantenimiento de la Web									
d) Promoción de la Web									

INDICADORES

- Número de visitas a la web / periodo
- Números de logs a la web/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E5.2.1.1. Diseño y generación de metodologías y herramientas de levantamiento, tratamiento y análisis de información y variables estadísticas turísticas.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Conocer el perfil del turista que llega al Departamento. Realizar registros normalizados de los turistas que visitan el Departamento de Boquerón. 	
PRESUPUESTO	USD 75,000, incluye trabajo de campo	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -48	

JUSTIFICACIÓN

Para la toma de decisiones informadas sobre planificación, producto y demanda, Boquerón necesita herramientas de recogida de información y tratamiento de datos.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ municipalidades
- **Colaboradores:** Gobernación, universidades, Unidad de Turismo, cooperativas menonitas

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Es esencial contar con datos estadísticos del sector turístico por ello el Departamento de Boquerón necesita conocer más acerca del perfil de turista que llega al destino, a través de un registro en los Museos Menonitas y un proceso de encuestación puede obtenerlo.
- **Desarrollo:** Se podría establecer un acuerdo entre SENATUR y alguna de las universidades paraguayas para la elaboración de encuestas turísticas. Así mismo sería importante definir un Registro de visitantes para los Museos Menonitas y realizar un análisis mensual de los turistas que lo visitan.
 - Elaboración de Encuestas Turísticas dirigidas al Turismo Internacional y Nacional (destino visitado, motivo del viaje, tipo de alojamiento y transporte y actividad principal, clasificadas por origen).
 - Elaboración de Encuestas para conocer el Gasto turístico del turista internacional y nacional (alojamiento, alimentación, transporte interno, artesanías).
 - Elaboración de encuestas por parte de los establecimientos de alojamiento a sus huéspedes (perfil del turista, satisfacción, destinos visitados)
 - Diseño de un Registro de Visitantes para los Museos Menonitas con una formación específica por parte de SENATUR para su uso y análisis.
 - Desde SENATUR se debe apoyar el proceso y formar a través de elaboración de Registros e interpretación de resultados de encuestación.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 3				Año 4			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de encuestas turísticas dirigidas al turismo internacional y nacional (destino visitado, motivo del viaje, tipo de alojamiento y transporte y actividad principal, clasificadas por origen).									
b) Elaboración de encuestas para conocer el gasto turístico del turista internacional y nacional (alojamiento, alimentación, transporte interno, artesanías).									
c) Elaboración de encuestas por parte de los establecimientos de alojamiento a sus huéspedes (perfil del turista, satisfacción, destinos visitados)									
d) Diseño de un Registro de Visitantes para el Museo con una formación específica por parte de SENATUR para su uso y análisis.									
e) Análisis e interpretación de resultados									

INDICADORES

- Encuesta anual en temporada baja y alta.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E5.2.2.1. Diseño de un SITT, Sistema de Información Territorial Turístico para el Destino.	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Almacenar y gestionar la información turística del territorio a través de un Sistema de Información Turístico 	
PRESUPUESTO	USD 80,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 36-60	

JUSTIFICACIÓN

El uso de las TICs en el sector del turismo se ha convertido en una herramienta fundamental que permite, entre otras cosas, una mayor y más eficiente comunicación con el turista. El denominado turista 2.0 es aquel que de manera transversal, hace uso de las TICs en todas las fases del viaje, es decir antes, durante y después del mismo. Es por ello que desde el destino se hace indispensable apostar por las nuevas tecnologías y desarrollar sistemas de información turística a través de geoplataformas.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR / Gobernación
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - MITIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación)
 - Gobernación
 - Cooperativas menonitas
 - Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Creación en el Departamento de Boquerón una Geoplataforma Turística (sistema de información territorial turístico)
- **Desarrollo:** Sería necesario la elaboración de unos TdR y contratación de una consultoría externa que hiciese el desarrollo de la Geoplataforma Turística.
 - Recopilación de información turística del Departamento de Boquerón a cargo del Consejo Departamental de Turismo y las municipalidades.
 - Trabajo coordinado entre las municipalidades, Consejo Departamental de Turismo y SENATUR y personal contratado para el desarrollo de la GeoPlataforma Turística.

CRONOGRAMA

Acción	Año 4				Año 5			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Recopilación de información turística de Villa Hayes a cargo de la Mesa de turismo y la municipalidad.								
b) Trabajo coordinado entre la municipalidad, Mesa de Turismo, SENATUR y personal contratado para la GeoPlataforma Turística.								

INDICADORES

- Número de usuarios mensuales de la GeoPlataforma turística.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- MITIC
- Gobernación

ACTUACIÓN	E5.3.1. Diseño de la estrategia de Promoción y comercialización para el Destino de Boquerón.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar la comercialización y promoción de la oferta turística. • Optimizar el costo/beneficio de la estrategia de marketing mediante acciones dirigidas y especializadas a segmentos y nichos. • Generación de flujo turístico 	
PRESUPUESTO	USD 40,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

JUSTIFICACIÓN

La estrategia de mercadeo del Departamento de Boquerón debe orientarse tanto al mercado nacional como internacional, pero a través de canales diferentes. Una vez implementadas las estrategias de marketing, previsiblemente no habrá resultados significativos hasta transcurrido, al menos, 6 meses desde su puesta en marcha. Terminada la redacción, su implementación deberá coincidir con los meses en los que principales operadores turísticos estén ajustando su programación y realizando la contratación, aunque se deberán contemplar acciones más inmediatas. También conviene señalar que los periodos de maduración son distintos para cada destino.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Sector Privado/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:**
 - Gobernación
 - Unidad de turismo – Cooperativas menonitas
 - Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito Departamental.
- **Descripción:** Desarrollar una estrategia de promoción y comercialización para el destino del Departamento de Boquerón, basada en los circuitos turísticos desarrollados y el público objetivo.
- **Desarrollo:** Para esta acción deberían realizarse las siguientes sub-acciones:
 - a) Definir la Matriz Producto - Mercado: qué producto vender, a quién (segmento u ocotipo) y en qué mercado. Elaboración de argumentarios comerciales.
 - b) RR.PP. y comunicación promocional: Publicity (Gabinete de prensa y Relaciones Públicas), Press y Fam Trips, Bartering y Sponsoring, Hermanamientos.
 - c) Diseñar la publicidad: off y online, primando esta última.
 - d) Promoción y ventas directas: Sales Blitzes, organización de Workshops y Showcases, asistencia a las principales ferias, e-mail marketing, marketing de guerrilla (en concreto, acciones de buzz marketing, street marketing y marketing viral). Con acciones diferenciadas para mercado doméstico e internacional (a largo plazo) o para segmentos y nichos concretos.
 - e) Respecto de los fam y press trips, es práctica habitual ahora mezclar públicos (e intereses). Para mejorar su impacto y, por tanto, la visibilidad y conocimiento de la oferta, es preciso realizar fam y press trips de operadores especializados y prensa turística, por separado.
 - f) Selección y apertura de perfiles en redes sociales como instagram y facebook. El éxito del posicionamiento en Internet implica reforzar las informaciones prácticas, los contenidos audiovisuales y la interacción con usuarios a través de las redes sociales, así como la definición de storytelling para promoción digital. Estos contenidos deben ser sustentados en las narrativas de los productos propuestos en el presente documento.
 - g) Realización de un estudio de mercado de demanda actual y potencial en los principales mercados emisores con muestras no inferiores a 200 casos por país para poder realizar una segmentación más detallada.
 - h) Igualmente, se creará un CRM de clientes, instituciones y operadores especializados, para su explotación comercial.

CRONOGRAMA

Acción	Año	5			
		1T	2T	3T	4T
a) Matriz Productos - Mercado: qué producto vender , a quien (segmento u ociotipo) y en qué mercado. Elaboración de argumentarios comerciales.	Trimestre				
b) RR.PP. y comunicación promocional: Publicity (Gabinete de prensa y Relaciones Públicas), Press y Fam Trips, Bartering y Sponsoring, Hermanamientos.					
c) Publicidad: off y online, primando esta última.					
d) Promoción y ventas directas: Sales Blitzes, organización de Workshops y Showcases, asistencia a las principales ferias, e-mail marketing, marketing de guerrilla (en concreto, acciones de buzz marketing, street marketing y marketing viral).					
e) Realización de un estudio de mercado de demanda actual y potencial en los principales mercados emisores.					
f) Se creará un CRM de clientes, instituciones y operadores especializados, para su explotación comercial					

INDICADORES

- Ingresos por turismo; cifra bruta y variación/ periodo
- Progreso interanual de visitantes/ variación/ periodo.
- Eficiencia: costo total de las acciones comerciales dividido entre el número de visitantes año.
- Marketing Online: ranking de posicionamiento orgánico, número de visitas a las páginas web relacionadas, likes y seguidores en redes sociales.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

E6. Gestión sostenible

ACTUACIÓN	E6.1 1.1. Elaborar e implementar buenas prácticas ambientales aplicadas al Sector turístico	PRIORIDAD
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico de las buenas prácticas ambientales Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico de las buenas prácticas ambientales 	
PRESUPUESTO	USD 25,000.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48 -60	

JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico de Boquerón, hacia la mejora de los servicios mediante la implementación de BUENAS PRÁCTICAS ambientales, económico empresariales y socioculturales que se traduzcan en beneficios para los emprendimientos, el ambiente, la población y el territorio.

No sólo reducen costos de operación y mejoran la imagen del emprendimiento y del destino, sino que garantizan su sostenibilidad y motivan la llegada de grupos de turistas con mayor capacidad de gasto interesados en beneficiar al destino y conservar el ambiente.

COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SENATUR
- Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- Colaboradores:** Gobernación, cooperativas menonitas, Consejo Departamental de Turismo

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito departamental.
- Descripción:** Elaboración de todo un Programa de Buenas Prácticas Ambientales para aplicar en el Sector Turístico del Departamento de Boquerón.
- Desarrollo:** Diseño del Programa de Buenas Prácticas Ambientales para aplicar en el Sector Turístico del Departamento de Boquerón.
 - Establecer un convenio de colaboración entre MADES y SENATUR para definir las buenas prácticas ambientales que han de seguir los destinos turísticos.
 - Definir buenas prácticas ambientales aplicadas al sector turístico.
 - Elaborar un Manual de Buenas Prácticas para aplicar al Sector Turístico de Paraguay.
 - Desarrollar un Programa de Capacitación en Buenas Prácticas Ambientales para el sector turístico.
 - SENATUR junto con MADES ha de realizar el seguimiento a esta acción para monitorear su cumplimiento. El objetivo es que todas las empresas del departamento de Boquerón implementen sus buenas prácticas ambientales.

CRONOGRAMA

Acción	Año	Trimestre	5			
			1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de TdR.						
b) Contratación de un equipo externo.						
c) Definir buenas prácticas ambientales aplicadas al sector turístico.						
d) Elaborar un Manual de Buenas Prácticas para aplicar al Sector Turístico de Paraguay.						
e) Desarrollar un Programa de Capacitación en Buenas Prácticas Ambientales para el sector turístico.						

INDICADORES

- Número de empresas capacitadas con las buenas prácticas ambientales.
- Número de trabajadores del sector turístico capacitados con las buenas prácticas ambientales.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E6.1 2.1. Establecer criterios de sostenibilidad para el Destino	PRIORIDAD
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Conseguir que el Departamento de Boquerón se convierta en un destino turístico sostenible 	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

JUSTIFICACIÓN

El Consejo Global de Turismo Sostenible, es el órgano internacional encargado de definir los criterios de turismo sostenible para aplicar en los destinos turísticos. Autoridades del sector público en Turismo y gestores de destinos internacionales recurren a los Criterios GSTC para Destinos para guiarse en el desarrollo de políticas, generar conciencia, llevar a cabo capacitaciones, y usarlos como marco de referencia para estándares sostenibles nacionales o locales. El GSTC invita a autoridades y gestores de destino a comprometerse con la adhesión a los Criterios GSTC para Destinos. Los Criterios fueron desarrollados sobre la base de conceptos centrales de turismo sostenible desarrollado en el 2005 por la OMT y posteriormente complementados por un proceso participativo, donde periódicamente un grupo de expertos revisa y aporta cambios.

COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SENATUR
- Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- Colaboradores:** GSTC, Consejo Departamental de Turismo, Cooperativas menonitas

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito departamental.
- Descripción:** Gestionar destinos sosteniblemente requiere de un proceso de mejora continua. Los Criterios GSTC ofrecen el marco de referencia y pueden ser aplicados para simplificar el proceso de elaboración de las políticas de destino y gestión de prácticas más sostenibles.
- Desarrollo:** Los Criterios de Turismo Sostenible para Destino pueden ser descargados de forma gratuita a través de la web <https://www.gstcouncil.org/para-destinos/?lang=es>.
De esta manera, SENATUR junto con el Consejo Departamental de Turismo y las municipalidades, pueden definir qué criterios puede comenzar a implementar el destino, y de una forma gradual ir adaptándolos.
 - Descargar los Criterios de Turismo Sostenible
 - Leer y revisar los Criterios y definir cuáles pueden ser aplicados a corto, medio y largo plazo.
 - Designar dentro del Consejo Departamental de Turismo una comisión para la implementación.
 - Seguimiento de los avances.
- Seguimiento.** SENATUR junto con el Consejo Departamental de Turismo habrá de darle seguimiento a este proceso que tan necesario es si el departamento de Boquerón aspira a convertirse en un destino sostenible.

CRONOGRAMA

Acción	Año	5			
		1T	2T	3T	4T
a) Descargar los Criterios de Turismo Sostenible	Trimestre				
b) Leer y revisar los Criterios y definir cuales pueden ser aplicados a corto, medio y largo plazo.					
c) Designar dentro de la Mesa de Turismo una comisión para la implementación					
d) Seguimiento de los avances.					

INDICADORES

- Derivados de los criterios de sostenibilidad aplicados en el destino.
- Número de presentaciones realizadas.
- Número de actores adheridos al programa.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E6.1 2.2. Certificaciones en turismo	PRIORIDAD	
		BAJA	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar el Certificado en Turismo que mejor se adapte al destino. • Búsqueda de financiación para apoyar al Sector Privado • Implementación del Certificado • Certificación 		
PRESUPUESTO	N.A.		
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48 -60		

JUSTIFICACIÓN

La certificación es una forma de garantizar que una actividad o producto cumple con ciertos estándares. Dentro de la industria turística, diferentes organizaciones han desarrollado programas de certificación que miden distintos aspectos del turismo: (a) la calidad, de toda la industria turística, (b) la sostenibilidad, también de todos los sectores y (c) el ecoturismo, turismo sostenible que se desarrolla en ecosistemas naturales, protegidos o frágiles, que pueden incluir comunidades indígenas.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** Consejo Departamental de Turismo, cooperativas menonitas, MADES, SNC

DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Se trata de buscar a través de SENATUR, algún acuerdo de colaboración con otros países, entidades, agencias de cooperación para seleccionar un certificado en turismo y aplicarlo al sector turístico paraguayo.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo de esta acción se podría plantear un trabajo colaborativo entre la SENATUR, la gobernación y Consejo Departamental de Turismo:
 - a) Seleccionar el Certificado en Turismo que mejor se adapte al destino.
 - b) Búsqueda de financiación para apoyar al Sector Privado
 - c) Implementación del Certificado
 - d) Certificación
- **Seguimiento.** A través de la aplicación del proceso de certificación, contabilizando el número de empresas que han podido certificarse.

CRONOGRAMA

Año		5			
Acción	Trimestre	1T	2T	3T	4T
a) Seleccionar el Certificado en Turismo que mejor se adapte al destino.					
b) Búsqueda de financiación para apoyar al Sector Privado					
c) Implementación del Certificado					

INDICADORES

- Número de empresas turísticas certificadas.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación Internacional
- BID
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo)

ACTUACIÓN	E6.1 3.1. Formación en responsabilidad social y empresarial para el Destino	PRIORIDAD	
		BAJA	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico en responsabilidad social y empresarial. Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico en responsabilidad social y empresarial. 		
PRESUPUESTO	USD 15,000		
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60		

JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico del Departamento de Boquerón, hacia la mejora de los servicios mediante la formación en responsabilidad social y empresarial. La responsabilidad social y empresarial es una forma de dirigir las empresas basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambientales y sobre la sociedad en general. Es ser responsable con el territorio y las personas a las que afecta directa e indirectamente nuestra actividad.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/ Universidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** universidades, Consejo Departamental de Turismo, cooperativas menonitas

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Elaboración de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para capacitar al Sector Turístico del Departamento de Boquerón.
- **Desarrollo:** Sería necesario el diseño de Programa de Responsabilidad Social Empresarial para capacitar al Sector Turístico del Departamento de Boquerón.
 - Acuerdo de colaboración de SENATUR con alguna universidad paraguaya que pueda impartir esta materia.
 - Definir un Programa de Formación de Responsabilidad Social Empresarial
 - Elaborar un Manual de Responsabilidad Social Empresarial para el Sector Turístico de Paraguay.
 - Desarrollar un Programa de Capacitación en Responsabilidad Social Empresarial para el sector turístico.
 - SENATUR junto con la Universidad seleccionada habrá de revisar todo el proceso formativo, con la selección de empresas y el seguimiento al cumplimiento de los objetivos del curso.

CRONOGRAMA

Acción	Año	Trimestre	5			
			1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de TdR.						
b) Contratación de un equipo externo.						
c) Definir un Programa de Formación de Responsabilidad Social Empresarial						
d) Elaborar un Manual de Responsabilidad Social Empresarial para aplicar al sector turístico.						
e) Desarrollar un Programa de Capacitación en Responsabilidad Social Empresarial para el sector turístico.						

INDICADORES

- Número de empresas capacitadas en Responsabilidad Social Empresarial.
- Número de trabajadores del sector turístico capacitados en Responsabilidad Social Empresarial.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E6.1 1.1. Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible	PRIORIDAD
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico en responsabilidad social y empresarial. Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico en responsabilidad social y empresarial. 	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico del Departamento de Boquerón, hacia la mejora de los servicios mediante la formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR y MADES
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** MADES, Consejo Departamental de Turismo, Cooperativas menonitas

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Elaboración de un Programa de Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible para capacitar al Sector Turístico.
- **Desarrollo:** Diseño de un Programa de Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible para capacitar al Sector Turístico del Departamento de Boquerón.
 - Establecer un Acuerdo de Colaboración entre SENATUR y MADES para el diseño del Programa de Formación.
 - Colaboración con alguna Universidad para impartir el Programa.
 - Definir un Programa de Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible
 - Elaborar un Manual de Cambio Climático y Turismo sostenible para aplicar al Sector Turístico de Paraguay.
 - Desarrollar un Programa de Capacitación en Cambio Climático y Turismo sostenible
 - Seguimiento. Desde SENATUR junto a MADES, ha de realizar el seguimiento de este programa formativo, fundamental respecto a las nuevas tendencias turísticas.

CRONOGRAMA

Acción	Año	5			
		1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de TdR.	Trimestre				
b) Contratación de un equipo externo.					
d) Definir un Programa de Formación y sensibilización sobre el cambio climático y turismo sostenible,					
d) Elaborar un manual de cambio climático y turismo sostenible para aplicar al sector turístico.					
e) Desarrollar un programa de capacitación en cambio climático y turismo sostenible					

INDICADORES

- Número de empresas capacitadas en cambio climático y turismo sostenible.
- Número de trabajadores del sector turístico capacitados en cambio climático y turismo sostenible.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

6.3.3. Plan de Trabajo y Cronograma Integrado



El cronograma integrado permite adecuar el plan a las necesidades y capacidades del destino y a los recursos disponibles en cada momento, así como a eventuales ajustes en su implementación, que pudieran ser recomendables, en función de resultados, mediante el uso y vigilancia de los indicadores sugeridos. Las acciones, calendarizadas según valores estándar, pueden ser distribuidas de otra manera siempre que se respete el criterio que diferencia las que son secuenciales, respecto de las que se pueden abordar simultáneamente y la prioridad: el color rojo diferencia las acciones prioritarias frente a las que tienen prioridad media (en amarillo) y las de prioridad baja (en verde).

6.3.4. Monitoreo: sistema de indicadores y Cuadro de Mando Integral

El turismo no se puede planificar o ser administrado de forma aislada respecto de los ambientes, economías y comunidades que son parte del destino. Los indicadores se comparten con otros grupos de interés, institucionales o privados, que pueden ser parte –directa o tangencialmente- de una experiencia turística.

Un indicador tiene como objeto asistir el proceso de toma de decisiones en todos los niveles de la planificación y gestión del turismo, tanto por parte de empresas como de instituciones. Miden aspectos relativos a tendencias, desempeño o riesgos y permiten comparativos. Pueden ser de diferentes ámbitos (internacional, nacional, regional o a escala de destino).

Hay indicadores de alerta temprana, capaces de anticipar efectos negativos sobre el destino (por ejemplo, el nivel de satisfacción o recomendación del turista), de estrés en el sistema (por ejemplo, la escasez de agua, o de criminalidad), de status (por ejemplo, tasa de ocupación), de impacto del desarrollo turístico en los ambientes biofísicos y socio-económicos (por ejemplo, los índices del nivel de deforestación, los cambios de los patrones de consumo y niveles de ingresos en las comunidades locales), de gestión (por ejemplo, el costo de la limpieza de la contaminación costera) o de rendimiento (por ejemplo, incremento de turistas, estancia o ingresos).

Para garantizar su eficacia, en el diseño y uso, un indicador debe ser:

- Disponible: los datos básicos para la construcción del indicador deben ser de fácil obtención sin restricciones de ningún tipo. Un indicador puede ser aplicado en la práctica sólo si hay un mecanismo viable para medirla, teniendo en cuenta que la recogida y tratamiento de datos debe ser técnica y económicamente viable.
- Simple: el indicador debe ser de fácil elaboración.
- Válido: la validez de los indicadores significa que éstos deben tener la capacidad de medir realmente el fenómeno que se quiere medir y no otros.
- Específico: si un indicador no mide realmente lo que se desea medir, su valor es limitado, pues no permite la verdadera evaluación de la situación al reflejar características que pertenecen a otro fenómeno paralelo.
- Confiable: los datos utilizados para la construcción del indicador deben ser fidedignos (fuentes de información satisfactorias).
- Sensible: a los cambios.
- Sintético: respecto de los distintos factores. En lo posible el indicador debe ser globalizador.
- Inalterable: no en el resultado, sino en el atributo referencial: por ejemplo, en relación a la energía no es indicador el importe, sino en el consumo.

También hay que señalar que el mismo indicador frecuentemente pueden servir diferentes propósitos y su uso puede variar con el tiempo. Por ejemplo, un indicador de las tensiones en el sistema servirá más tarde para medir los efectos y resultados de los esfuerzos de gestión adoptados en respuesta a los problemas identificados, llegando a ser, en efecto, una medida de desempeño para la respuesta.

Los diferentes medios que se utilizan para representar los indicadores incluyen los siguientes:

- Las mediciones cuantitativas: donde los números se puede conseguir en el tiempo.
- Datos sin procesar, por ejemplo, el número de turistas que visitan un sitio / año / mes, o el volumen de residuos generados / mes / semana expresada en toneladas.
- Ratios, donde se relaciona un conjunto de datos a otro que muestra una relación (ratio por ejemplo, del número de turistas a residentes locales en temporada alta - que muestra si los turistas superan en número a los locales, y en caso afirmativo en qué medida.
- Porcentajes, donde los datos se relaciona con la totalidad, un punto de referencia o una medición anterior (por ejemplo, % de las aguas residuales que reciben tratamiento, % de la población local con grados educativos de diferentes niveles, % de cambio en la llegada de turistas y el gasto con respecto al año pasado).

Cualitativos:

- Índices o categorías, que describen un estado o nivel de logro en una lista clasificada (por ejemplo, el nivel de protección de los espacios naturales de acuerdo con el Índice de la UICN, los grados en la escala de los sistemas de certificación ambiental).
- Indicadores de cumplimiento, asociados a normativas, en relación con la existencia de ciertos elementos de la gestión del turismo y la operación.
- Los indicadores nominales como, por ejemplo, las certificaciones.
- Dictámenes subjetivos basados en indicadores (por ejemplo, el nivel de satisfacción de los turistas o el nivel de satisfacción de los residentes locales en relación con el turismo o elementos específicos). Estos normalmente se obtienen por encuestación y se pueden expresar como números, porcentajes o indicadores nominales.

Existe un número limitado de indicadores que un destino puede manejar, -alrededor de 40- en función de los recursos disponibles, por lo que es necesario realizar una selección.

La selección, uso y priorización de estos debiera ser parte de un proceso de planificación de la actividad turística.

A continuación, se detallan los indicadores seleccionados como básicos para la gestión del destino:

Cuadro de Mando Integral

Indicador	Representatividad	Unidad de medida	Modo de obtención / Fuente	Frecuencia de medición
Actividad empresarial	Impacto del turismo en la dinámica económica del destino.	<ul style="list-style-type: none"> – Número de empresas turísticas de capital local. Valor absoluto. – Cambios de actividad, en sectores tradicionales (como la artesanía). 	Registur.	Anual
PIB	Beneficio económico generado en el destino por el turismo.	Participación % del PIB Turístico / PIB local.	Destino. Estadística local.	Anual
Impuestos	Valor devengado de impuestos al turismo.	Valor absoluto, anual.		Anual
Gasto turístico	Ingresos por turismo/ período.	Valor medio por persona.	Encuesta auto administrada a demanda actual.	Trimestral
Visitantes	Fluctuaciones de demanda.	Número de visitantes por período. Valor absoluto.	Registros de la Estadística Turismo, por temporadas.	Mensual
Tasa de empleo	Empleo generado y su participación de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> – % de población ocupada en el sector turismo – % de población ocupada en el sector turismo/ total población ocupada (local y nacional) – % del empleo femenino sobre o minorías (ej. indígenas) sobre el total. 	DGEEC	Anual
Calidad empleo	Empleo especializado	Porcentaje de egresados en turismo o profesionales cualificados sobre el total del empleo.	DGEEC	Anual

Secundarias

- Aeropuertos del Mundo. (s.f.). Aeropuertos de América del Sur. Recuperado de <https://www.aeropuertodelmundo.com.ar/americaelsur/>
- CADEP (2017). *5 días: Inversiones y financiamiento de obras viales*. Julio Ramírez. Recuperado de <https://www.5dias.com.py/2018/02/paraguay-necesita-144-de-su-pib-para-asfaltar-todas-las-rutas/>
- CEPAL – Observatorio para América Latina. (1992). *Observatorio del principio 10: Constitución Nacional de la República del Paraguay*. Recuperado de <https://observatoriop10.cepal.org/es/instrumentos/constitucion-nacional-la-republica-paraguay>. Fecha de consulta: 09-01-2019.
- Comité Intergubernamental Hidrovía Paraguay - Paraná. (2018-2019). *Hidrovía Paraguay – Paraná*. Recuperado de <http://www.hidrovia.org>
- Comunidad Andina. (s.f.). Sistema de información estadística – transporte aéreo. Recuperado de <http://extranet.comunidadandina.org/transporteAereo/>
- DGEEC. (2016). *Proyección de la Población Nacional, Áreas Urbana y Rural por sexo y edad 2000-2025. Revisión a 2015*. Recuperado de <http://www.dgeec.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/proyeccion%20nacional/Estimacion%20y%20proyeccion%20Nacional.pdf>
- Diccionario Enciclopédico Espasa. (1999). *Tomo 9*. España: Espasa Calpe S.A.
- Dirección General de Aeronáutica Civil. Gobierno de Paraguay. (2018-2019). *DINAC: Objetivo de la DINAC, Misión, Visión, Lineamientos estratégicos*. Recuperado de http://www.dinac.gov.py/v2/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=744&Itemid=398
- Dirección Nacional de Aeronáutica Civil. (s.f.). anuarios estadísticos y resúmenes anuarios. Recuperado de http://www.dinac.gov.py/v2/index.php?option=com_k2&view=item&id=468:resumenes-de-anuarios-estadisticos&Itemid=122
- Dirección Nacional de Aviación Civil e Infraestructura Aeronáutica - Uruguay. (s.f.). Estadísticas: estadísticas año 2017. Recuperado de <http://www.dinacia.gub.uy/ciudadania/estadisticas.html>
- Duarte, N. y Medina, E. (22 de septiembre de 2013). *Una marcada influencia de Brasil se observa en los distritos paranaenses*. Diario Última Hora.
- El Día. (2015). El turismo, estancado por falta de promoción. Recuperado de https://www.eldia.com.bo/index.php?cat=357&pla=3&id_articulo=175844
- Embratur. (2016). Turismo deverá receber mais recursos para 2017. Recuperado de http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/noticias/arquivos/Turismo_devera_receber_mais_recursos_para_2017.html
- Empresa Argentina de Navegación Aérea. (2017). Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini. Recuperado de <https://www.eana.com.ar/sites/default/files/media/estadisticas/tableros/2018/SAEZ.pdf>
- Fayos-Solá, E. (abril 2004). Política Turística en la era de la globalización. *Colección Mediterráneo Económico*. "Las nuevas formas del turismo", (5) 215-231. Recuperado de <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/5/5-61.pdf>
- Infraero. (2010). Anuário Estatístico Operacional. Recuperado de <http://www.infraero.gov.br/images/stories/Estatistica/anuario/final.pdf>
- Innovative Tourism Advisors. (2015). Plan de Marketing Turístico de Paraguay.
- Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales y Sociales del Paraguay y la Universidad Nacional de Pilar (UNP). (2018). *Atlas de la Violencia e Inseguridad en Paraguay*. Asunción, Paraguay: UNP.
- Masi, F., Borda, D., Arce, L., Birch, M., Herken, J. C., Ovando, F.,... Zárate, W. (2011). *Estado y economía en Paraguay. 1870-2010*. Asunción: CADEP. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Paraguay/cadep/20160713052419/7.pdf>
- Ministerio de Hacienda - Argentina. (2015). Presupuesto Ministerio de Turismo 2015. Recuperado de <https://www.minhacienda.gob.ar/onp/documentos/presutexto/proy2015/jurent/pdf/P15J53.pdf>
- OCDE (2018). *Estudios de la OCDE sobre Gobernanza Pública: Paraguay. Hacia un desarrollo nacional mediante una gobernanza pública integrada*. Recuperado de https://read.oecd-ilibrary.org/governance/estudios-de-la-ocde-sobre-gobernanza-publica-paraguay/analisis-y-recomendaciones_9789264304017-3-es#page1
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2014). *Legislación de Turismo en Las Américas*. OMT, Madrid.

- Organización Mundial de Turismo. (2017). Barómetro de turismo Diciembre.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Argentina.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Bolivia.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Brasil.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Uruguay.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Paraguay.
- Paraguay Travel. (2019). *Sirio web*. Recuperado de http://www.paraguay-travel.de/info_paraguay.html
- Parques Nacionales De Paraguay. (2013). *Pastizales de Mesopotamia*. Recuperado de <http://parquesnacionalesdelparaguay.blogspot.com/2013/06/pastizales-de-mesopotamia.html>
- Piera, A. (6 de junio de 2018). Paraguay lanza ambicioso programa de incentivos para mejorar la conectividad aérea. *GHP: Guanes, Heisecke y Piera*. Recuperado de <https://www.ghp.com.py/blog/paraguay-lanza-ambicioso-programa-de-incentivos-para-mejorar-la-conectividad-aerea>
- Presidencia de la República del Paraguay. Ministerio De Hacienda. (2013). *Atlas de políticas públicas del Paraguay: tendencia y retos de la intervención*. Paraguay.
- Presidencia de la República del Paraguay. Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social. (2011). *Plan Marco Nacional de Desarrollo y ordenamiento Territorial del Paraguay (PMDyOT)*. Recuperado de http://biblioteca.clacso.edu.ar/Paraguay/id/20170405041907/pdf_687.pdf
- República de Paraguay. (1981). Ley 904/1981 “Estatuto de las Comunidades Indígenas” y sus leyes modificatorias.
- República de Paraguay. (1994). Ley 426/1994 “Carta Orgánica del Gobierno Departamental”.
- República de Paraguay. (2005). Ley 2828/05 del turismo.
- Ruta Jesuítica. (2019). *Sitio web*. Recuperado de <http://rutajesuitica.com.py/v1/>
- Secretaría de Políticas Lingüísticas. Gobierno Nacional. (28 de junio 2016). *La academia de la lengua guaraní y la secretaria de políticas lingüísticas promoverán uso del guaraní*. Recuperado de <http://www.spl.gov.py/es/index.php/noticias/la-academia-de-la-lengua-guarani-y-la-secretaria-de-politicas-linguisticas-promoveran-uso-del-guarani>
- Secretaría del Ambiente (SEAM). (2016). *Estrategia Nacional y Plan de Acción para la conservación de la Biodiversidad del Paraguay 2015-2020*. Programa de las Naciones unidas para el desarrollo (PNUD) y Fondo para el medio ambiente mundial (FMAM). Asunción.
- SENATUR (2012). *Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del sector turístico en Paraguay. Actualización al 2012*. Recuperado de https://www.SENATUR.gov.py/application/files/9314/7920/7840/Plan_Maestro_de_Turismo_-_Paraguay_2012-min.pdf
- SENATUR (2013). *Plan Nacional de Turismo Rural Comunitario Paraguay. Okara Aty M’Bae*. Paraguay.
- SENATUR. (2019). *Paraguay tenés que sentirlo*. Recuperado de <https://visitparaguay.travel/v1/circuito/1-ruta-jesuistica>
- Tedeschi, L. y Baller, L. (2018). Fronteras fragmentadas y múltiples identidades: una investigación de fronterizos transnacionales entre Brasil y Paraguay. *Estudios Políticos* Núm. 44 (mayo-septiembre, 2018), pp. 129-149. México, D.F. Universidad Autónoma de México.
- UNESCO World Heritage Center. (2019). *Patrimonio cultural*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/cultural-heritage/>
- World Economic Forum. (2017). The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017.

Primarias

EXPERTOS ENTREVISTADOS

- Augusto Scavone, Parque Aventura Monday.
- Carlos Pavón, VIPsTour.
- Cesar Pardo, Hotel Casino Acaray.
- Darío Diaz, Mavani Tour.
- David Prono, DTP Travel Group Tour.
- Emilio Achinelli, CT- Turismo
- Eva Figueredo, Codeleste.
- Linda Taiyen, Codeleste.
- Marta Weissmann, Howard Johnson.
- Mirian Medina, Codeleste.
- Normiña Isnardi, Asatur Regional.
- Víctor Chamorro, Asociación Industrial Hotelera del Paraguay.

AGENCIAS Y OPERADORES

Agencias de viajes en Asunción

- Gisella Ferreira, DTP Travel Group
- Osvaldo Morinigo, Giromundo Corporacion Turistica
- Richard Vecca, Intertours Mayorista de Turismo
- Rufer Rodríguez, Yguazú Travel Service SRL

Agencias de viajes internacionales

- David Roa Martín, Chaska Tours, Colombia
- Diego Barrera, Vitramar, Alemania
- Adriana Rodríguez, Metropolitan Touring Colombia, Ecuador Colombia.
- Alcira Condori, Peruvian Sacred, Perú.
- Jonas Glomski, Joven Tour, Alemania.
- Julia Dopken, Libraham Travel, Alemania
- Nicole García, Queen Travel, Bolivia.

ACTORES LOCALES

Gobernación

- Esteban Casuriaga, Gobernación Boquerón
- Mario Regier, Junta Departamental

Municipalidades

- Blas Enrique Duarte, Municipalidad de Mcal. Estigarribia
- Franz Artur Kliewer, Comisión Barrio Centro
- Gloria Miranda, Filadelfia.
- Iván Vera, Municipalidad de Filadelfia
- Jorgelina Rolón, Directora Turismo y Artesanías Filadelfia.
- José Argüello, Municipalidad de Filadelfia
- José Argüello, Municipalidad Filadelfia.
- Marcial Ramirez, Junta Municipal de Loma Plata.
- Marcial Ramírez, Junta Municipal Loma Plata.

- Marisol Molina, Municipalidad de Mcal. Estigarribia
- Oscar Sugastti, Municipalidad Loma Plata.
- Ronald Klassen, Concejal Filadelfia.

Cooperativas

- Anna de Horsch, Cooperativa Fernheim
- Ágade Harder, Cooperativa Fernheim
- Patrick Friesen, Cooperativa Choritzer

Prestadores locales

- Cesar Amaya, Hotel Florida.
- Dionisio Giménez, "De Villas San Miguel".
- Hans Jurgen Braun, Hotel Boquerón.
- Harold Sawatzky, Hotel Mora
- Heinz Weibe, Travels Finders, Neuland.
- Marcos R., Restaurante el Norteño.
- Maria Fernanda Martínez, Hotel Olimar, Loma Plata.
- Marylin Wohlgemut, Hotel Campestre Iparoma
- Nicky Stoeckl, Coordinador Mesa Turismo Departamental, Restaurante Yakare Hu.
- Norbert Epp, Gran Chaco Turismo.
- Orlando Hilde, Hotel Golondrina
- Roswitha Sawatzky, Papillon Hospedaje Loma Plata.

Comunidades indígenas

- Crescencio Cáceres, CDPI. (Consejo de Pueblos Indígenas)
- Francisco Mora, Representante Comunidades Indígenas.

SENATUR

- Lic. Carmen Silva
- Lic. Nora Guanes
- Arq. Stella Barrail
- Lic. Naiman Miserlian
- Econ. Romoaldo Duarte Troche
- Ing. Delia Martinez
- Lic. Yeni Ibarra
- C.P. Maria Armoa

OTROS

- Brigido Loewen, Radio Nueva Jerusalem 88.1
- Dionisio Giménez, Villa San Miguel.
- Edgar Gómez, Barrio Residencial Sur Loma Plata.
- Edith Graciela González de Fernández, Colegio Nacional "Heroes del Chaco.
- Joana Minck_ Operadora natural
- Patrick Friesen- Gerente de Comunicación – Asociación Civil Choritzer

Anexo: operadores que comercializan Paraguay

ESPAÑA

Nombre	Catai Tours
Página web	https://www.catai.es/destinos/viajes/paraguay.html
Descripción de la agencia	Catai Tours, mayorista fundada en 1981, está especializada en viajes de larga distancia (Asia, Oceanía, África y América), viajes por Europa y viajes de novios. Cerca de 4.500 agencias de viajes comercializan sus programas en toda España y más de 150 corresponsales atienden al viajero en 120 países del mundo.
Ofertas hacia Paraguay	Atractivos nombrados en la descripción: casco histórico colonial de Asunción, misiones jesuíticas (ruta jesuítica), Represa Hidroeléctrica de Itaipú, Saltos del Monday.

DESCUBRE PARAGUAY



- 1 Descubre el rico patrimonio cultural y la belleza natural de Paraguay.
- 2 Pasea por el casco histórico colonial de Asunción, la capital del país.
- 3 Descubre las misiones jesuíticas declaradas Patrimonio de la Humanidad
- 4 Visita la Represa Hidroeléctrica de Itaipú, la segunda mayor del mundo.
- 5 Disfruta la belleza natural de los Saltos del Monday en la provincia Alto Paraná.



LA RUTA JESUÍTICA DEL PARAGUAY
La Ruta Jesuítica del Paraguay comprende un recorrido por varias localidades en los departamentos de Misiones e Itapúa. Es el destino ideal para aquellos que...

ARGENTINA

Nombre	Despegar-OTA
Página web	https://www.despegar.com.ar/actividades
Descripción de la agencia	Agencia de viajes en línea con sede en Argentina.
Ofertas hacia Paraguay	Destinos: Asunción, Encarnación, Ciudad del Este , San Bernardino, Melgarejo.

Actividades recomendadas



ESTADOS UNIDOS

Nombre	Lost world
Página web	https://lostworld.com/destinations/paraguay/
Descripción de la agencia	Agencia de viajes hacia el Sur y Centro América y la Antártida. Busca acomodar a los viajeros de manera social y ambientalmente consciente.
Ofertas hacia Paraguay	Asunción, ruinas jesuíticas, Ciudad del Este (Museo Histórico Mensú, el puente de la Amistad, Salto del Monday, destino de compras) , Filadelfia

MAGICAL DESTINATIONS IN PARAGUAY



URUGUAY

Nombre	Campomar
Página web	http://www.campomar.com.uy/
Descripción de la agencia	Agencia de Viajes con más de 15 años de trayectoria en el mercado. El perfil de la Agencia está dirigido a la gestión y venta personalizada de Servicios de Turismo y Viajes Corporativos; y la organización integral de delegaciones, tanto oficiales como privadas, a diferentes congresos y misiones.
Ofertas hacia Paraguay	Al realizar la búsqueda y seleccionar por país Paraguay no aparece, pero hay un paquete que aparece para Brasil que incluye el circuito Uruguay-Brasil-Paraguay, sin embargo, en Paraguay no se hospedan. Cataratas 07 días- desde USD\$ 435 Incluye: Cataratas Brasileñas Argentinas, Ruinas Jesuíticas, Ciudad Del Este, Represa de Itaipú.



✓ Incluye

- BUS SEMI CAMA
- SERVICIO A BORDO COMPLETO
- 04 NOCHES DE ALDAMIENTO
- COORDINADOR ACOMPAÑANTE
- SEGURO MÉDICO
- VISITAS
- CATARATAS BRASILEÑAS ARGENTINAS
- RUINAS JESUITAS
- CIUDAD DEL ESTE
- REPRESA DE ITAUPÚ



BOLIVIA

Nombre	QueenTravel & Representations
Página web	http://www.boliviatravel-queen.com/turismo-internacional.php
Descripción de la agencia	<p>Agencia de viajes en La Paz. es una empresa de viajes constituida legalmente como una DMC (Destination Management Company) en el año 2002, con el objeto de organizar y brindar servicios turísticos a las personas que deseen visitar Bolivia donde lo “auténtico aún existe”, descubriendo y viviendo experiencias únicas.</p> <p>Son socios activos de la Cámara Nacional de Operadores de Turismo Receptivo CANOTUR de la Cámara de Comercio y de la Cámara BolivianoPeruana.</p> <p>También organizan, coordinan y proporcionan servicios turísticos en países limítrofes.</p>
Ofertas hacia Paraguay	Asunción, Ciudad del Este (terminal de buses).

ASUNCIÓN Y FOZ DE IGUAZÚ

El paquete incluye:

- Boleto aéreo La Paz – Asunción – La Paz
- Traslado aeropuerto – Hotel – aeropuerto en Asunción
- 02 noches de hospedaje en Asunción con desayunos
- Traslado Hotel – Terminal de buses – Hotel Asunción
- Ticket de bus regular Asunción – Ciudad del Este - Asunción
- Traslados terminal de buses Ciudad del Este / hotel en Foz
- Traslado hotel en Foz – Terminal en Ciudad del Este
- 03 noches de alojamiento en Foz con desayuno en hotel seleccionado
- 01 cena de bienvenida en el hotel
- Visita a Cataratas brasileras y Argentinas *sin entradas
- Cortesías: Parque de Aves sin entradas + Duty Free lado Argentino + Hito de las Tres Fronteras + Museo de Cera con entradas
- Traslados represa de Itaipu (ida y vuelta)



Precio del paquete desde \$us960 por persona en base a habitación doble

Requisitos de viaje: CI vigente y vacuna contra la fiebre amarilla

Pago de entradas en destino: \$us 81

BRASIL

Nombre	CVC viagens
Página web	https://www.cvc.com.br/destinos/
Descripción de la agencia	Se considera como una de las mayores operadoras de turismo de América Latina. La CVC fue la primera compañía en fletar aviones, a invertir en un nuevo canal de distribución con red multimarca de productos turísticos, a desarrollar el concepto de atención en shoppings e hipermercados, además de ofrecer el parcelamiento de viajes en 10 veces sin intereses y valores que caben en el bolsillo del consumidor.
Ofertas hacia Paraguay	En “qué hacer” en Paraguay se menciona Itapúa y Misiones, esta última por las ruinas jesuíticas. También el Panteón de los Héroes en Asunción. Aparecen las opciones de “diversión” y otra de “compras”, sin embargo, estas no despiden mayor información.



ALEMANIA

Nombre Tourismus Chiegg

Página web <https://www.lateinamerika.de/Reisen/paraguay.php#oben>

Descripción de la agencia Agencia de viajes hacia Latinoamérica con oferta de vuelos, alquiler de coches, autocaravanas, hoteles y cruceros.

Ofertas hacia Paraguay Nombran a Paraguay como “El Jardín del mundo” y “el corazón de Sudamérica”. Entre los productos ofertados están:

- “Una vez cruzando Paraguay”: 5 días/4 noches. Lugares: Asunción, Santuario de Caacupe, Independencia, **Ciudad del Este, Central hidroeléctrica de Itaipú**, Foz do Iguazu.
- “Experimenta Paraguay intensivamente”: 8 días/7 noches. Lugares: Asunción, Chaco (ecosistema único), Filadelfia (antiguas colonias alemanas), Concepción, Independencia, ruinas jesuitas de Trinidad, Bella Vista, **Ciudad del Este, estación hidroeléctrica de Itaipú**, Foz de Iguazú.
- “Ida y vuelta en el corazón de Sudamérica”: 12 días /11 noches. Lugares: Asunción, Chaco (legendarios gauchos), Filadelfia (colonias menonitas nacidas en Alemania), Concepción, Bonito, Pedro Juan Caballero, Independencia, Bella Vista, ruinas jesuitas Trinidad, **Ciudad del Este, Itaipú hidroelectricidad**, Foz do Iguazu. “El mejor tiempo de viaje es en la primavera paraguaya (octubre - diciembre) y otoño (abril - junio).”
- “Viaje agrícola”: 7 días/6 noches. Lugares: Asunción, Independencia, Villarrica, Bella Vista, Trinidad, Foz do Iguazu, **planta hidroeléctrica de Itaipú**. “Durante las visitas, siempre tiene contacto directo con los empleados de la empresa, de modo que puede hacer preguntas en cualquier momento e intercambiar experiencias.”
- “Naturaleza de Paraguay”: 9 días/8 noches. Lugares: Asunción y sus alrededores, 2 parques nacionales, selva tropical y observación de vida silvestre, ruinas jesuitas, **Itaipú**, Cataratas del Iguazú.
- **Maravillas naturales y sitios culturales** del mundo: 21 días. Lugares: Brasil, **Paraguay**, Bolivia, Perú. Foz de Iguazú, Asunción, Santa Cruz, Sucre, Potosí, Salar de Uyuni, Desierto de Siloli, La Paz, Lago Titicaca, Isla del Sol, Copacabana, Puno, Cuzco, Machu Picchu.

Rundreise im Herzen Südamerikas
12 Tage/11 Nächte

Höhepunkte und Charakter der Reise: Asunción, Chaco, Filadelfia, Concepción, Bonito, Pedro Juan Caballero, Independencia, Bella Vista, Jesuítische Ruinenstadt Trinidad, Ciudad del Este, Wasserkraftwerk Itaipú, Foz do Iguazu

Rundreise: ab 3193 EUR

Bei dieser Reise lernen Sie eine unvergleichliche Mixtur aus pulsierendem Stadtleben, ländlicher Ruhe und Gelassenheit kennen. Folgen Sie den Spuren der deutschstämmigen mennonitischen Kolonien wie auch den legendären Gauchos im Chaco. Überzeugen Sie sich im Süden von der Qualität der paraguayischen Weine und stärken Sie sich für das imposante Wasserkraftwerk Itaipu. Zum Abschluss Ihrer Reise besuchen Sie die größten Wasserfälle der Welt, die Cataratas del Iguazu, welche in eine herrliche Natur eingebettet sind. Was Sie hier erleben werden, ist Südamerika pur!

Die beste Reisezeit liegt im paraguayischen Frühjahr (Oktober – Dezember) und Herbst (April – Juni).

[in Wunschreise-Liste vormerken](#) | [Wunschreise-Liste anzeigen](#)

Itaipu – das zweitgrößte Wasserkraftwerk der Erde

CHILE

Nombre	Meridian
Página web	http://www.meridian.cl/index.php/sudamerica-c-4/paraguay
Descripción de la agencia	Agencia con 26 años de experiencia, se ubica entre las 20 empresas de mayor venta en el mercado chileno. Está acreditada por I.A.T.A. (International Air Transport Association), es socia de la ACHET (Asociación Chilena de Empresas de Turismo), está Certificada por Sernatur con el Sello Turístico de Calidad.
Ofertas hacia Paraguay	<p>Paquetes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Cataratas del Iguazú” 4 días/3 noches desde USD\$ 150. Incluye la Represa de Itaipú regular o Parque de las Aves. - “Asunción y cataratas” 6 días/5 noches desde USD \$405. Incluye Asunción y llegada a Ciudad del Este para pasar a Foz de Iguazú.

The screenshot shows the Meridian website interface. At the top, there is a navigation menu with links: INICIO, QUIENES SOMOS, NUESTRA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS, CATALOGO DE VIAJES, and CONTACTOS. The Meridian logo and 'AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO' are also visible. Below the navigation, there is a 'Destinos' section with a list of regions: Nacional, Internacional, Sudamérica, Centroamérica, México y Caribe, Norteamérica, Europa, Medio Oriente, Asia, África, and Cupos Confirmados. A 'Sello de Calidad Turística' logo is present. The main content area displays two travel packages for Paraguay: 'CATARATAS DE IGUAZÚ' (04 Días / 03 Noches) starting at US\$150, and 'ASUNCIÓN Y CATARATAS' (06 Días / 05 Noches) starting at US\$405. Both packages include 'ver detalle' and 'cotizar' buttons. On the right side, there are banners for 'Datos Útiles', 'webpay.cl', and 'Código prevención explotación de menores'.

PARAGUAY

La información analizada de las agencias de Paraguay se hizo de la base de datos de Registur, de aquellas cuyo estado es “en funcionamiento”, tienen página web o página en Facebook y están en la subcategoría de turismo emisivo y receptivo.

A continuación, se muestra un resumen de la información encontrada:

Nombre	Lleva touroperador
Página web	https://www.facebook.com/pg/llevamaxtour
Descripción de la agencia	Agencia de viajes de Ciudad del Este que ofrece productos turísticos de Paraguay al mundo.
Ofertas de Paraguay	<p>Paseo increíble con el Kattamaram II donde tendrás la posibilidad de contemplar el encuentro entre los Ríos Iguazú y Paraná, visita al museo Bertoni, y además ver la puesta del sol de un ángulo diferente.</p> <p>Vení a descubrir un Paraguay diferente, circuito vivencial de los colonos japoneses, visita a la fábrica de queso suizo, paseo por el templo Budista y mucho más!</p> <p>Jardín Bertoni</p> <p>Ciudad del Este Multicultural</p> <p>City Tour en Ciudad del Este</p> <p>Saltos del Monday</p>

EMBARQUES EN PUERTO MEIRA - FOZ

 <p>MONUMENTO Moisés Bertoni</p> <p>VISITA AL MUSEO BERTONI Hora de embarque: 07:30 horas Se servirá desayuno colonial</p> <p>Luego del paseo se tomará una embarcación rápida hasta el museo Bertoni, donde será realizado una caminata guiada.</p> <p>Retorno al puerto: 11:00 horas</p> <p>KATTAMARAM - MUSEO GS. 410.000</p>	 <p>ENCUENTRO DE LAS AGUAS ENTRE RIO PARANÁ & RIO YGUAZÚ</p> <p>Hora de embarque: 11:30 horas Se servirá desayuno colonial</p> <p>Luego del paseo se tomará una embarcación rápida hasta el museo Bertoni, donde será realizado una caminata guiada.</p> <p>Retorno al puerto: 13:30 horas</p> <p>ENCUENTRO DE LAS AGUAS GS. 410.000</p>	 <p>PASEO POR LAS 3 FRONTERAS Duración del paseo: 1 hora</p> <p>Hora de embarque: 14:30 horas Se servirá frutas en la merienda.</p> <p>Navegaremos desde el puente de la fraternidad hasta al marco de las 3 fronteras.</p> <p>PASEO 3 FRONTERAS GS. 315.000</p>	 <p>PUESTA DEL SOL</p> <p>Hora de embarque: 17:30 horas</p> <p>Duración del paseo 2 horas, parte desde el Puente de la Fraternidad hasta el Marco de las 3 Fronteras. Con música en vivo y Cena incluida a bordo.</p> <p>CENA - PUESTA DEL SOL GS. 410.000</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nombre	Maitei
Página web	https://www.facebook.com/maiteiturismo/
Descripción de la agencia	Agencia de viajes de Ciudad del Este que ofrece productos turísticos de Paraguay y desde Paraguay a otros países.
Ofertas de Paraguay	Itaipuland: pasadía que incluye entrada al parque acuático termal y visita a la virgen Nuestra Señora Aparecida.

Itaipuland

Traslado cada Domingo
Mínimo 06 pasajeros

Incluye

- Traslado ida y vuelta
- Entrada incluida al mayor Parque Acuático Termal: Itaipuland
- Visita a la Virgen Nuestra Señora Aparecida

Gs. 250.000
Por pasajero

Maitei
TURISMO

+595 61 578 369 +595 981 646 291 maiteiturismo@gmail.com

@maiteiturismo

Anexo: normatividad regional


- ❑ Ley No 426/1994 “Carta Orgánica del Gobierno Departamental”.
- ❑ Ley No 919/1996 “Que modifica y amplía varios artículos de la Ley 904/1981”.
- ❑ Ley No 1.863/2002 “Que establece el Estatuto Agrario”. Ley No 946/1982 “De protección de bienes culturales”.
- ❑ Ley No 1.372/1988 “Que establece un régimen para la regulación de los asentamientos de comunidades indígenas”.
- ❑ Ley No 43/1989 “Que modifica algunos artículos de la Ley 1.372”.
- ❑ Ley No 40/1990 “Que crea la Comisión Nacional de Defensa de los Recursos Naturales”.
- ❑ Ley No 96/1992 “De la vida silvestre”.
- ❑ Ley No 7/1992 “Que crea la Comisión Nacional de Regulación y Aprovechamiento Múltiple de la Cuenca del Rio Pilcomayo”.
- ❑ Ley No 294/1993 “Evaluación del impacto ambiental”.
- ❑ Ley No 716/ 1996 “Que sanciona delitos contra el medio ambiente”.
- ❑ Ley No 856/1996 “Que crea la Comisión Nacional para el Decenio Internacional de las Poblaciones Indígenas”.
- ❑ Ley No 1.160/1997 “Código Penal”.
- ❑ Ley No 1.264/1998 “General de Educación. Ley 1.286/1998. Código Procesal Penal”.
- ❑ Ley No 1.328/1998 “De derecho de autor y derechos conexos”. Ley No 1.681/2001 “Código de la Niñez y la Adolescencia”. En relación con el ESCNNA.
- ❑ Decreto 8.545/2006 “Por la cual se crea el Registro de Liderazgo y Personería Jurídica, de Inmuebles, Organizaciones Indígenas e Indigenistas”. Dependiente del Instituto Paraguayo del Indígena (ND)
- ❑ Resolución No 2.338/2010 “Por la cual se establece la obligación de la intervención del Instituto Paraguayo del Indígena para todos los procesos de consultas en las comunidades indígenas”.
- ❑ Resolución No 185/1998 2 “Que crea la Dirección de Indigenismo del Ministerio Público”.
- ❑ Ley 4251 de Lenguas


Anexo: fichas de inventario de atractivos y servicios


Loma Plata

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Campo María					CÓDIGO	BOQ4		
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Loma Plata								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural								
1.4. Coordenadas georreferenciación	22°34'31.1"S 59°20'38.7"W								
1.5. Dirección/ubicación	55 KM de Tte. Irala Fernández					1.6. Distancia en Km	55 km desde Teniente Irala		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público								
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?				
	Terrestre		Terrestre 4X4	X					
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje	X	Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Laguna salada de la región del Chaco, aparece en la película "Sobrevolando" en las lagunas saladas. Forma parte de los humedales que nacen del río Yacaré Sur. El ecosistema es de los más ricos del Chaco Central. Como parte de la infraestructura del lugar, hay un mirador de madera desde el cual se pueden observar aves.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					2				
3.2. Reconocimiento					3				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicio ofrecido					1				
3.6. Señalización					1				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					1				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
Total					19				
					Fuente		Foursquare		
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Fecha									

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre		Chaco Lodge					CÓDIGO		BOQ6	
1.2. Departamento		Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio		Loma Plata								
1.3.1. Área urbana / área rural		Área rural								
1.4. Coordenadas georreferenciación		22°33'00.1"S 59°18'07.2"W								
1.5. Dirección/ubicación		60 KM de Tte. Irala Fernández					1.6. Distancia en Km		60 KM de Tte. Irala Fernández	
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado					1.8. Teléfono fijo		(+)595.981.223974	
1.8. Teléfono celular							1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico							1.10. Pag web		http://www.granchacoturismo.net/	
1.11. Forma de acceso		Aéreo		Urbano		Terrestre	Terrestre 4X4	X	Otro ¿Cuál?	
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Clasificación		Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ramsar			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.		
		Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
		Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		Paisaje	X	Artesanía		Fiesta / Festividad		
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
		Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción		Es una reserva natural de 2.500 ha. Es parte de un circuito de lagunas saladas interconectadas reconocidas por atraer diversas especies de aves. Allí se pueden realizar caminatas ecológicas y es posible hacer camping.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios						Puntaje				
3.1. Singularidad						3				
3.2. Reconocimiento						3				
3.3. Capacidad de carga						2				
3.4. Grado de aprovechamiento						2				
3.5. Servicio ofrecido						2				
3.6. Señalización						1				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte						1				
3.8. Interpretación						2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento						2				
3.10. Seguridad						3				
Total						21		Fuente		Bienvenido a Paraguay
5. OBSERVACIONES GENERALES										
Fecha										

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre			Expo Rodeo Trébol				CÓDIGO		BOQ3	
1.2. Departamento			Boquerón							
1.3. Ciudad / Municipio			Loma Plata							
1.3.1. Área urbana / área rural			Área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación			22°20'39.7"S 59°51'46.0"W							
1.5. Dirección/ubicación			Ruta Loma Plata-Filadelfia			1.6. Distancia en Km		6km de Loma Plata		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)			Privado			1.8. Celular				
1.8. Teléfono fijo			(+595 491 4332240, +595 986			1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web		http://www.rodeotrebol.com.py/		
1.11. Forma de acceso		Aéreo		Urbano	X	Otro ¿Cuál?				
		Terrestre		Terrestre 4X4						
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Clasificación		Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial	X	Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.		
		Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
		Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad	X	
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
		Otros ¿Cuál?	Evento anual							
2.4. Descripción		Organizada por la Asociación Rodeo Trébol. Muestra la producción agrícola y agropecuaria del Chaco Central, además de todo lo relacionado a los deportes ecuestres. Siendo la segunda exposición más añeja del Paraguay, abre sus puertas para el público en general en la semana del 15 de agosto de cada año.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios					Puntaje					
3.1. Singularidad					2					
3.2. Reconocimiento					3					
3.3. Capacidad de carga					3					
3.4. Grado de aprovechamiento					3					
3.5. Servicio ofrecido					2					
3.6. Señalización					2					
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					2					
3.8. Interpretación					1					
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3					
3.10. Seguridad					3					
Total					24		Fuente		Expo Rodeo Trebol	
5. OBSERVACIONES GENERALES										
Fecha										

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre		Laguna Teniente				CÓDIGO		BOQ7	
1.2. Departamento		Boquerón							
1.3. Ciudad / Municipio		Loma Plata							
1.3.1. Área urbana / área rural		Área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación		9°02'43" W - 22°37'38" S							
1.5. Dirección/ubicación		Cuenca del riacho Yakaré sur				1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado				1.8.1. Celular			
1.8. Teléfono fijo						1.10. Pag web			
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso		Aéreo	Urbano						
		Terrestre	Terrestre 4X4	X					
Otro ¿Cuál?									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación		Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial	
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ramsar		
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.	
		Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras			
		Otro ¿Cuál?							
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		Paisaje	X	Artesanía		Fiesta / Festividad	
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística	
		Otros ¿Cuál?							
2.4. Descripción		Se clasifica como un humedal continental estacional de agua dulce con épocas de agua salobres. La vegetación que habita en la orilla, es exótica típica de agua dulce.							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					2				
3.2. Reconocimiento					3				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicio ofrecido					1				
3.6. Señalización					1				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					1				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
Total					19		Fuente: Parque Nacionales del Paraguay		
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Fecha									

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Museo de La Colonia Menonita			CÓDIGO	BOQ2		
1.2. Departamento	Boquerón						
1.3. Ciudad / Municipio	Loma Plata						
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural						
1.4. Coordenadas georreferenciación	22°29'58.1"S 59°59'59.9"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado						
1.8. Teléfono fijo	(595 492) 252 301 / (595 981)			1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico	muniloma@hotmail.com			1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X	Otro ¿Cuál?		
	Terrestre		Terrestre 4X4				
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	X	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	En este lugar se reúnen los artefactos de fabricación casera, implementos de trabajos agrícolas, materiales de educación y de culto religioso, vestimentas y utensilios domésticos recrean la rudimentaria vida de los primeros menonitas.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad			1				
3.2. Reconocimiento			1				
3.3. Capacidad de carga			2				
3.4. Grado de aprovechamiento			1				
3.5. Servicio ofrecidos			1				
3.6. Señalización			1				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte			3				
3.8. Interpretación			1				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			2				
3.10. Seguridad			3				
Total			16		Fuente	Fundación ILAM	
5. OBSERVACIONES GENERALES							
Fecha							

Mariscal Estigarribia


FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Comunidad indígena Santa Teresita			CÓDIGO	BOQ1		
1.2. Departamento	Boquerón						
1.3. Ciudad / Municipio	Mariscal Estigarribia						
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural						
1.4. Coordenadas georreferenciación							
1.5. Dirección/ubicación	Km 520 ruta Transchaco			1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	X	Terrestre 4X4				
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial	X	Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna		Internacional ¿Cuál?	Ninguna		
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural X
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?	Comunidad indígena					
2.4. Descripción	Las comunidades que allí habitan con Guaraní Nandeva, Guaraní Occidental, Nivaclé, Manjui. En este sitio el Papa Juan Pablo II ofició una misa durante su visita al Paraguay en 1988. La comunidad Guaraní Occidental celebra en febrero la Fiesta "Areté Guazú" de la Gran Nación Guaraní (extraordinarios disfraces y máscaras). De comunidades indígenas como: Nivaclé, Guaraníes de Occidente, Ayoreo, Enlhet del norte, otros se reconocen los tejidos en lana, básicamente, ponchos, mantas, bolsos y soportes de adornos plumarios. En la región chaqueña, se realizan complejos tejidos utilizando la fibra del karaguatá, con conocimientos y técnicas auténticamente silvícolas.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				2			
3.2. Reconocimiento				3			
3.3. Capacidad de carga				1			
3.4. Grado de aprovechamiento				1			
3.5. Servicio ofrecidos				1			
3.6. Señalización				0			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				1			
3.8. Interpretación				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				2			
3.10. Seguridad				3			
Total				15			
				Fuente		Nodal Cultural	
5. OBSERVACIONES GENERALES							
Fecha							



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Museo de la Colonia Neuland			CÓDIGO	BOQ10		
1.2. Departamento	Boquerón						
1.3. Ciudad / Municipio	Mariscal Estigarribia						
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural						
1.4. Coordenadas georreferenciación	22°39'08.0"S 60°07'40.4"W						
1.5. Dirección/ubicación							
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado			1.6. Distancia en Km			
1.8. Teléfono fijo	(0493)240201			1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico	dorothea.dyck@neuland.com.py			1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X	Otro ¿Cuál?		
	Terrestre		Terrestre 4X4				
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T.comunitario/rural
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano	X	Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	Entre las tres colonias menonitas ubicadas en el Departamento de Boquerón, Neuland es la colonia más joven. En esta se encuentra el museo que preserva objetos fabricados por los primeros colonos bajo condiciones más humildes, pero también objetos que trajeron de Rusia y Alemania en su huida.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				1			
3.2. Reconocimiento				1			
3.3. Capacidad de carga				2			
3.4. Grado de aprovechamiento				1			
3.5. Servicio ofrecido				1			
3.6. Señalización				1			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				3			
3.8. Interpretación				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				2			
3.10. Seguridad				3			
Total				16			
					Fuente	Color ABC	
5. OBSERVACIONES GENERALES							
Fecha							



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre		Parque Amistad					CÓDIGO		BOQ8
1.2. Departamento		Boquerón							
1.3. Ciudad / Municipio		Mariscal Estigarribia							
1.3.1. Área urbana / área rural		Área urbana							
1.4. Coordenadas georreferenciación		22°39'08.0"S 60°07'40.4"W							
1.5. Dirección/ubicación							1.6. Distancia en Km		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado							
1.8. Teléfono fijo							1.8.1. Celular		
1.9. Correo electrónico							1.10. Pag web		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X					
	Terrestre		Terrestre 4X4				Otro ¿Cuál?		
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano	X	Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Se conservó la naturaleza chaqueña en su estado natural para que el visitante tenga una idea de las condiciones que tuvieron que enfrentar los primeros colonos.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					0				
3.2. Reconocimiento					0				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					1				
3.5. Servicio ofrecido					1				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					2				
3.8. Interpretación					1				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3				
3.10. Seguridad					3				
Total					15		Fuente		
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Fecha									

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre		Parque Chaco Boreal					CÓDIGO		BOQ17
1.2. Departamento		Boquerón							
1.3. Ciudad / Municipio		Mariscal Estigarribia							
1.3.1. Área urbana / área rural		Área urbana							
1.4. Coordenadas georreferenciación		22°38'48.9"S 60°07'28.0"W							
1.5. Dirección/ubicación							1.6. Distancia en Km		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado					1.8.1. Celular		
1.8. Teléfono fijo							1.10. Pag web		
1.9. Correo electrónico		dorothea.dyck@neuland.com.py					1.10. Pag web		
1.11. Forma de acceso		Aéreo		Urbano	X	Otro ¿Cuál?			
		Terrestre		Terrestre 4X4					
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje	X	Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Se conservó la naturaleza chaqueña en su estado natural para que el visitante tenga una idea de las condiciones que tuvieron que enfrentar los primeros colonos. En este se encuentran los monumentos conmemorativos de los inicios de la Colonia.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					2				
3.2. Reconocimiento					2				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					1				
3.5. Servicio ofrecido					1				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					1				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3				
3.10. Seguridad					3				
Total					19		Fuente	Foursquare	
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Fecha									

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Parque Nacional Teniente Enciso					CÓDIGO	BOQ16
1.2. Departamento	Boquerón						
1.3. Ciudad / Municipio	Mariscal Estigarribia						
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural						
1.4. Coordenadas georreferenciación	21°12'32.6"S 61°39'28.6"W						
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km	
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo	(595 21) 615 803 /4. Int: 115					1.8.1. Celular	
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web	
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre		Terrestre 4X4	X			
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje	X	Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	Una superficie de 40.000 ha. Paisajes típicos del Chaco seco que, debido al déficit hídrico, presentan una vegetación xerófila caracterizada por el bosque denso, espinoso e impenetrable dominado por quebrachales de quebracho blanco y samuhú. En cuanto a la fauna se destacan una gran variedad de especies, algunas de ellas en peligro de extinción. El área posee Picadas y Trincheras que datan de la Guerra del Chaco(1930 - 1935).						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios					Puntaje		
3.1. Singularidad					3		
3.2. Reconocimiento					3		
3.3. Capacidad de carga					2		
3.4. Grado de aprovechamiento					0		
3.5. Servicio ofrecido					1		
3.6. Señalización					0		
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					2		
3.8. Interpretación					2		
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2		
3.10. Seguridad					3		
Total					18		
					Fuente	Visitparaguay	
5. OBSERVACIONES GENERALES							
Actualmente, el área recibe muy poca presión debido a la baja densidad poblacional; pero la degradación de la zona de							
Fecha							



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Reserva de la Biosfera del Chaco					CÓDIGO	BOQ12		
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Mariscal Estigarribia								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural								
1.4. Coordenadas georreferenciación									
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público								
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano			Otro ¿Cuál?			
	Terrestre		Terrestre 4X4	X					
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Reserva de la Biosfera			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T.comunitario /rural		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje	X	Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Ubicada en los distritos de Mayor Pablo Lagerenza y Fuerte Olimpo del Departamento de Alto Paraguay, y el Distrito de Mariscal Estigarribia en el Departamento de Boquerón. "Contribuir al mantenimiento a largo plazo de los ecosistemas del Chaco y Chaco-Pantanal, asegurando el cumplimiento de las funciones de una Reserva de Biosfera que son: la conservación de la biodiversidad, el desarrollo sostenible y el apoyo logístico para la investigación, monitoreo, educación y capacitación." Tiene diferentes áreas núcleo entre las que se encuentra ambos PNN.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					3				
3.2. Reconocimiento					3				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicio ofrecidos					2				
3.6. Señalización					1				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					1				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
Total					2				
					1				
					Fuente				
					Parques Nacionales del Paraguay				
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Fecha									

Filadelfia

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Centro de artesanías del Chaco					CÓDIGO	FIL8
1.2. Departamento	Boquerón						
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia						
1.3.1. Área urbana / área rural	Área Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación							
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km	
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular	
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web	
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		x	Otro ¿Cuál?	
	Terrestre		Terrestre 4X4				
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	X	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	El Centro de Artesanías del Chaco es un espacio donde los artesanos y artesanas del Chaco paraguayo ofrecen sus trabajos. Es una iniciativa de la Municipalidad de Filadelfia, a partir de su apertura, viene impulsado acciones para promover el desarrollo sostenible distrito a través de la integración del turismo, en la cadena de producción artesanal de las comunidades, de manera a que esta actividad económica sea capaz de contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población local. Además, buscan concienciar a niños y jóvenes sobre la importancia de mantener parte de su patrimonio cultural y hacer del mismo una alternativa de desarrollo profesional. También proyectan mantener el modo de vida de la población local, fortaleciendo la capacidad de gestión de las comunidades, a través de la incorporación de la mujer en los procesos de generación de ingresos y administración de la producción y comercialización de la artesanía.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios					Puntaje		
3.1. Singularidad					1		
3.2. Reconocimiento					3		
3.3. Capacidad de carga					2		
3.4. Grado de aprovechamiento					2		
3.5. Servicios ofrecidos					1		
3.6. Señalización					2		
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3		
3.8. Interpretación					2		
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3		
3.10. Seguridad					3		
Total					22		
					Fuente	Inmark Europa SA	
5. OBSERVACIONES GENERALES							

Fecha _____

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Centro de interpretación del Gran Chaco Americano			CÓDIGO	FIL7		
1.2. Departamento	Boquerón						
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia						
1.3.1. Área urbana / área rural	Área urbana (sobre la carretera, cerca de Filadelfia)						
1.4. Coordenadas georreferenciación	22°29'14"S 60°0'15" O						
1.5. Dirección/ubicación	A 15 Km antes de llegar a Filadelfia, sobre la Ruta Transchaco			1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	En construcción						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico							
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X	1.10. Pag web		
	Terrestre		Terrestre 4X4			Otro ¿Cuál?	
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	Financiado por el BID. En construcción, en febrero 2019 llevaba el 47% de avance certificado.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad							
3.2. Reconocimiento							
3.3. Capacidad de carga							
3.4. Grado de aprovechamiento							
3.5. Servicios ofrecidos							
3.6. Señalización							
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte							
3.8. Interpretación							
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento							
3.10. Seguridad							
Total			0				
5. OBSERVACIONES GENERALES				Fuente Inmark Europa SA			
No está valorado porque está en construcción todavía.							

Fecha _____

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	La Casa Knelsen					CÓDIGO	FIL7		
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	22°21'12.6"S 60°02'04.6"W								
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web	https://www.fernheim.com.py/es/turismo/		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X		Otro ¿Cuál?			
	Terrestre		Terrestre 4X4						
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	X	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Museo hogareño, en el centro de Filadelfia, había sido construida en 1948 por Jakob Knelsen. Sirvió durante muchos años como único hotel de Filadelfia. En el 2002, gracias a la iniciativa de algunas mujeres se la renovó, convirtiéndola en un museo hogareño.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					1				
3.2. Reconocimiento					1				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					1				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3				
3.10. Seguridad					3				
Total					20				
						Fuente	Inmark Europa SA		
5. OBSERVACIONES GENERALES									

Fecha _____

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Museo de la Colonia					CÓDIGO	FIL3		
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	22°21'12.6"S 60°02'04.6"W								
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web	https://www.fernheim.com.py/es/turismo/		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		X	Otro ¿Cuál?			
	Terrestre		Terrestre 4X4						
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	X	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Es una muestra de la colonia en su desarrollo, la guerra del Chaco y las herramientas usadas. La casa colonial es uno de los primeros edificios construidos en los años de asentamiento de la Colonia Fernheim, entre 1933 y 1934.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					1				
3.2. Reconocimiento					3				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					1				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3				
3.10. Seguridad					3				
Total					22				
						Fuente	Inmark Europa SA		
5. OBSERVACIONES GENERALES									


Fecha _____


FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre		Museo Escolar				CÓDIGO		FIL2	
1.2. Departamento		Boquerón							
1.3. Ciudad / Municipio		Filadelfia							
1.3.1. Área urbana / área rural		Área Urbana							
1.4. Coordenadas georreferenciación									
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km					
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado							
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular					
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web		https://www.fernheim.com.py/e			
1.11. Forma de acceso		Aéreo		Urbano		X		Otro ¿Cuál?	
		Terrestre		Terrestre 4X4					
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación		Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		X Patrimonio industrial	
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?		Ninguna		Internacional ¿Cuál?		Ninguna	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural		X Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.	
		Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras			
		Otro ¿Cuál?							
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		X Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad	
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística	
		Otros ¿Cuál?							
2.4. Descripción		El primer colegio secundario de Fernheim funcionó en Schönwiese, aldea nº 7, pero ya en el año 1935 se construyó una nueva sede en Filadelfia, que en 1936 abrió sus puertas para la impartición de las clases. Uno de estos edificios se conserva aún y sirve como museo escolar.							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios						Puntaje			
3.1. Singularidad						1			
3.2. Reconocimiento						1			
3.3. Capacidad de carga						2			
3.4. Grado de aprovechamiento						2			
3.5. Servicios ofrecidos						1			
3.6. Señalización						2			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte						3			
3.8. Interpretación						1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento						3			
3.10. Seguridad						3			
Total						19			
						Fuente		Inmark Europa SA	
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Georreferenciar.									

Fecha _____

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Museo Hospitalario					CÓDIGO	FIL5		
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	22°21'07.5"S 60°02'06.5"W								
1.5. Dirección/ubicación	Avenida Hindenburg esq. Trébol				1.6. Distancia en Km				
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo					1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web	https://www.fernheim.com.py/es/turismo/			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X	Otro ¿Cuál?				
	Terrestre		Terrestre 4X4						
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	X	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	En este museo se pueden observar paneles con fotos de la historia hospitalaria, los médicos y algunos de los aparatos traídos desde Alemania en el año 1931, así como algunos muebles de los años de asentamiento.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					1				
3.2. Reconocimiento					1				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					1				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
Total					19				
					Fuente	Inmark Europa SA			
5. OBSERVACIONES GENERALES									

Fecha _____

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Museo Jacob Unger					CÓDIGO	FIL1		
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	22°21'14.4"S 60°02'06.7"W								
1.5. Dirección/ubicación	Avenida Hindenburg esq. Trébol				1.6. Distancia en Km				
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo	(0491) 432151/4				1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web	https://www.fernheim.com.py/es/turismo/			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X	Otro ¿Cuál?				
	Terrestre		Terrestre 4X4						
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	X	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Data de 1957 reúne objetos donados por los primeros habitantes de la colonia así como pieza de artesanía indígenas reliquias arqueológicas y de la guerra del chaco, lleva este nombre en homenaje a uno de los primeros pioneros que estudió de forma científica la fauna chaqueña.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					2				
3.2. Reconocimiento					2				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					1				
3.5. Servicios ofrecidos					2				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					1				
3.10. Seguridad					3				
Total					20		Fuente	Inmark Europa SA	
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Fecha _____									

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS								
1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre		Parque Ruedas Pioneras			CÓDIGO		FIL6	
1.2. Departamento		Boquerón						
1.3. Ciudad / Municipio		Filadelfia						
1.3.1. Área urbana / área rural		Área Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación		22°21'06.0"S 60°00'52.1"W						
1.5. Dirección/ubicación		Avenida Hindenburg esq. Trébol		1.6. Distancia en Km				
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado						
1.8. Teléfono fijo		(0491) 432151/4		1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web				
1.11. Forma de acceso		Aéreo	Urbano	X	1.10. Pag web			
		Terrestre	Terrestre 4X4		Otro ¿Cuál?			
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Clasificación		Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	X	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?	Ninguna		Internacional ¿Cuál?	Ninguna		
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
		Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
		Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones	X	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
		Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción		Se encuentra en la entrada este de Filadelfia y es un parque en conmemoración a las vías de comunicación usadas por los colonos en los primeros tiempos de aislamiento.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios			Puntaje					
3.1. Singularidad			1					
3.2. Reconocimiento			1					
3.3. Capacidad de carga			2					
3.4. Grado de aprovechamiento			1					
3.5. Servicios ofrecidos			1					
3.6. Señalización			2					
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte			3					
3.8. Interpretación			2					
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			3					
3.10. Seguridad			3					
Total			19		Fuente Inmark Europa SA			
5. OBSERVACIONES GENERALES								

Fecha _____

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre		Cultura Menonita					CÓDIGO		FIL9	
1.2. Departamento		Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio		Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural		Áreas urbanas de Loma Plata, Filadelfia y Neuland principalmente.								
1.4. Coordenadas georreferenciación										
1.5. Dirección/ubicación										
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)				1.6. Distancia en Km						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular						
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web						
1.11. Forma de acceso		Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?				
		Terrestre		Terrestre 4X4						X
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Clasificación		Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		X		Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?		Ninguna		Internacional ¿Cuál?		Ninguna		
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural		X		Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
		Turismo religioso				Turismo de bienestar		Turismo de compras		
		Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
		Otros ¿Cuál?		Comunidad y tradiciones						
2.4. Descripción		<p>Con la Reforma Religiosa del Siglo XVI (1525), varias personas se reunieron para realizar un estudio detallado de la Biblia ya que tenían algunas ideas contrarias al catolicismo. De aquí, el ex - sacerdote católico Menno Simons, se convirtió en líder de este movimiento de anabautistas perseguidos organizando su propia iglesia. De su nombre Menno, aparece la comunidad Menonita. Tras varias persecuciones sufridas, llegaron en el siglo XVI a Prusia. En 1788 se trasladaron a Rusia, invitados por la Zarina Catalina II, la Grande. A partir del 1874 emigraron a América del Norte en diferentes grupos. Desde la década de 1921 empezó la migración hacia países latinoamericanos: México, Paraguay (1927-1927), Bolivia, Belice, Argentina y Brasil, entre otros.</p> <p>Hoy en día la mayoría de los menonitas vive en América y en África, como consecuencia de las migraciones y de una evangelización muy fructífera. Actualmente las iglesias menonitas tienen, a nivel mundial, unos 2.200.000 miembros bautizados.</p> <p>Ser menonita en el sentido estricto de la palabra significa pertenecer a una iglesia o congregación evangélica con la denominación "menonita". Es decir, "menonita" es un concepto confesional.</p> <p>Son varias las ciudades que nacieron en torno a las Colonias menonitas: Loma Plata, Filadelfia (Capital de Boquerón) y Neuland, que se destacan por sus importantes industrias lácteas y ganaderas. Las colonias Filadelfia y Loma Plata cuentan con su propio Museo de la Historia Menonita y su llegada al Paraguay, los cuales son muy visitados por los turistas.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN					
Criterios					Puntaje					
3.1. Singularidad					2					
3.2. Reconocimiento					3					
3.3. Capacidad de carga					2					
3.4. Grado de aprovechamiento					3					
3.5. Servicios ofrecidos					2					
3.6. Señalización					2					
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					2					
3.8. Interpretación					2					
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3					
3.10. Seguridad					3					
Total					24					
					Fuente		Inmark Europa SA			
5. OBSERVACIONES GENERALES										
Fecha _____										



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Fábrica de Maní - Kelwá Productos de Maní				CÓDIGO	FIL10			
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área Rural								
1.4. Coordenadas georreferenciación									
1.5. Dirección/ubicación					1.6. Distancia en Km				
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo					1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web	https://kelwa.com.py/index.php/historia			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X	Otro ¿Cuál?				
	Terrestre		Terrestre 4X4						
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial	X	
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía	X	Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Fábrica de maní muy popular en Filadelfia, donde se puede visitar el proceso y comprar sus productos. La casa colonial es uno de los primeros edificios construidos en los años de asentamiento de la Colonia Fernheim, entre 1933 y 1934.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					1				
3.2. Reconocimiento					1				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					2				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					1				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3				
3.10. Seguridad					3				
Total					20				
					Fuente		Inmark Europa		
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Georeferenciar.									
Fecha _____									




FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Lagunas Saladas					CÓDIGO	FIL11		
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural								
1.4. Coordenadas georreferenciación									
1.5. Dirección/ubicación					1.6. Distancia en Km				
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo					1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web				
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?				
	Terrestre		Terrestre 4X4	X					
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ramsar			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario /rural		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje	X	Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Humedales típicos del Chaco estacional de agua dulce con épocas de agua salobres. Con una vegetación muy característica y una fauna específica de las zonas húmedas, que varía de las especies migratorias que existen en ese momento.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					2				
3.2. Reconocimiento					2				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					1				
3.6. Señalización					1				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					1				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
Total					18				
					Fuente		Paraguay		
5. OBSERVACIONES GENERALES									

Fecha _____

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	PN Defensores del Chaco					CÓDIGO	FIL12		
1.2. Departamento	Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural								
1.4. Georreferenciación									
1.5. Dirección/ubicación									
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado				1.6. Distancia en Km				
1.8. Teléfono fijo					1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web		http://www.ilam.org/index.php/es/museo?id=4773		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?				
	Terrestre		Terrestre 4X4	X					
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Reserva de la biósfera			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario /ruralcomunit.		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento		Paisaje	X	Artesanía		Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	<p>El PN Defensores del Chaco (PNDCH) tiene parte de su área en Filadelfia y forma parte de la Reserva de la Biosfera del Chaco, cuyos límites llegan hasta la frontera con Bolivia, conformando una unidad de protección continua con el PN ANMI Kaa Iya. Ubicado al norte del territorio paraguayo, el PNDCH protege paisajes naturales chaqueños bien conservados, que se consideran territorios ancestrales del pueblo Ayoreo.</p> <p>Actualmente al interior del área protegida, viven algunos grupos pequeños de Ayoreos “no contactados”, denominados también “en aislamiento voluntario o silvícolas”. Desde el 2004, que se produjo un contacto en Chaidi, se hizo un seguimiento sistemático de los “Ayoreos silvícolas”, determinándose que son muchos más de los que se suponía hasta entonces. Un grupo silvícola transita por la zona conocida por los Ayoreo como Amotocodie, al noroeste de Filadelfia (desde el sur del Cerro León hasta Campo Norte). Otro grupo tendría su centro en el Parque Médanos y otro a ambos lados de la frontera, desde el cerro San Miguel hacia el oeste y suroeste, hasta la zona de Cerro Cabrera. Los grupos usarían corredores, uno de los cuales cruzaría el PNDCh (Oeste del Cerro San Miguel, hasta Madrejón)” (SEAM & DESDELCHACO, 2006).</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					2				
3.2. Reconocimiento					3				
3.3. Capacidad de carga					3				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					2				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					2				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
Total					23				
					Fuente	Parques Nacionales del Paraguay			
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Fecha _____									



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Proyecto Tagua				CÓDIGO	FIL13	
1.2. Departamento	Boquerón						
1.3. Ciudad / Municipio	Filadelfia						
1.3.1. Área urbana / área rural	Área rural						
1.4. Georreferenciación	22°21'19"S 60°20'31'						
1.5. Dirección/ubicación							
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado				1.6. Distancia en Km		
1.8. Teléfono fijo					1.8.1. Celular		
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre		Terrestre 4X4	X			
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	X	Turismo de aventura		T. comunitario /ruralcomunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento		Paisaje	X	Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	<p>El Proyecto Taguá se inició en noviembre de 1985 a través de un acuerdo entre La Sociedad Zoológica de San Diego (EEUU), el Ministerio de Agricultura y Ganadería (Py) y el Cuerpo de Paz de los Estados Unidos de Norteamérica; con la intención de iniciar un proyecto de investigación y cría en cautiverio del Taguá (<i>Catagonus wagneri</i>) debido a la alarmante disminución de la entonces muy poco conocida y recién descubierta especie.</p> <p>Los turistas pueden llegar a visitar el Proyecto, conocer a las Taguas, hacer un pequeño recorrido que incluye además de algunos ecosistemas típicos del Chaco, vestigios de la Guerra del Chaco en el llamado Fortín Toledo. El Fortín Toledo, presenta algunas trincheras pero no se encuentra puesto en valor como el Fortín Boquerón.</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				2			
3.2. Reconocimiento				2			
3.3. Capacidad de carga				2			
3.4. Grado de aprovechamiento				2			
3.5. Servicios ofrecidos				1			
3.6. Señalización				1			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				2			
3.8. Interpretación				2			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				2			
3.10. Seguridad				3			
Total				19	Fuente	Inmark Europa SA	
5. OBSERVACIONES GENERALES							
Fecha _____							

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre		Rally del Chaco					CÓDIGO		FIL14	
1.2. Departamento		Boquerón								
1.3. Ciudad / Municipio		Filadelfia								
1.3.1. Área urbana / área rural		Área rural								
1.4. Coordenadas georreferenciación										
1.5. Dirección/ubicación										
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado			1.6. Distancia en Km					
1.8. Teléfono fijo										
1.8.1. Celular										
1.9. Correo electrónico										
1.10. Pag web		http://rally.com.py/v2/								
1.11. Forma de acceso		Aéreo	Urbano	Terrestre 4X4	X	Otro ¿Cuál?				
Terrestre										
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Clasificación		Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial	X	Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?	Ninguna			Internacional ¿Cuál?	Ninguna			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural	X	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.		
		Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
		Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
		Otros ¿Cuál?	Evento							
2.4. Descripción		<p>El Rally del Chaco, también conocido como Trans-Chaco Rally, es una competencia de rally de velocidad y resistencia que se disputa anualmente desde el año 1971 en la región del Chaco, Paraguay, y es el evento de rally más tradicional del país.</p> <p>El trazado de la primera etapa se extendía por la ruta Transchaco hasta el fortín Nueva Asunción. La segunda etapa comenzaba en este sitio, seguía por Pozo Olga a Misión Santa Rosa y desde ahí a Mariscal Estigarribia. La tercera etapa completaba la vuelta desde Mariscal Estigarribia hasta Asunción sobre la ruta Transchaco.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN					
Criterios					Puntaje					
3.1. Singularidad					2					
3.2. Reconocimiento					3					
3.3. Capacidad de carga					2					
3.4. Grado de aprovechamiento					2					
3.5. Servicios ofrecidos					2					
3.6. Señalización					3					
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					2					
3.8. Interpretación					3					
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2					
3.10. Seguridad					3					
Total					24					
					Fuente		Rally			
5. OBSERVACIONES GENERALES										

Fecha _____

inmark

experiencia & innovación

ÁREA DE TURISMO

Calle Rafael Calvo, 9. 28010 Madrid, España.

Tel. + 34 91 448 0203

ESPAÑA • ARGENTINA • COLOMBIA • MÉXICO • PERÚ • PORTUGAL • PUERTO RICO • VENEZUELA

www.grupoinmark.com