



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

# Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Municipio de Filadelfia



TETĀPY  
JEHECHAUKA  
SĀMBYHYHA  
SECRETARÍA  
NACIONAL  
DE TURISMO

**TETĀ REKUÁI**  
**GOBIERNO NACIONAL**

*Paraguay*  
*de la gente*



  
**Paraguay**  
*Reñandúmanteva'eró*



# Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Municipio de Filadelfia



## Contenido

1. Presentación del Plan.....	1
2. Descripción del destino.....	3
3. Resumen Ejecutivo.....	6
4. Planificación turística del Paraguay .....	8
5. Diagnóstico .....	11
5.1. Análisis del entorno .....	11
5.2. Contexto Territorial .....	19
5.3. Entorno geográfico .....	22
5.4. Mercado Turístico.....	40
5.5. Gobernanza y competitividad.....	73
5.6. Instrumentos de análisis estratégico .....	90
5.7. Mesa de Turismo .....	94
6. Desarrollo del Plan.....	96
6.1. Modelo de desarrollo turístico y posicionamiento.....	96
6.2. Pilares y estrategias del plan .....	98
6.3. Programas y Acciones.....	107
Fuentes.....	159
Secundarias.....	159
Primarias.....	162
Anexo: operadores que comercializan Paraguay.....	163
Anexo: normatividad regional.....	171
Anexo: fichas de inventario de atractivos y servicios .....	172

## Índice de tablas, ilustraciones y mapas

Tabla 1. Principales especies de peces de importancia comercial.....	28
Tabla 2. Tendencias turísticas más destacadas para 2019.....	42
Tabla 3. Puntos de control migratorio terrestre .....	48
Tabla 4. Visitantes ingresados al Paraguay según puntos de ingreso 2010-2015.....	49
Tabla 5. Matriz de posicionamiento .....	72
Tabla 6. Mapa de Actores – Rol Expectativa .....	77
Tabla 7. Valoraciones recurso/attractivo por municipio .....	87
Tabla 8. Estrategias derivadas del DAFO .....	92
Tabla 9. Análisis de Impactos (Taller de Flujos) .....	93
Tabla 10. CONTURFIL Filadelfia .....	94
Ilustración 1. Planes marco del Paraguay .....	8
Ilustración 2. Cantidad de prestadores por tipo .....	36
Ilustración 3. Mapa núcleo urbano Filadelfia.....	38
Ilustración 4. Turismo internacional 2017 .....	41
Ilustración 5. Ocho tendencias de viaje para 2019 .....	42
Ilustración 6. Llegadas de turistas internacionales .....	45
Ilustración 7. Llegadas mensuales de turistas internacionales .....	46
Ilustración 8. Mercado actual de turistas internacionales.....	46
Ilustración 9. Llegada de visitantes 2013 - 2017 .....	48
Ilustración 10. Medio de transporte utilizado para acceder al Paraguay .....	49
Ilustración 11. Motivo de viaje .....	50
Ilustración 12. Medio de compra del viaje por parte de los turistas .....	51
Ilustración 13. Actividades realizadas por turistas en el destino .....	52
Ilustración 14. Movimiento mensual de turistas domésticos .....	53
Ilustración 15. Estacionalidad turismo doméstico vs receptivo.....	53
Ilustración 16. Estadía promedio .....	54
Ilustración 17. Satisfacción de la experiencia .....	55
Ilustración 18. Departamentos visitados en Paraguay.....	56
Ilustración 19. Actividades realizadas por turistas domésticos. ....	56
Ilustración 20. Competitividad turística en el Paraguay según FEM.....	59
Ilustración 21. Participación del turismo sobre el PIB. ....	60
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. Productos ofertados de Filadelfia .....	87
Ilustración 30. Modelo de Gobernanza Turística del Sector Turístico de Filadelfia.....	102
Ilustración 31. Cinco ámbitos en los que el turismo aporta a los ODS .....	106
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 .....	5
Mapa 3. Ordenamiento territorial de Paraguay.....	12
Mapa 4. Departamento de Boquerón. División administrativa .....	12
Mapa 5. Barrios de Filadelfia.....	13
Mapa 6. Red vial de Filadelfia .....	22
Mapa 7. Hidrografía del Paraguay.....	23
Mapa 8. Hidrografía Del Departamento de Boquerón y Filadelfia .....	25
Mapa 9. ASP de Paraguay.....	28

## 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 de Filadelfia \(PEDTF\)](#). El PEDTF se encuentra enfocado territorialmente en el Distrito de Filadelfia, Departamento de Boquerón.

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

El [Plan de Desarrollo Turístico de Filadelfia \(PEDTF\)](#), 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 y complementariedades 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, que 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 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, en el 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 de este, desde su descripción, *timing*, financiación, hasta la responsabilidad de cada uno de ellos.

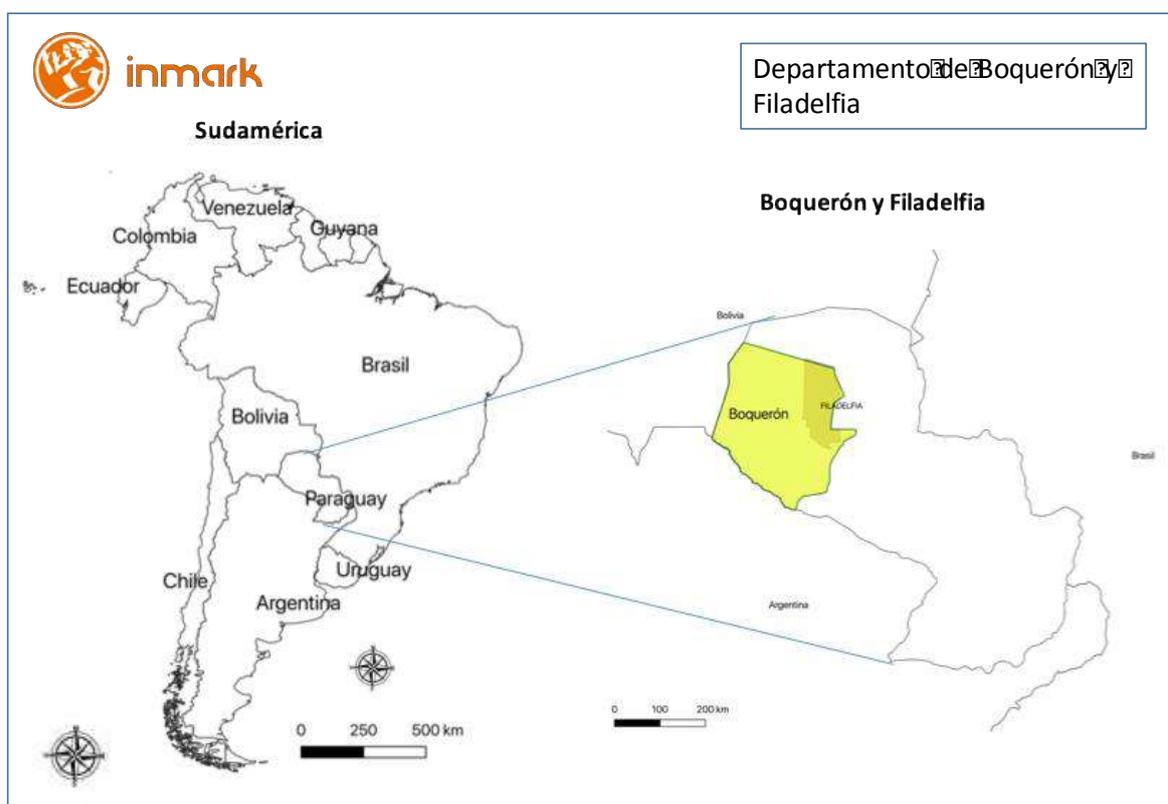
- **Definir estrategias de comercialización.** Independientemente de su valor, no todos los recursos del destino son susceptibles de aprovechamiento turístico, ni tienen el mismo valor y atractivo para el turismo, máxime en el mercado internacional. Para el Plan se ha definido una oferta coherente de 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

Filadelfia se caracteriza por ser el primer núcleo urbano de la colonia menonita que emigró a Paraguay en los años 30. Su economía está basada en la ganadería, agricultura y las industrias que procesan estos productos. Después de pasar por un periodo de adaptación, donde la falta de agua fue uno de los principales condicionantes a su desarrollo, es uno de los distritos más productivos del país.

El municipio de Filadelfia es la capital del Departamento de Boquerón, a una distancia de Asunción de 470 Km. Con una superficie de 13.879 km<sup>2</sup>. y una población de 23.000 habitantes, de las cuales, 15.000 viven en la zona urbana. Es conocida como el corazón del Chaco y su potencial económico está basado en la ganadería, agricultura e industrias relacionadas.

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



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

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. En el 2006, se crea el distrito de Filadelfia con su respectiva Municipalidad, abarcando una superficie de 13.879 km<sup>2</sup>. Filadelfia cuenta actualmente con una población de aproximadamente 23.000 habitantes de los cuales 15.000 viven en el casco urbano.

La ciudad de Filadelfia fue proyectada en diferentes zonas: la zona industrial, la zona comercial y la zona residencial y fue creciendo a través del esfuerzo de la colonia menonita que organizó y creó una ciudad con todos sus servicios. Filadelfia se convirtió así en el centro de la vida económica, cultural y espiritual de los inmigrantes “menos”.

Las primeras construcciones administrativas del centro fueron logradas con la organización de equipo de voluntarios. Hoy, las construcciones se financian principalmente a través de la sociedad menonita y sus aportes mensuales. Los caminos, desde las primeras picadas, hasta la red vial actual que conectan las aldeas entre sí y con el centro, se construyeron y se mantienen societariamente. Recién en el año 2009, se asfaltaron por encargo del Dpto. Vial de la Colonia, en Filadelfia, los primeros 4 km de calles. De esta manera, Filadelfia ofrece infraestructura y servicios para toda la región<sup>1</sup>.

Su población la constituyen [colonos menonitas](#), la [población latino-paraguaya](#) (en su mayoría oriunda de la región oriental) y de otros países latinos como Brasil, y las [comunidades indígenas](#): Cacique Mayeto (Enlhet), Uj'e Lhavos (Nivaclé), Yvopey Renda (Guaraní), y recientemente se ha fundado el barrio Guida Ichai (Ayoreo).

### **Cronograma de la historia de Filadelfia**

- En 1930 se instalaron en Paraguay 1.562 menonitas, creando la Colonia Fernheim.
- En 1931 los colonos de Fernheim crean Filadelfia como centro administrativo de las aldeas menonitas, las instituciones comunes y el procesamiento de productos agrarios de la colonia.
- En 1961, la construcción de la Ruta 9 Carlos A. López, más conocida como "Transchaco", facilita la conexión de la colonia con Asunción, iniciándose el sostenido crecimiento poblacional y económico de la misma.
- En la década de los 80, Fernheim consigue la conexión telefónica por medio de la firma Copaco.
- En 1992, tras la reorganización de los departamentos chaqueños, Filadelfia se convierte en la capital departamental de Boquerón.
- El 2006 se desprende de Mariscal Estigarribia y se convierte en distrito independiente, con más de 12.000 habitantes y 13.879 km<sup>2</sup> de superficie.
- En el 2016 Filadelfia es considerado uno de los distritos más productivos del país, con reconocidos productos lácteos y cárnicos, además de sus productos agrícolas como soja, maíz, trigo, maní, entre otros, que a través de la exportación generan importantes cantidades de divisas al Paraguay.

El crédito del millón" de [primer empuje económico de la colonia Fernheim](#) aconteció en los años 50 con el así llamado" América del Norte. Una caldera brindaba a Filadelfia la energía eléctrica. La construcción de la pista de aterrizaje para la comunicación aérea regular y la de la Ruta Transchaco en los años 60 ayudaron a sacar a la colonia del aislamiento. En los últimos años de la década del 80 se logró la conexión telefónica vía Copaco. Un poco antes se había logrado un sistema de intercomunicación interna en la colonia, a través de una telefonía magnetofónica.

[Filadelfia se caracteriza por contener el patrimonio cultural e histórico de los menonitas](#), pero también una gran parte de la [historia de los paraguayos](#) a través de todos los hechos históricos acontecidos además de la [Guerra del Chaco](#).

<sup>1</sup> Información extraída de la web municipal de Filadelfia

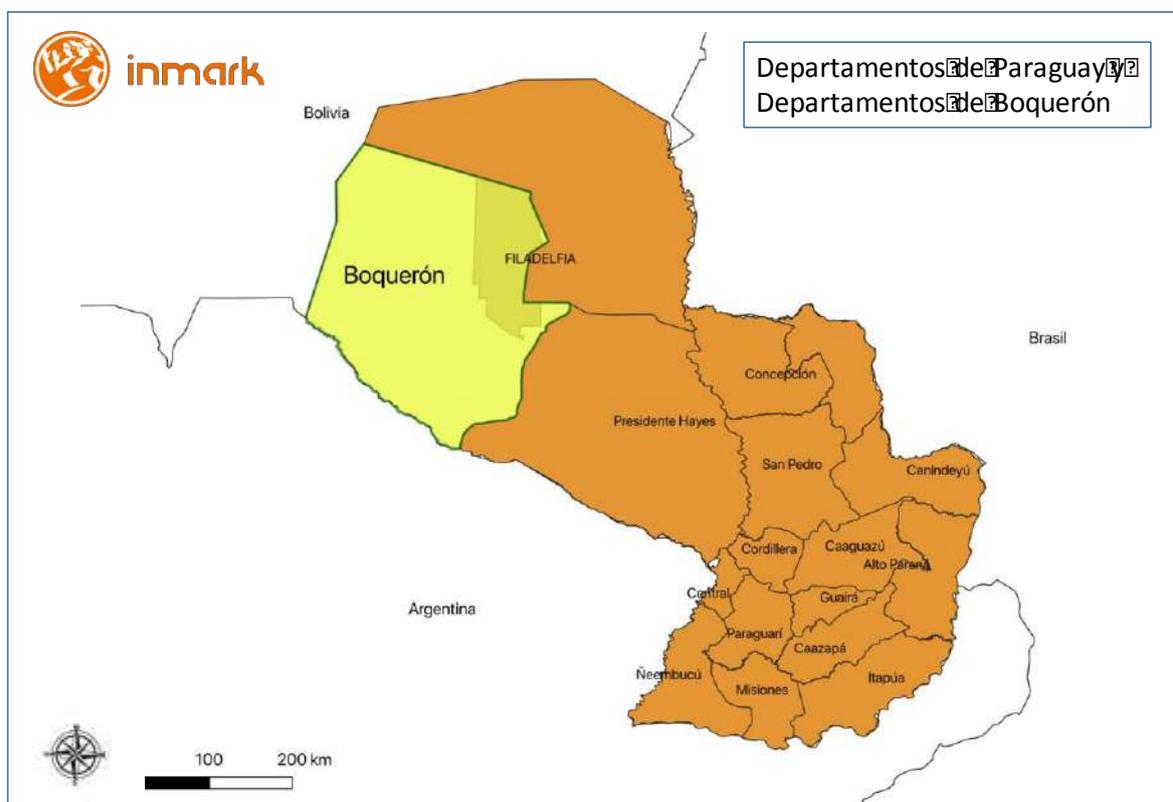
El patrimonio cultural menonita se encuentra principalmente integrado por 9 museos que contienen la historia y cultura relacionada con los menonitas y su llegada al Chaco Paraguayo. Como capital y como ciudad, Filadelfia cuenta con el Museo Jacob Unger fundado en 1957, el cual cuenta la historia de la colonia menonita en Paraguay, reuniendo testimonios con objetos donados por los primeros habitantes de la colonia y reliquias de la guerra del Chaco. Allí se exhiben también artesanías de las etnias indígenas que habitan en la región. Y en la parte natural, el Museo Natural, creado por Jacob Unger, que fue pionero en la investigación científica de la fauna silvestre del Chaco.

En cuanto al patrimonio natural, Filadelfia destaca por varios ecosistemas naturales representativos del Chaco Seco, entre ellos parte el Parque Natural Defensores del Chaco, algunas lagunas saladas y la Reserva Natural Toro Mocho. Muchas de las especies de fauna y flora que conforman el patrimonio natural son endémicas del Chaco y/o están amenazadas y/o en peligro de extinción.

La avifauna está compuesta por cerca de 53 especies de mamíferos en riesgo de extinción a causa de la caza discriminada, además de monos, reptiles -como el yacaré, anacondas- y también patos silvestres, guacamayas, tucanes y diversas especies ícticas endémicas. Esta avifauna, junto con la flora de pantanales y bosques de árboles madereros como el palo santo, constituye el recurso base para la organización de safaris y escenario de rallies desde 1971.

Respecto al sector turístico, Filadelfia cuenta con alojamientos, servicios, artesanías, que forman parte de la oferta turística, y recursos turísticos que se desarrollan en torno a la biodiversidad y el patrimonio histórico – cultural. La mayoría de ellos pertenecientes a la Cooperativa Fernheim y sus socios menonitas.

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



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

### 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 la segunda ciudad más grande, conocida por ser 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 del 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 y se pueda 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.

[El Distrito de Filadelfia es la capital del Departamento de Boquerón y la cuna de la cultura menonita.](#) [El modelo de desarrollo turístico de Filadelfia](#) es un modelo tradicional turístico poco inclusivo y con un escaso enfoque comercial, donde el objetivo es mostrar al turista la cultura menonita, su forma de vida, el proceso de migración hasta llegar a Paraguay, tradiciones y costumbres. Respecto al patrimonio cultural meno, hay una oferta de 9 museos que muestran diferentes aspectos de la vida de los menonitas en Paraguay; desde su religión y cultura, proceso de convivencia con las culturas indígenas y la biodiversidad del Chaco.

Filadelfia es un **centro productivo destacado en el país**; la industria ganadera, sus derivados, así como la industria agrícola (maní y sésamo) gestionados por la Cooperativa Fernheim, constituyen un claro ejemplo de éxito en los negocios, que quiere ser replicado por otros destinos. Por ello, además de conocer el patrimonio cultural menonita, existe un cierto flujo de turistas, con un perfil de negocios, que quieren saber más acerca del desarrollo económico, industrias y cooperativas menonitas.

Filadelfia es **multicultural**, aunque **las comunidades indígenas** que residen en el núcleo urbano se encuentran poco vinculadas a otras actividades económicas que no sean las propias de las industrias que pertenecen a las cooperativas Fernheim. La recuperación de su identidad y reconstrucción del tejido son esenciales para tener unas comunidades empoderadas que, en el caso de quererlo, puedan formar parte del desarrollo turístico de Filadelfia. La única representación de la cultura indígena del Chaco en Filadelfia es el Centro de Interpretación y Artesanías; lugar donde pueden comercializar sus productos.

Filadelfia **tiene varios retos que superar**; el acceso y la distancia a los atractivos naturales, con carreteras de terracería que se vuelven intransitables cuando llueve. Esa accesibilidad junto con las grandes distancias dificulta el acercamiento y conocimiento de espacios naturales tan importantes, como por ejemplo el Parque Natural Defensores del Chaco, el cual tiene una porción de territorio dentro del Distrito de Filadelfia. La oferta turística, alojamiento y restaurantes, aunque escasa, es de una buena calidad y suficiente para la cantidad de visitantes que pasan por el destino. Sólo es necesario aumentar la oferta de alojamientos tipo campings, que son altamente demandados por estudiantes escolares y universitarios que llegan a Filadelfia.

Filadelfia **necesita plantearse el tipo de estrategia de desarrollo sostenible que quiere implementar** para avanzar turísticamente, ya que se enfrenta a un gran reto, compatibilizar el desarrollo turístico con el desarrollo ganadero e industrial que lo caracteriza. Filadelfia **es un destino emergente**. Se encuentra en un momento inicial de desarrollo y debe orientarse a acciones como; ordenar y mejorar sus atractivos turísticos, naturales y culturales, invertir en planta turística, dotar a los circuitos de la infraestructura necesaria, señalizar vial e interpretativamente los circuitos, que es lo que da valor al destino y le confiere singularidad. Además, Filadelfia ha de mejorar el transporte terrestre público, a través de la dotación de un mayor número de líneas interurbanas que lo conecten con el resto del Chaco.

Articular a todos los actores locales capacitándolos y concienciándolos con la cultura turística es fundamental para el desarrollo de Filadelfia. Trabajar en pro de una gobernanza eficiente, a través del **fortalecimiento de CONTURFIL** y otras figuras de participación, como consejos locales y unidades gubernamentales de turismo es esencial. No sólo para la puesta en marcha del Plan de desarrollo turístico, sino también para la toma de decisiones participativas acerca del futuro turístico de Filadelfia.

**Otro de los proyectos clave en el posicionamiento y desarrollo turístico de Filadelfia, es el Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano.** Un Centro Museístico que ofrecerá al turista toda la información sobre el Chaco Paraguayo, siendo la puerta al conocimiento de este territorio, de su cultura y naturaleza. Así, Filadelfia se convierte en el destino que muestra al mundo el Chaco y toda su riqueza tanto natural como cultural.

**Este Plan de Desarrollo Turístico debe concebirse como una hoja de ruta o plan de actuación.** Además, debe dotarse de presupuesto para la ejecución de los programas y proyectos que incorpora el plan. La disponibilidad de recursos materiales y humanos es el eje fundamental en la implementación efectiva. Si no existe por parte de la gobernación y de la municipalidad la inversión, en términos económicos y de recursos humanos necesarios para la implementación del mismo, el destino progresará de forma desarticulada.

## 4. Planificación turística del Paraguay

Son varios los planes que 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 social<sup>2</sup> 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**<sup>3</sup>. 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.

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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.

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, a tener en cuenta para la definición de estrategias de creación de empleo y oportunidades para las áreas rurales y colectivas desfavorecidas.

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
- Definir 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 de Desarrollo y ordenamiento territorial, 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 guiar 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 sean 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 anexas 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

La elaboración del 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.

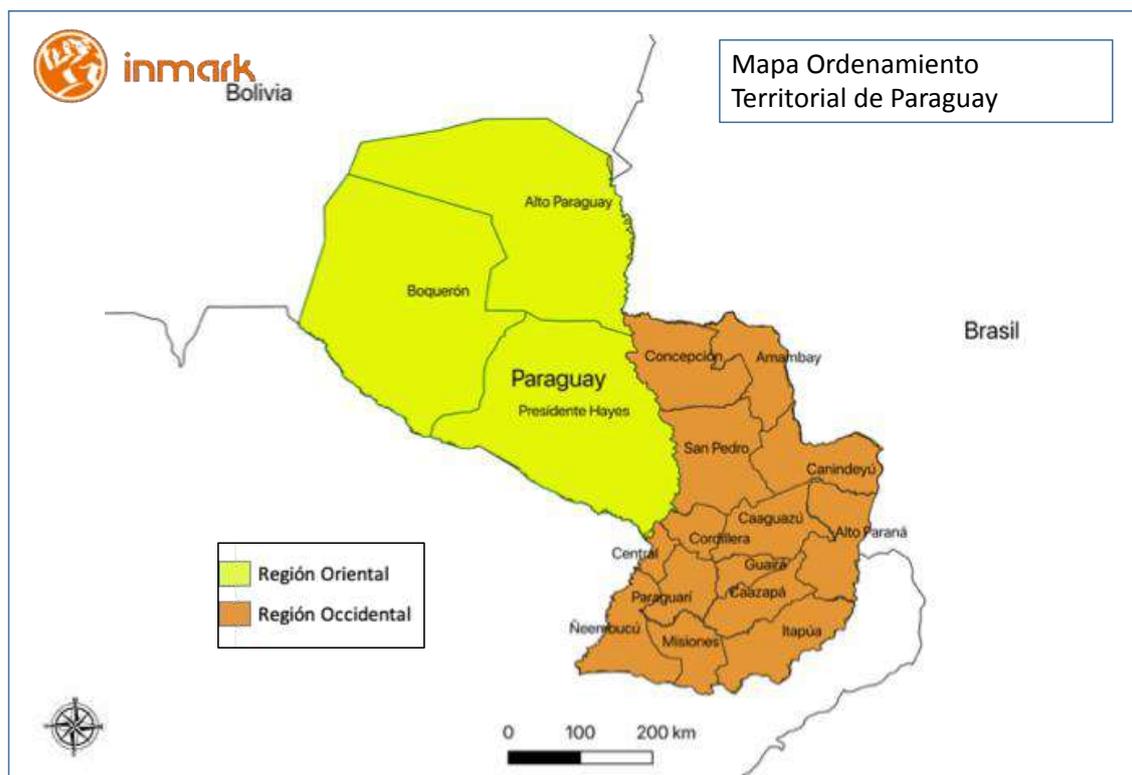
En lo que respecta a las relaciones exteriores, Paraguay pertenece al Mercosur (Mercado Común del Sur) y a la Unasur (Unión de Naciones Suramericanas), lo cual facilita los flujos de visitantes y comercio entre los países miembro. Mantiene relaciones estrechas con la Unión Europea y Taiwán (China-Taiwán), 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.

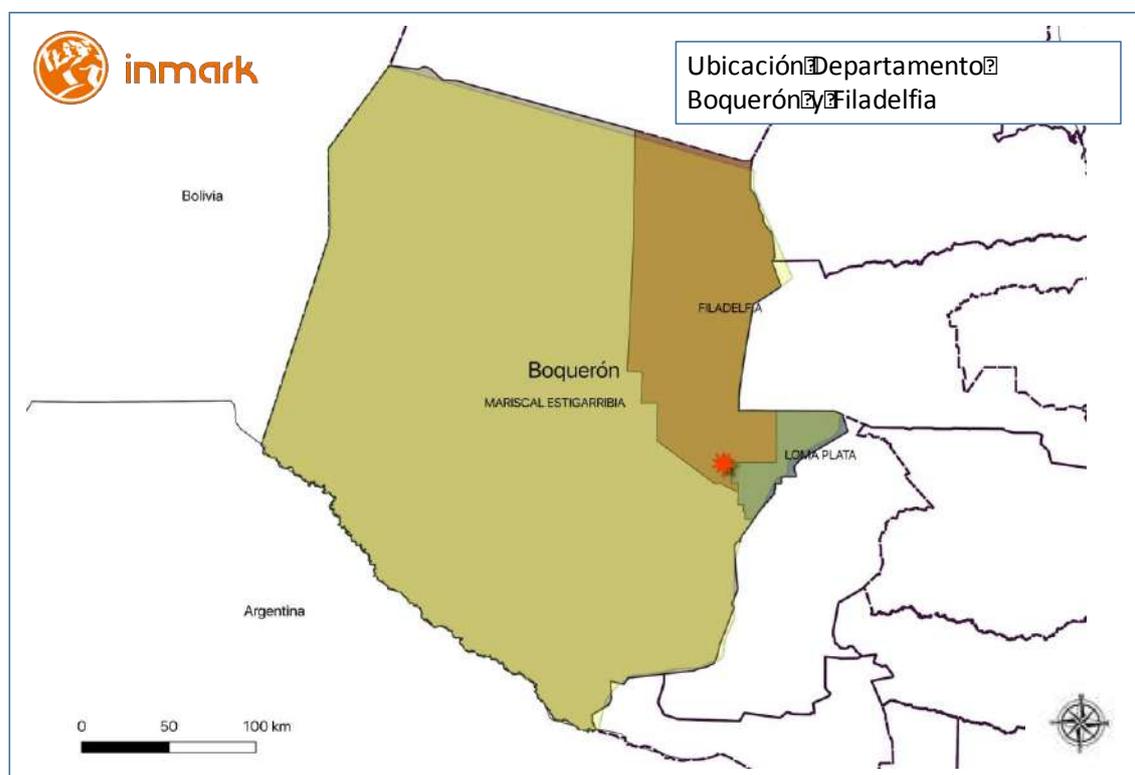
Mapa 3. Ordenamiento territorial de Paraguay



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

### 5.1.2. Contexto Urbano de Filadelfia

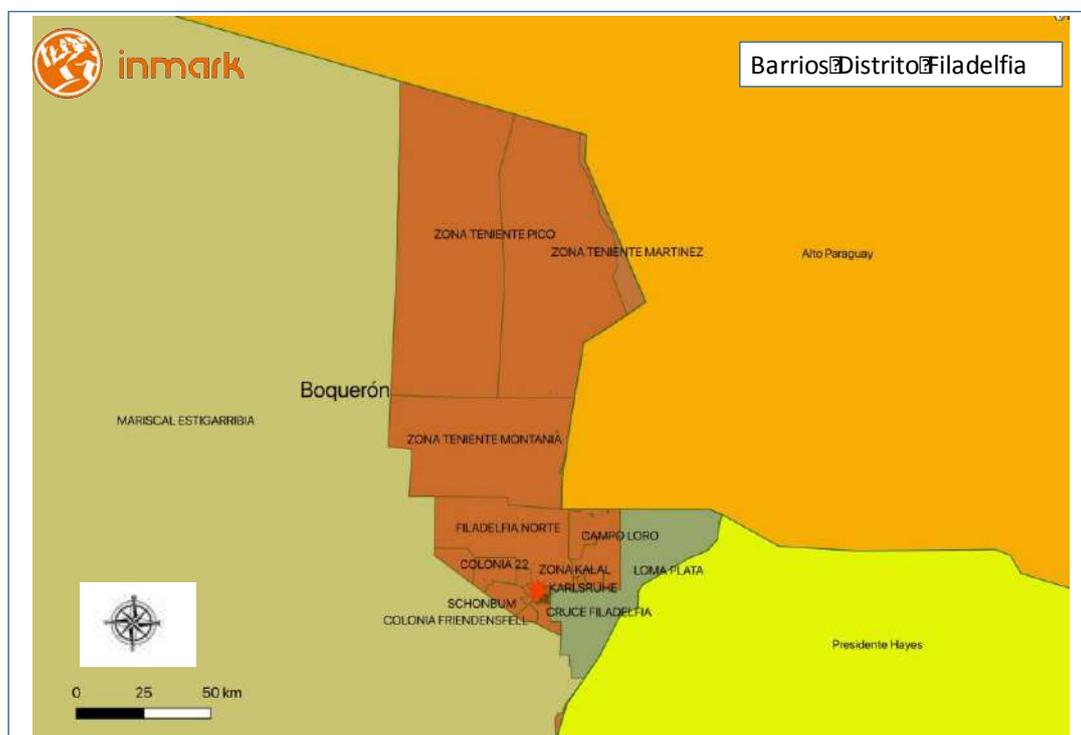
Filadelfia es la **capital del Departamento de Boquerón**, fundada en 1931 como centro administrativo de las aldeas menonitas, de las instituciones comunes y del procesamiento de productos agrarios de la Colonia Fernheim. A su llegada al Chaco, los menonitas, que llegaron principalmente de la Unión Soviética 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

La ciudad de Filadelfia se encuentra dividida en tres zonas: la zona industrial, la zona comercial y la zona residencial. En 2006, consiguió independizarse de Mariscal Estigarribia para ser un distrito independiente, ocupando una superficie total de 13.879 km<sup>2</sup>, con una población cercana a los 23.000 habitantes, de los cuales el 65% viven en el casco urbano. Así mismo, el distrito se encuentra dividido por zonas y barrios tal y como aparece en el mapa:

Mapa 5. Barrios de Filadelfia



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

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. Para la administración de Filadelfia, en 1934 fue elegido el primer alcalde y así de forma sucesiva. Sus obligaciones eran la administración de la ciudad, el mantenimiento del jardín de infantes y de las escuelas privadas, además del cementerio, apertura de nuevas calles, cementación y mantenimiento de las veredas, el regado de las calles de tierra para combatir el polvo, instalación y mantenimiento de los reservorios de agua o tajamares de la ciudad, como así también los espacios verdes y parques.

### 5.1.3. 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 cooficial 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 \(1865-1870\)](#) que diezmó 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 país<sup>4</sup>. Posteriormente, [la guerra del Chaco \(1932-1935\)](#) también influyó en la demografía de la sociedad paraguaya.

[La población actual del Paraguay 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).

[En Filadelfia](#), la multiculturalidad está muy presente. Se encuentran instaladas familias indígenas – que acaparan el 60% de la población–, brasileñas, menonitas con hijos paraguayos y paraguayos naturales (de madre y padre paraguayos) y alemanes – brasileños. 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).

[En cuanto a los menonitas](#), en el año 1932 vivían cuatro familias en Filadelfia, en 1937 se contaban 104 habitantes, en 1947 eran 469 y en 1957 ya sumaban 704 habitantes. Hoy, los descendientes de estos primeros colonos son 3.500 personas. El 88% son nacidos en Paraguay.

Además del genuino núcleo de unos 3.500 menonitas, en Filadelfia hay hoy otros barrios cuyos habitantes corresponden a etnias bien diferentes, son las comunidades indígenas. [En el barrio Enlhet Cacique Mayeto viven aproximadamente 1.360 personas](#). Son los originarios de Filadelfia.

[La comunidad Nivaclé Uj’e Lhavos cuenta con 3.270 miembros](#). Ellos llegaron en los años 50 desde la zona del río Pilcomayo, cuando los granjeros del Chaco central necesitaban mano de obra para la cosecha del algodón.

---

<sup>4</sup> Fuente: Wikipedia.

Los indígenas guaraníes centrales llegaron en los años 60 hasta Mariscal Estigarribia como obreros y trabajadores y más tarde los de Puerto Casado. La Guerra del Chaco hizo que otros emigraran de Bolivia al Chaco paraguayo. Ellos **viven en Villa Guaraní Yvopey y suman unos 730 miembros del grupo.**

El mercado de trabajo de los años 70 atrajo a los “alemanes-brasileños” y “paraguayos-latinos” hacia Filadelfia. Ellos viven principalmente en el **Barrio Amistad y suman unos 2.500 habitantes.**

Las dependencias gubernamentales y sus empleados se instalaron en Filadelfia, cuando esta se constituyó en capital departamental en **Villa Dollinger**, barrio que cuenta con unas 200 personas. El **Barrio Primavera** es otra parte de la ciudad en el sur de Filadelfia con aproximadamente **200 personas.**

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

*La Reforma Religiosa de 1525 propició un estudio detallado de la Biblia y críticas al culto católico. El ex - sacerdote católico Menno Simons, líder de este movimiento de anabautistas y, organizó su propia iglesia. De su nombre Menno, deriva 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 de miembros bautizados.*

*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: Luego de que 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: Ofrecieron 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.*

#### 5.1.4. 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.

Filadelfia, 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 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 Fernheim-Neuland), maní y sésamo (Agrochaco) y la comercialización de ganado para el frigorífico (Frigochaco). Todas generan puestos de trabajos, además de los servicios que se requieren como apoyo a su producción.

*Las mil quinientas setenta y dos personas que habían propiciado la emigración de la Unión Soviética, fundaron en 1930 la Colonia Fernheim. Inicialmente se organizaron en 12 aldeas con 20 a 25 granjas cada una. En los años sucesivos se sumaron otros pequeños grupos y actualmente la colonia cuenta con 25 aldeas más el centro, la ciudad de Filadelfia.*

*Para la administración de la sociedad colonizadora y para la coordinación de la comercialización de los productos agropecuarios, como también para la provisión de los productos de consumo fue necesaria la organización de un centro administrativo. La elección recayó en el sitio donde actualmente se encuentra la ciudad de Filadelfia, pues allí se había detectado suficiente agua dulce subterránea, además de encontrarse en un punto equidistante de las aldeas en aquel entonces instaladas.*

*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.*

*Posteriormente vendría la conformación de la Cooperativa Fernheim.*

*La cooperativa y la Asociación se dedican a fines distintos; la cooperativa a gestionar toda la parte productiva y la Asociación a velar por la calidad de vida de los asociados la educación, la salud, la convivencia con las etnias indígenas y otros temas sociales.*

La **Cooperativa Fernheim** trabaja cuatro grandes líneas:

#### ■ **Lácteos CO – OP**

Lácteos CO-OP nace de la fusión de dos Cooperativas, Fernheim y Neuland. La planta procesadora está ubicada en la ciudad de Filadelfia, Chaco. El primer producto de Lácteos CO-OP fue la leche, luego se fueron incorporando otros productos, entre leches, yogurt, dulce de leche, crema de leche, postres, quesos y manteca.

#### ■ **Carne Vacuna: Frigochaco Natural Beef y Don Pepe.**

Gran parte de los socios de la Cooperativa Fernheim se dedican a la ganadería. La producción llega a más de 100.000 cabezas de ganado por año, 90% de las cuales se exportan. La producción de carne de la Cooperativa Fernheim se realiza bajo sistemas de manejo extensivo, esto es, los animales pastan libremente en campos naturales y sobre pasturas de alta calidad, logrando carnes con menor contenido de colesterol y tenor graso.

Las principales razas criadas por la Cooperativa Fernheim y sus socios son Brahman, Santa Gertrudis, Gelbvieh y otras razas compuestas. La alta calidad de la carne satisface exitosamente las exigencias del mercado paraguayo y mundial. La carne se consume en los países de América del Sur, Europa, Asia, África y Medio Oriente.

Frigochaco es el frigorífico de la Cooperativa Fernheim ubicado en Limpio, posee una superficie construida de más de 13.000 m<sup>2</sup> y una capacidad de faena para 24.000 animales por mes. Además cuenta con su propio saladero.

#### ■ **Agrochaco (Maní y Sésamo)**

La Cooperativa Fernheim compra, procesa y comercializa - con la marca Agrochaco - productos agrícolas producidos por sus socios. Los productos para la exportación son maní, sésamo y semillas de pastura como el Gatton Panic, Urucloua y Sudan negro.

Los socios agricultores de la Cooperativa Fernheim han cultivado el maní desde su fundación en 1930. En la década del 70, la Cooperativa Fernheim inició la exportación de maní a Japón y en el año 1997 empezó a exportarlo a Europa. El maní se almacena, se descascara y se selecciona electrónicamente y mecánicamente.

En el año 1951, la Cooperativa Fernheim inició la investigación y producción de sésamo.

A partir de 1986, los socios de la Cooperativa Fernheim han cultivado el sésamo a mayor escala con fines comerciales. El sésamo se comercializa en forma natural y se exporta a varios destinos internacionales.

#### ■ **Cencoprod**

Es la primera alianza comercial de las tres Cooperativas más grandes del Chaco Paraguayo, Cooperativa Chortitzer Ltda., Cooperativa Colonizadora Multiactiva Fernheim Ltda. y Cooperativa Multiactiva Neuland Ltda., hecha realidad el 23 de junio de 2007. El primer proyecto común fue la planta procesadora de cueros bovinos.

Luego, con la ampliación de la planta procesadora de harina de carne y huesos & grasa industrial; se cierra el círculo de producción ganadera iniciada en el Chaco Paraguayo.

Cencoprod Limitada recibe la materia prima – cueros frescos, huesos y sebo – resultante de la faena diaria de los frigoríficos aliados (Frigochorti, Frigochaco y Frigorífico Neuland).

Todas las industrias ubicadas en Filadelfia pueden ser visitadas con interés turístico previa cita con la Cooperativa. Así mismo, actualmente ya existe este tipo de visitas tanto desde el sector académico con estudiantes del país, como con turistas de negocios que quieren conocer mejor la forma de trabajar de la Cooperativa y sus industrias.

#### 5.1.4.1. Artesanías

Las comunidades indígenas que viven en Filadelfia, trabajan en las industrias de la Cooperativa Fernheim, como asalariados, ya que los socios únicamente son los menonitas. Además de estos trabajos, algunos se dedican también, sobre todo las mujeres, a la elaboración de artesanías que son comercializadas en:

- **El Centro de Artesanías del Chaco;** pertenece a la municipalidad de Filadelfia y es un proyecto que fue cofinanciado por la Unión Europea.

El Centro de Artesanía del Chaco 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, Boquerón. Este centro, 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 (*Bulnesiasarmientoi*).

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.



Fuente: Inmark Europa SA

- **La tienda de Artesanías “El Mensajero”:** pertenece a una ONG menonita. Vende artículos de artesanía indígena. También ofrecen libros cristianos en español, Biblias y libros para escuela. Para comer: miel de abeja y ají.

#### 5.1.5. 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.

Uno de los aspectos más importantes como fortaleza para el desarrollo turístico, en que [Filadelfia da cuenta de 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. Esto se articula con el nivel central para el establecimiento de rutas y paquetes turísticos.

Al respecto, fuentes de información para viajeros de Estados Unidos, España, Australia e Inglaterra, en el contexto de los denominados **Travel Warnings** incluyen al Paraguay por el aumento del riesgo en algunas áreas. Específicamente para el departamento de Alto Paraná, el Departamento de Estado de Estados Unidos lo nombra junto con Amambay, Canindeyu, San Pedro y Concepción, por tener elementos criminales transnacionales como tráfico ilícito de armas, narcóticos, y bienes, además de que la presencia de la policía es limitada.

El Ministerio de Asuntos Exteriores de España incluye a Ciudad del Este en las zonas de riesgo por la inseguridad en las aglomeraciones de gente durante los horarios comerciales. Esta ciudad también es nombrada por los gobiernos de Australia e Inglaterra aduciendo los mismos motivos y el tráfico de drogas.

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

No hay menciones específicas, en ningún caso, a Filadelfia.

## 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, CADEP<sup>5</sup>. 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 Pettrossi](#), el cual está ubicado en la ciudad de Luque a 13 Km. de Asunción. Es el que presenta mayor tráfico del país. La conectividad internacional se considera baja.

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

<sup>5</sup> Fuente: Julio Ramírez “Inversiones y financiamiento de obras viales”.

- AVIANCA – Vuelos diarios a LIMA (conexiones con destinos de Suramérica, Norteamérica, Caribe y Centroamérica)
- COPA AIRLINES – 2 Vuelos diarios a PANAMÁ (conexiones con destinos de Norteamérica, Caribe y Centroamérica)
- LATAM – vuelos directos a BUENOS AIRES, SAO PAULO, SANTIAGO DE CHILE y LIMA (conexiones con el resto del mundo)
- AEROLÍNEAS ARGENTINAS – 2 Vuelos diarios a BUENOS AIRES (conexiones en toda Argentina vía Aeroparque y vuelos Internaciones desde Ezeiza)
- GOL LÍNEAS AÉREAS – 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 / CÓRDOBA (Argentina) con derecho a tráfico solo a dicha ciudad.
- AMAZONAS – 5 vuelos semanales a SANTA CRUZ (Bolivia) y MONTEVIDEO (Uruguay).
- FLYBONDI. Aerolínea de la Argentina, inició sus operaciones en Paraguay el pasado 17 de diciembre, conectando las ciudades de Buenos Aires y Asunción. La línea aérea cuenta con 4 frecuencias semanales entre el aeropuerto Silvio Pettrossi y El Palomar, en el Gran Buenos Aires, los días lunes, miércoles, viernes y domingos, con aeronaves Boeing 737-800 de 189 asientos y conexiones a 12 destinos de Argentina.

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 Guazu a 30 km 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 charter o privado. Aeropuerto Nacional
- Aeropuerto de Itaipú, de muy buenas condiciones, solo operan vuelos autorizados por la Entidad Binacional (Ubicado en Hernandarias).

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 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 solo solo una cabina de radio básico). Muchas de estas pistas son de propiedad privada (Estancias o establecimientos rurales).

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 Filadelfia*

Tal y como se comentó, [Filadelfia se localiza por vía terrestre a 470 km. de Asunción, la capital del Paraguay. Se conecta con el departamento del Boquerón a través de la Ruta Presidente Carlos Antonio López](#), para tomar un segundo tramo a través de la ruta General Eugenio A. Garay. La malla vial es precaria, pues cuenta con apenas 120 km de camino asfaltado y prevalecen las trochas y caminos de tierra que hacen del uso de las camionetas y coches 4x4 casi el único medio de desplazamiento. En ese sentido los menonitas cumplen una labor clave en el mantenimiento de los caminos puesto que parte de los impuestos que pagan a la Cooperativa es para la inversión en ellos.

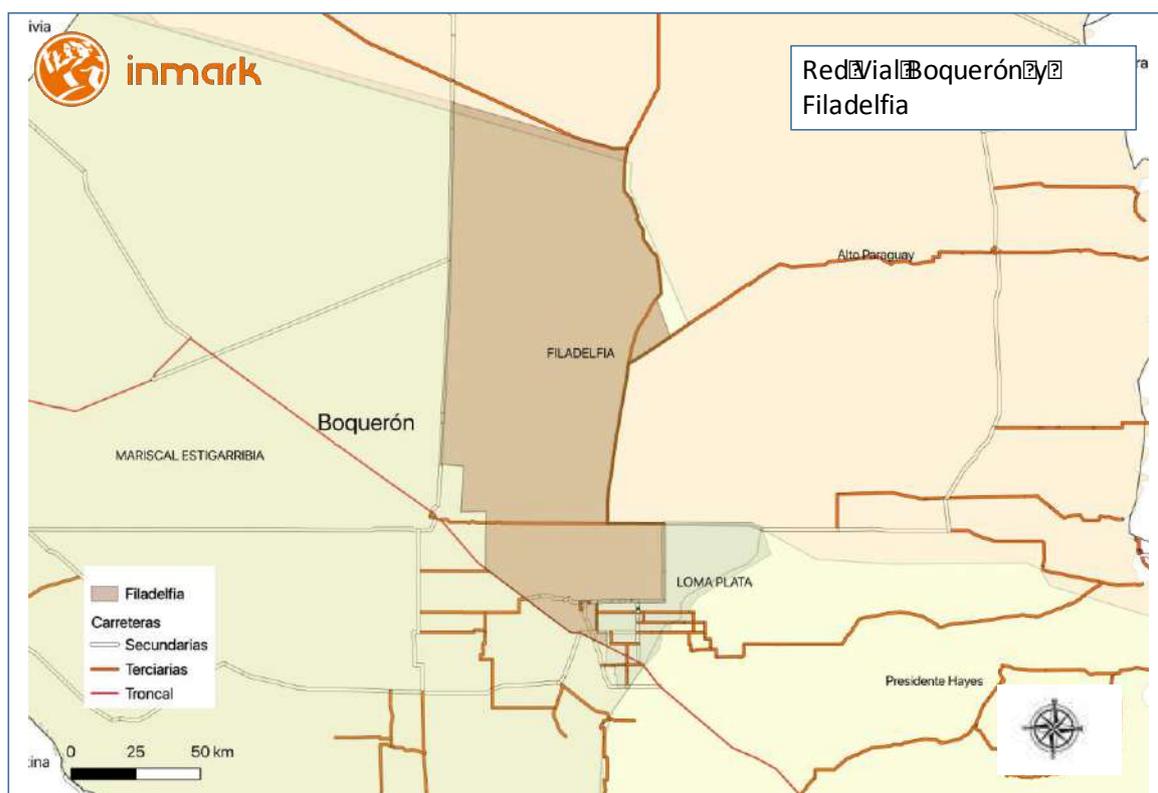
[El aeropuerto Mariscal Estigarribia del Chaco, si bien tiene categoría de "internacional" no tiene vuelos comerciales](#) de pasajeros ni de carga. Solo es utilizado por avionetas privadas y algunas veces por la fuerza aérea.

Respecto al 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 Chaco central tiene varios 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.

Mapa 6. Red vial de Filadelfia



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

### 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 Boreal<sup>6</sup>.

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 (Mesozoico), 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.

Otras elevaciones montañosas son la Cordillera del Amambay que también es un límite natural con Brasil cuyas mayores elevaciones con 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).

<sup>6</sup> Fuente: Diccionario Espasa Calpe, pp. 1135-1136

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.

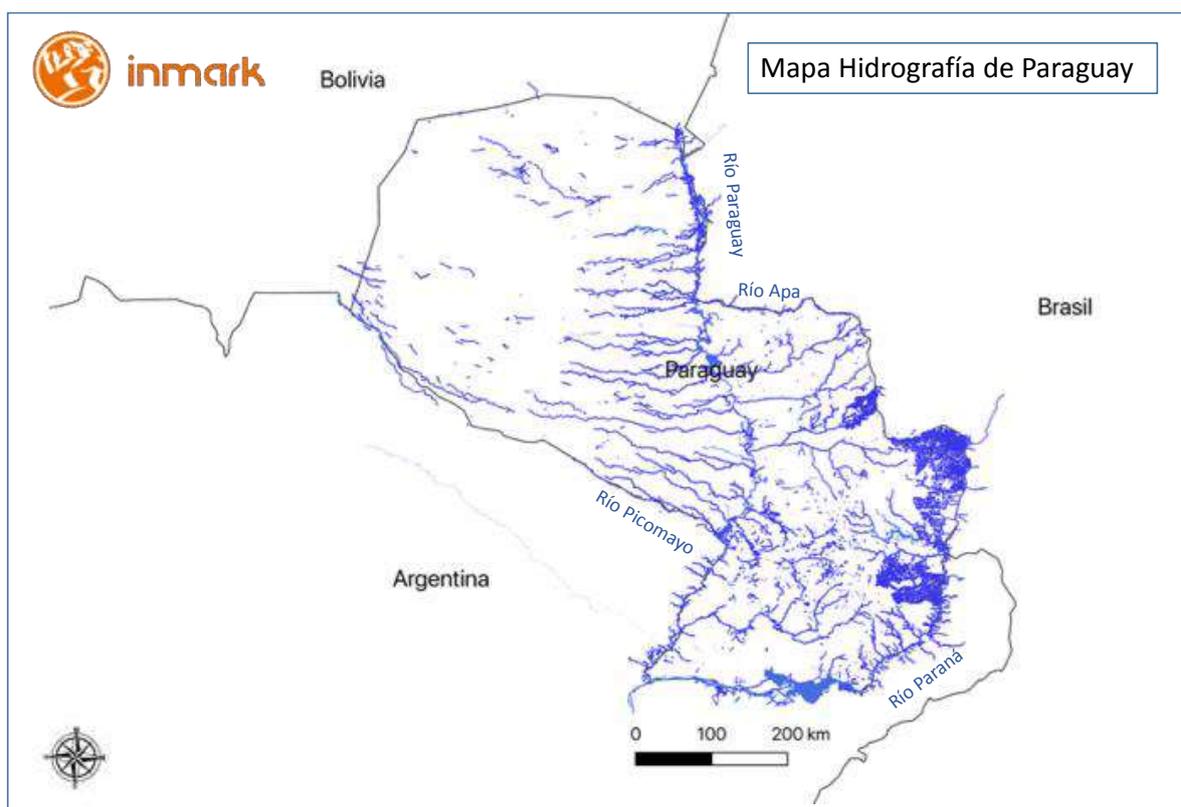
Por otro lado, está **la región Occidental o Chaco** que tiene el 61% del territorio nacional y alberga a un poco más del 2% de la población, con un territorio formado por un fondo marino que emergió en la era Cuaternaria de tierras secas y arcillosas, poblado de matorrales extensos y palmares, esteros y lagunas.

El Gran Chaco es el área boscosa más grande del continente después del 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.

Como ya se mencionó, el **Río Paraguay delimita las regiones oriental y occidental**.

**Mapa 7. Hidrografía del Paraguay**



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

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 Yacretá** 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 Yacretá 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.

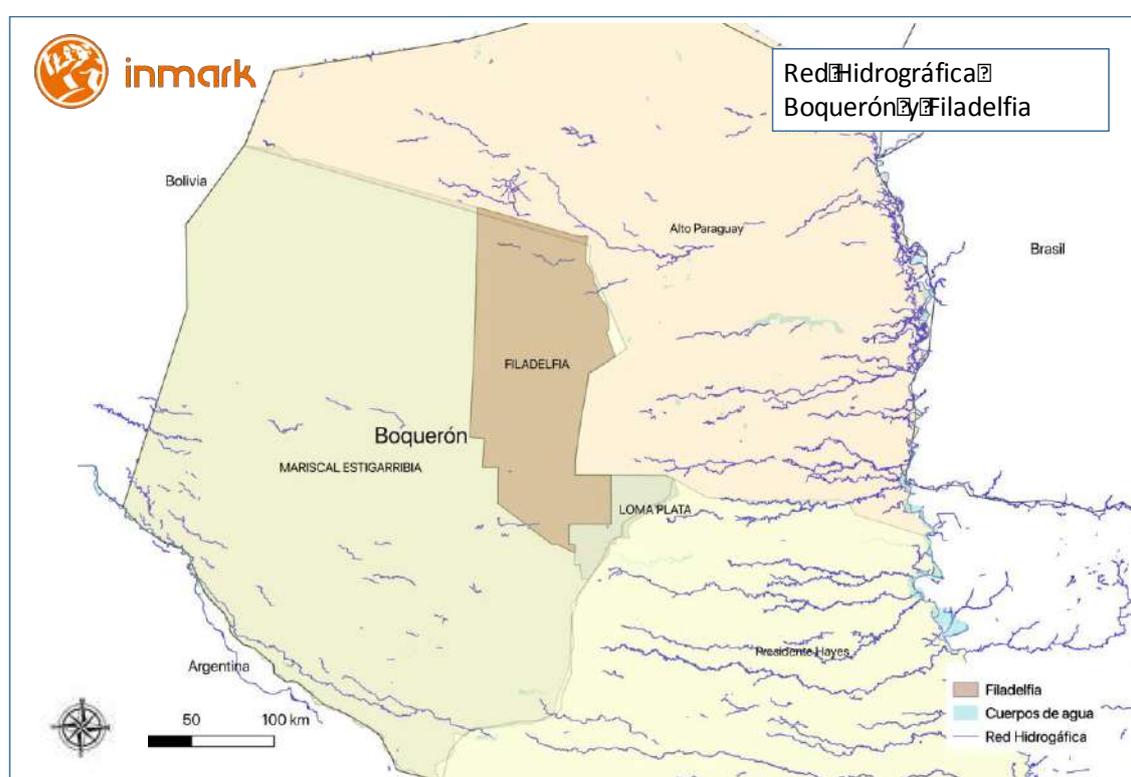
La **riqueza hídrica del Paraguay constituye un factor de competitividad**. Aun cuando la Hidrovía Paraguay – Paraná es mayoritariamente para transporte de carga, también representa una oportunidad de integración fronteriza y un elemento potencialmente atractivo para el desarrollo de productos turísticos 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 Filadelfia

Respecto a la **Hidrografía**, el Chaco presenta un déficit hídrico muy elevado, siendo su evapotranspiración de 1.700 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 colección de agua por superficie de captación que les permite acumular agua en lluvias pequeñas, y que sin esta tecnología no se podrían captar.

En el Chaco Seco (ecorregión donde se encuentra Filadelfia) 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 de 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.

Mapa 8. Hidrografía Del Departamento de Boquerón y Filadelfia



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

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 se logra llenar los reservorios, si bien esto implica sacrificar terreno para mantener estos sistemas.

El tanque australiano es el punto final de la reserva, siendo una construcción circular y elevada, con paredes de tierra que sirve para distribuir después 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 en un año muy seco no basta para contrarrestar la escasez.



Fuente: Ruraladía, el Chaco paraguayo y la tecnología de captación de agua

Se calcula que se acumulan 5000 m<sup>3</sup>/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 Filadelfia

La Región Occidental del Chaco presenta alturas más bajas que las de la Región Oriental. Estas oscilan entre 91m y 390m. 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. La temperatura media anual varía entre 24 a 27°C.

El clima en Filadelfia es semi-tropical. La temperatura varía entre los 14°C y 37°C, con veranos calurosos en los que las temperaturas superan los 40°C y noches húmedas. Además, es la época en la que hay mayores precipitaciones. Durante el verano, la temperatura promedio es de 35°C. Durante el invierno se registra una temperatura promedio de 14°C. En el otoño y la primavera son predominantemente cálidos. La temperatura media es 25°C. El promedio de precipitaciones de Filadelfia es 104 mm anuales.

### 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 socioeconómica 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.

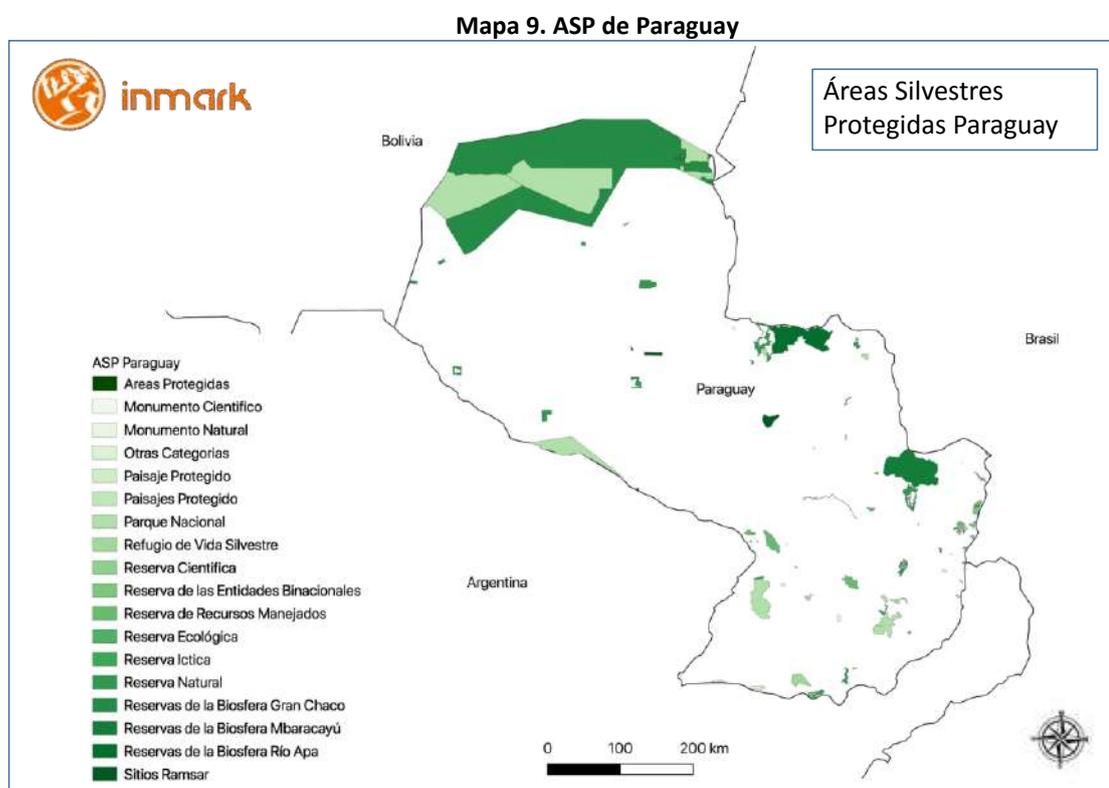
En cuanto al potencial para el aviturismo, Paraguay registra un total de 716 especies de aves, aunque existe alguna discordancia entre los expertos y la cifra oficial. De estas, 209 son especies de aves de interés especial o económico: endémicas, amenazadas a nivel global, casi amenazadas, de comercio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

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.



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

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
- 3 reservas de recursos manejados
- 1 monumento natural
- 6 paisajes protegidos
- 1 refugio de vida silvestre
- 1 reserva científica
- 2 reservas de recursos naturales
- 1 reserva nacional
- 1 monumento científico
- 1 reserva ecológica

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 Filadelfia*

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](#) 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. 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).

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: <http://parquesnacionalesdelparaguay.blogspot.com>

Esta eco región 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, sobretodo 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 terrestre*).

Lastimosamente, 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 Filadelfia

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.

Destaca también el **patrimonio industrial** que comprende las instalaciones industriales y de producción agropecuaria.

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 del Chaco, en 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.



Arete Guasu Fuente: 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 la Comunidad de Santa Teresita en Mariscal Estigarribia, y comienza 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.

### 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 Filadelfia ha sido la provisión continua de agua. Por ello, cada residencia se provee de agua mediante el acopio del agua de lluvia, el cual se acumula en aljibes o cisternas. La ciudad de Filadelfia cuenta además con unos 20 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, 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.

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.

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, el Hospital Filadelfia 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. Los servicios que brinda son: consultas médicas familiares y de especialistas, cirugías, internaciones, primeros auxilios, exámenes de laboratorio, diagnóstico con ultrasonido, EKG, rayos X y tomografía, incluso la gastro- y colonoscopia. Además, ofrece servicios fisioterapéuticos, fisioterapia y traslados con ambulancias. Una escuela de enfermería, INFORTES Filial Escuela de Enfermería Filadelfia, funciona en su seno desde hace 50 años. Es una carrera académica, reconocida por la Universidad Evangélica del Paraguay y que nutre de profesionales al hospital.

## ■ 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.

### 5.3.6. Planta turística

#### ■ **Caracterización nacional y en destino**

Como planta turística se entiende el conjunto de servicios turísticos presentes en un territorio dispuesto 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 los establecimientos creció al 22% anual entre 2012 y 2016<sup>7</sup>.

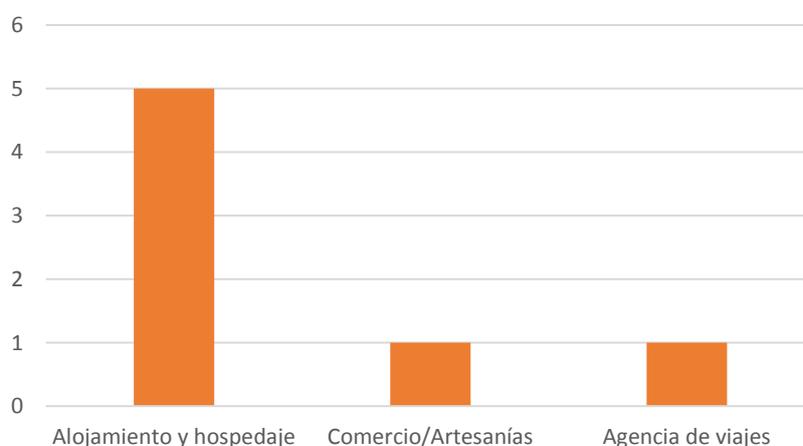
Asunción concentra aproximadamente el 20% de las camas (unas 5.700) y el 12% de los establecimientos de alojamiento (67 hoteles), con tendencia creciente, como se ha mencionado. La capital presenta además la mayor variedad de oferta de alojamiento hotelero, con un rango de precios entre los US\$ 45 y 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%.

#### 5.3.6.1. *Planta turística de Filadelfia*

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 a la **comercialización de artesanías** y el otro es una **agencia de viajes** de turismo emisor y receptor. Esta división se muestra en la siguiente ilustración:

**Ilustración 2. Cantidad de prestadores por tipo**



Fuente: Inmark Europa S.A.

<sup>7</sup> Información extraída del Plan Maestro de Turismo Sostenible 2018 – 2025 de Paraguay.

En Tripadvisor aparecen sólo dos alojamientos de Filadelfia. El Hotel Florida (posición nº1) y el Hotel Golondrina. El Hotel Florida pertenece a la Cooperativa Fernheim y es el mejor valorado, cuenta con 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.



Hotel Florida. Fuente: Inmark Europa S.A.

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



Hotel Golondrina. Fuente: Tripadvisor

El Hotel Touring Club Filadelfia se encuentra ubicado 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. Dispone según su web de salón climatizado, recepción, estar, ciber, tv, capacidad para conferencias hasta 200 personas, restaurante climatizado, capacidad para 100 personas, comidas nacionales, churrasquería, buffet a la carta. dormitorios en dos pabellones con 16 habitaciones espaciosas en suites bien equipadas, con capacidad para cuatro personas, con somieres y sofá-camas, aire acondicionados, frigobar, televisor, WiFi, piscina, quincho, parrilla, servicios de lavandería, estacionamiento interno.



Hotel Touring Club Filadelfia. Fuente: Tacpy

Otro de los establecimientos destacados que parece tanto en TripAdvisor como en Airbnb es el [Hotel Campestre Iparoma](#), un hotel ubicado en el área rural que ofrece además actividades vinculadas con la naturaleza.

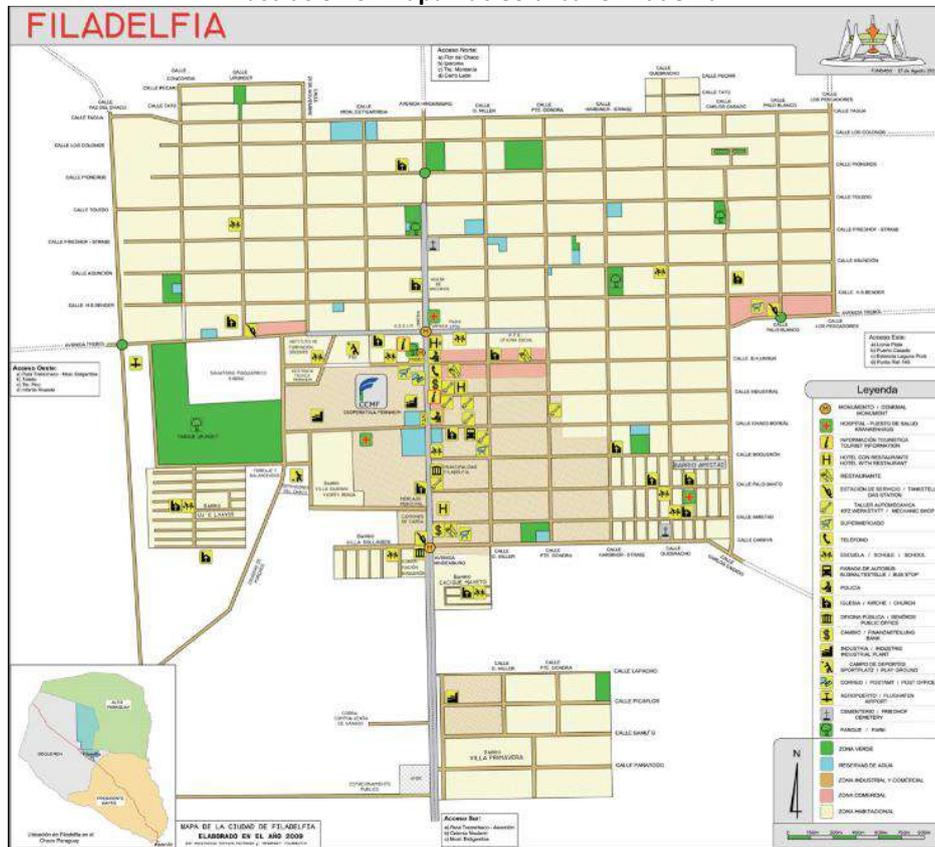
También existe un Club de Golf Privado; [El Gran Chaco Club](#) localizado a 5Km de Filadelfia. Fundado en el año 2013, brinda a sus miembros y visitantes con una experiencia única de Golf en el Chaco Paraguayo.

### ■ 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 3. 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 y es miembro de la CONTURFIL.

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.

**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.

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”.



Centro de interpretación del Gran Chaco Americano. 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.

- 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.



Rodeo Trébol. Fuente: Rodeo Trebol

## 5.4. Mercado Turístico

### 5.4.1. Contexto turístico

#### 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. Destinos como Rusia, Brasil e India se destacaron en la recepción de turismo, mientras que las subregiones Europa Meridional y Mediterránea, Asia Meridional y del Sudeste y África del Norte se convirtieron en los destinos con mayor demanda.

**Ilustración 4. Turismo internacional 2017**



Fuente: © Pionnière (UNWTO) de turismo internacional 2018 - 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.

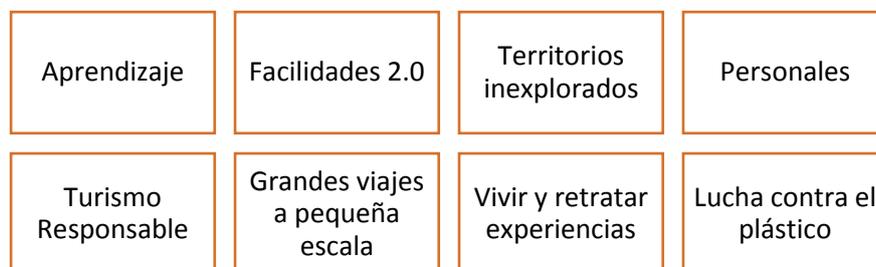
El porcentaje del aporte de la industria de los viajes y el turismo al PIB en el sector de las Américas no difiere del 10% descrito anteriormente a nivel mundial. Sin embargo, la subregión del Caribe es la región que más depende del turismo a nivel mundial, con el turismo como recurso primario de empleo 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 5. Ocho tendencias de viaje para 2019**



Fuente: Booking.com

TrekkSoft<sup>8</sup>, 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:

- 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**

<b>Aprendizaje</b>	<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 agro-sostenibles, entre otras.</p> <p>Se buscarán formatos novedosos de formación online, con cursos más cortos, más específicos, diseñados para mejorar las competencias.</p>
<b>Innovaciones 2.0</b>	<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>

<sup>8</sup> TrekkSoft 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.

<b>Territorios inexplorados</b>	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).
<b>Información personalizada</b>	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.
<b>Bleisure</b>	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.
<b>Turismo de salud y bienestar</b>	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.
<b>Vacaciones instantáneas</b>	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 Schofields, más del 40% de los encuestados menores de 33 años consideraron que "Instagram" es el influyente más importante para elegir destino.
<b>Turismo responsable y sostenible</b>	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”,
<b>Seguridad</b>	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.
<b>Destinos turísticos contra el plástico</b>	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).

**Vivir una experiencia auténtica**

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.

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, del 8,9%, se duplicó.

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;

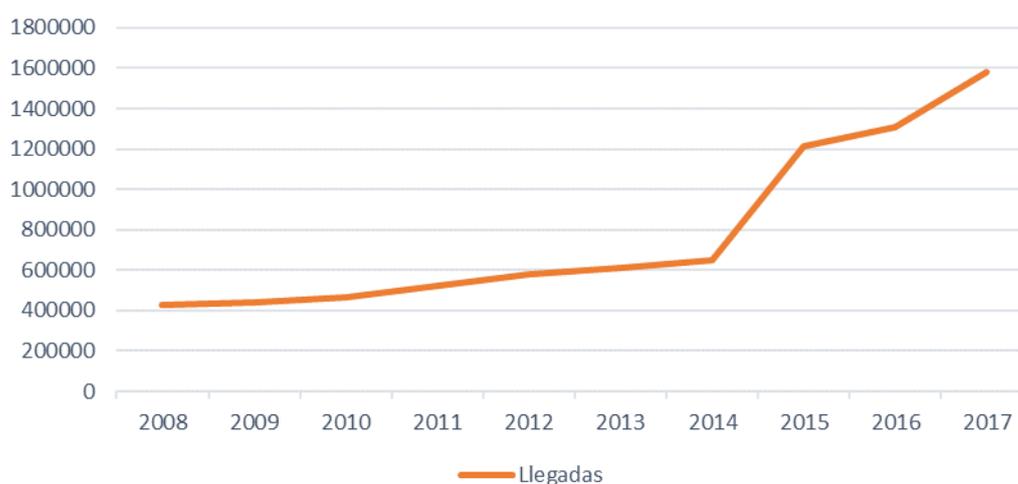
- **Búsqueda de apoyo institucional** al más alto nivel, para lograr, desde la acción política al más alto nivel posible, el compromiso de solucionar los problemas que están limitando la capacidad de crecimiento del sector;
- **Impulso a la Ruta Jesuítica multidestino**, contribuyendo a posicionar Paraguay 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 receptivo<sup>9</sup>

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.

**Ilustración 6. Llegadas de turistas internacionales**

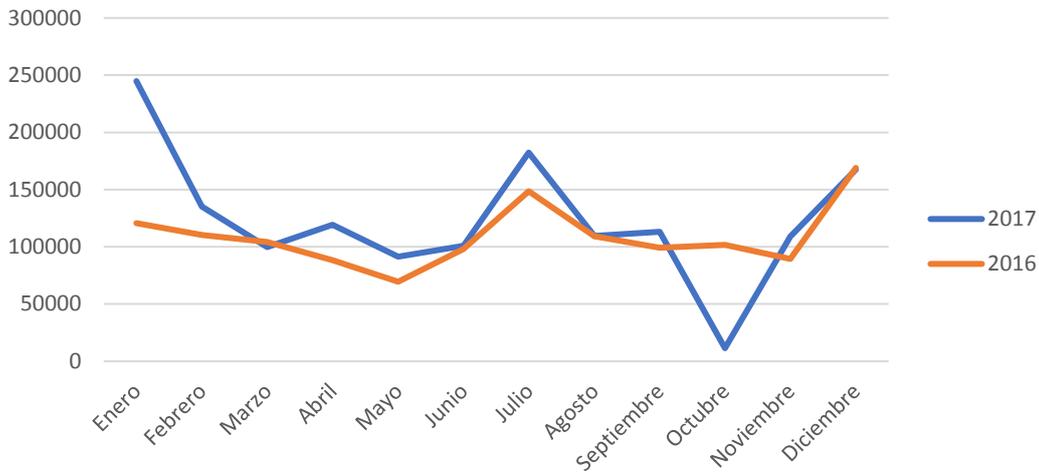


Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

Fuente:

<sup>9</sup> Toda la información analizada en el presente documento tiene como fuente, SENATUR.

**Ilustración 7. Llegadas mensuales de turistas internacionales**



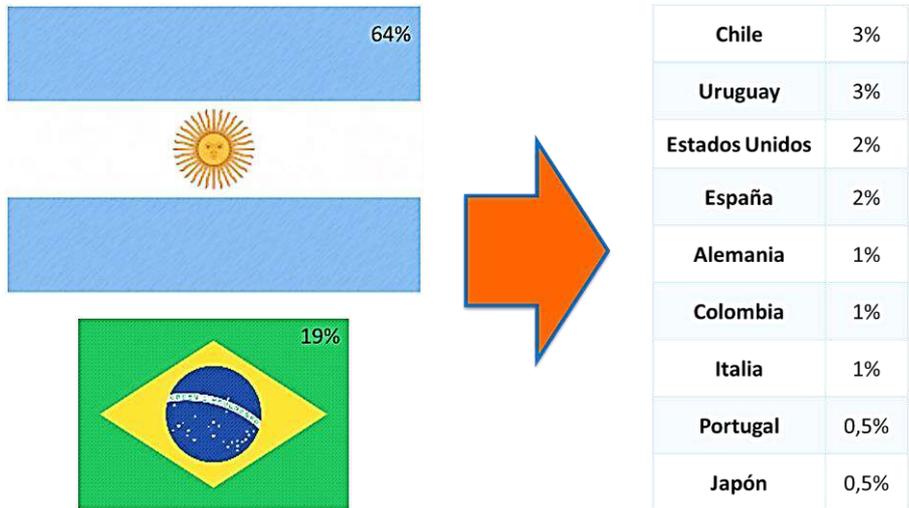
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

**■ 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 8. Mercado actual de turistas internacionales**



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

Para Filadelfia, los datos estadísticos obtenidos, son a través de los visitantes a los Museos Menonitas. Desde la unidad de turismo de los Museos, completan un registro y sacan mensualmente estadísticas sobre el número de visitantes, así como las nacionalidades de los mismos.

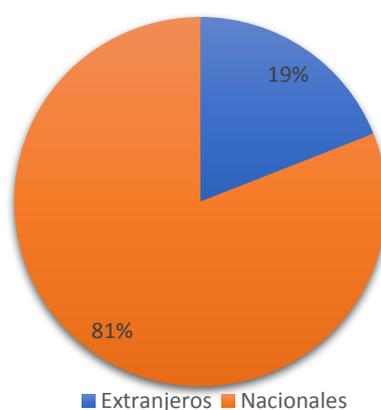
Es por esta razón, que es preferible hablar de visitantes, pero no de turistas, porque no existe la información sobre si las personas que visitaron los museos pernoctaron en Filadelfia.

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 a Filadelfia 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 Zelanda, Noruega, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Rusia, Suecia, Eslovenia, Singapur, Arabia Saudí, 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:

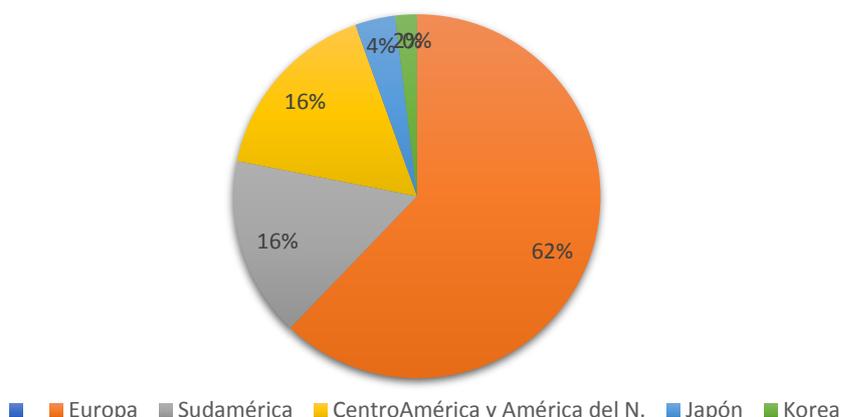
**Ilustración 8. Visitantes por Origen en 2017**



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):

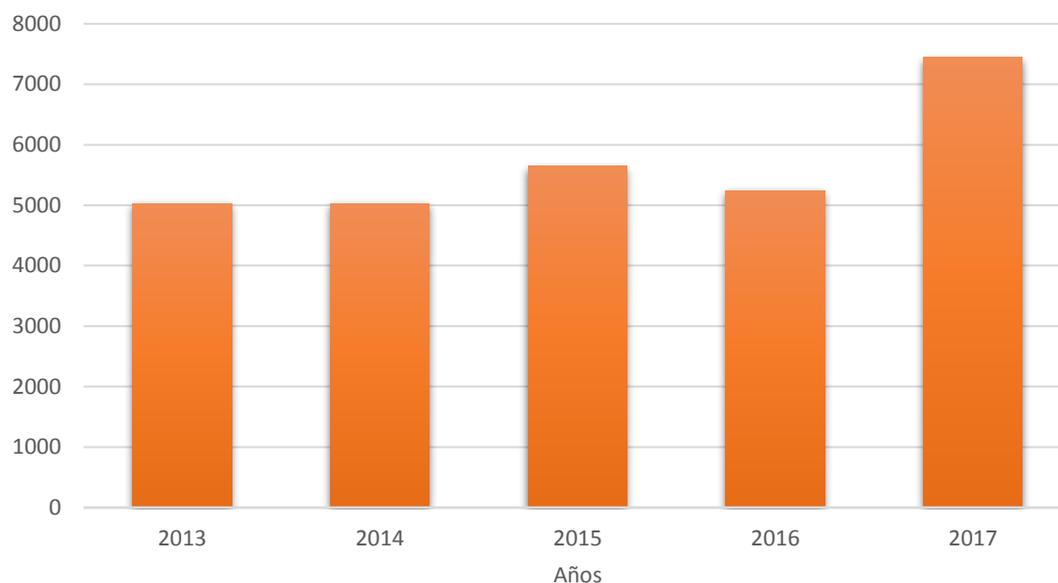
**Ilustración 9. Visitantes extranjeros en 2017**



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, a través del 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.

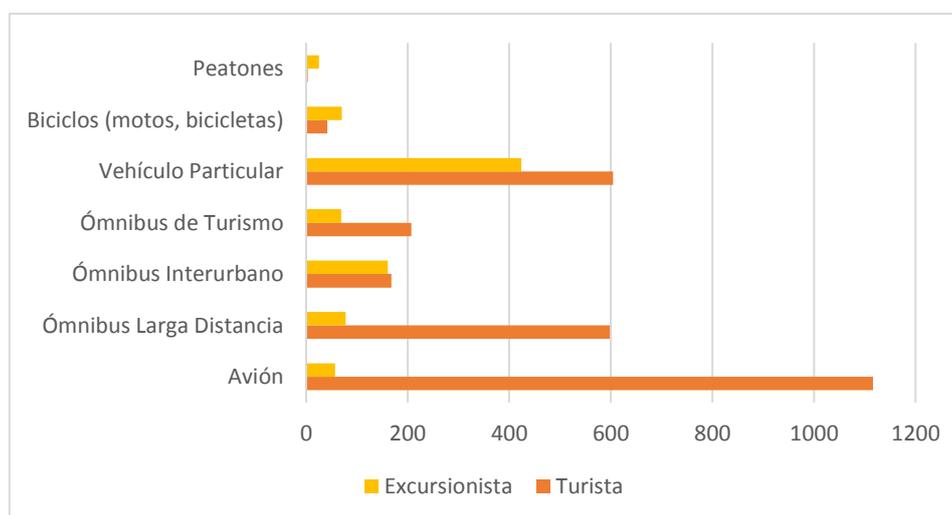
**Tabla 4. Visitantes ingresados al Paraguay según puntos de ingreso 2010-2015**

Vía de ingresos	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Vía aérea</b>	<b>133.112</b>	<b>172.715</b>	<b>212.896</b>	<b>210.330</b>	<b>237.207</b>	<b>232.679</b>
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
<b>Vía terrestre</b>	<b>315.009</b>	<b>325.050</b>	<b>336.415</b>	<b>367.699</b>	<b>384.718</b>	<b>930.361</b>
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
<b>Vía fluvial</b>	<b>17.143</b>	<b>25.975</b>	<b>29.994</b>	<b>31.892</b>	<b>27.037</b>	<b>51.573</b>
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
<b>Total</b>	<b>465.264</b>	<b>523.740</b>	<b>579.305</b>	<b>609.921</b>	<b>648.962</b>	<b>1'214.613</b>

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**



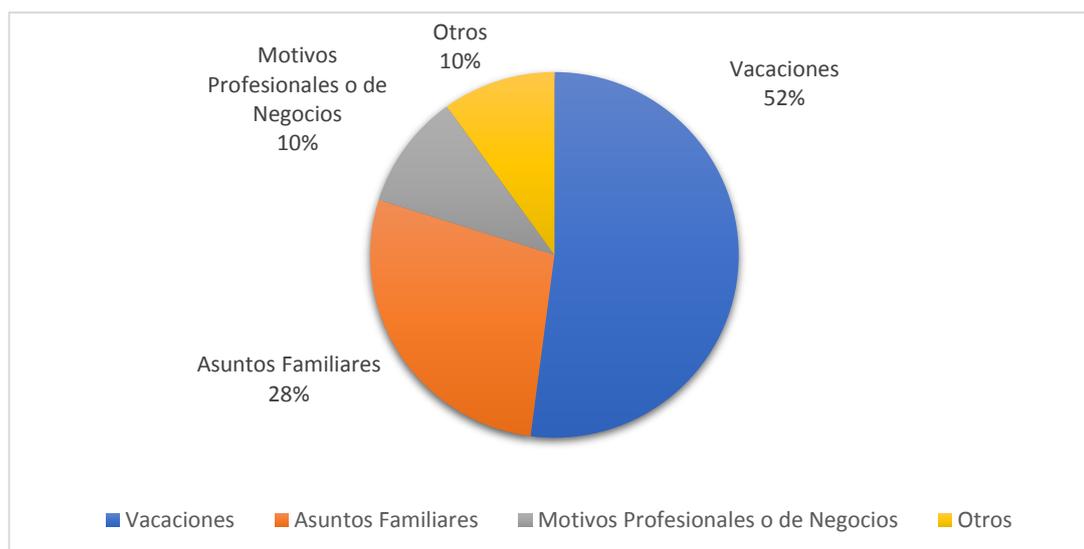
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

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.

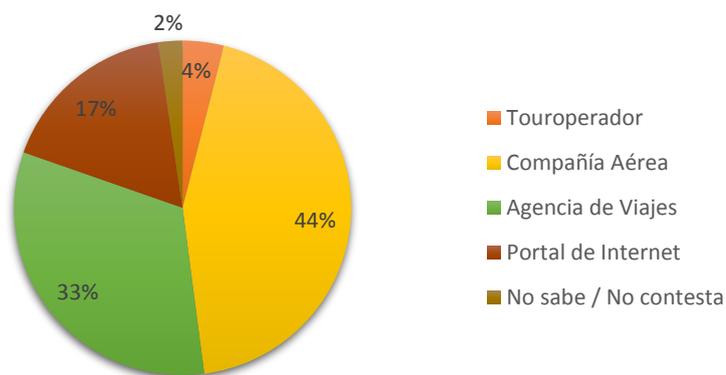
De acuerdo con una encuesta aplicada entre enero y julio de 2017, los visitantes destacaron otros factores relevantes en la elección del destino, como el clima, la tranquilidad, la seguridad, el relax que se percibe en el país, los paisajes y atractivos de naturaleza, las facilidades de traslado y la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

## ■ 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 pernотaciones, 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-hotelerero 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 pernотaciones 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.

**Ilustración 13. Actividades realizadas por turistas en el destino**



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

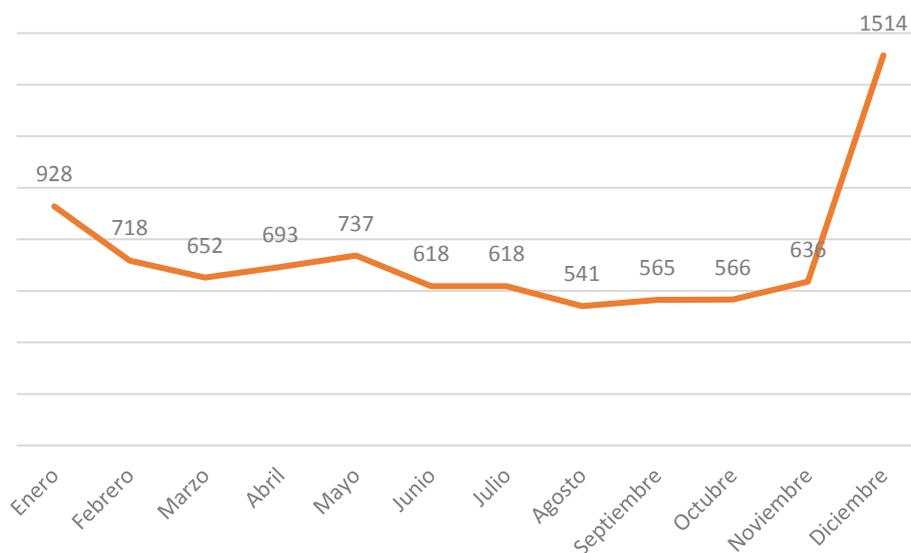
Existe una actividad que genera polémica, que aun cuando no se realiza con frecuencia, se debe considerar como elemento de análisis. Se trata de la cacería de palomas, actividad valorada con un puntaje bajo por parte de los turistas y que, por otro lado, puede atentar contra la imagen misma del destino, 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.

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.

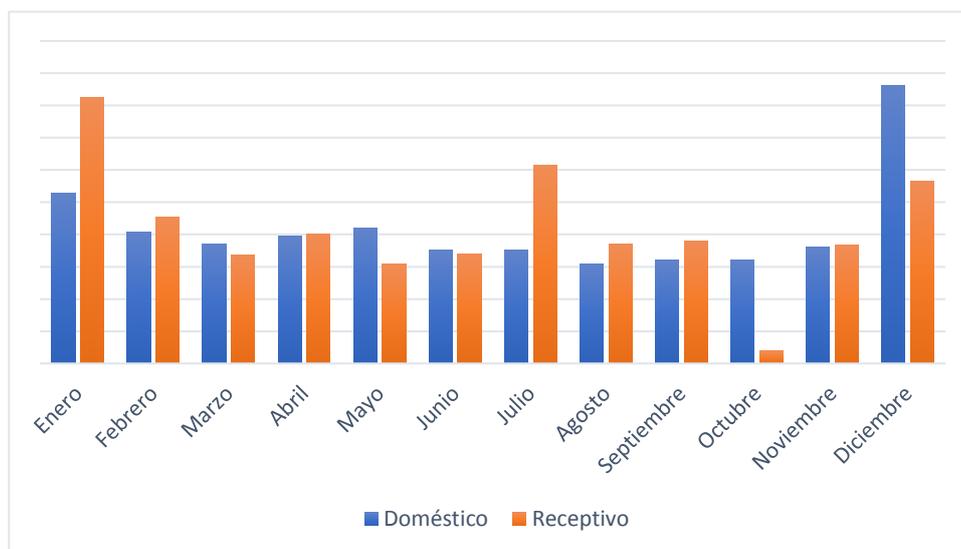
**Ilustración 14. Movimiento mensual de turistas domésticos**



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

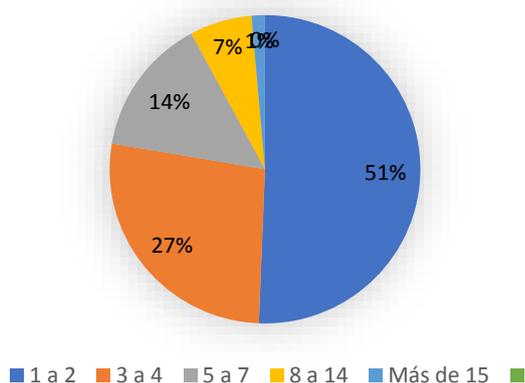
La mayoría de los turistas encuestados (85.5%), manifestó que su principal motivo de viaje fue por razones personales; se destacan la visita a parientes y amigos (53.5%); ocio, recreo y vacaciones (16.4%); negocios (13.8%); y, más atrás, tratamientos de salud (9.3%) y motivos religiosos (4%).

### ■ 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 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.

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 para 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 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**

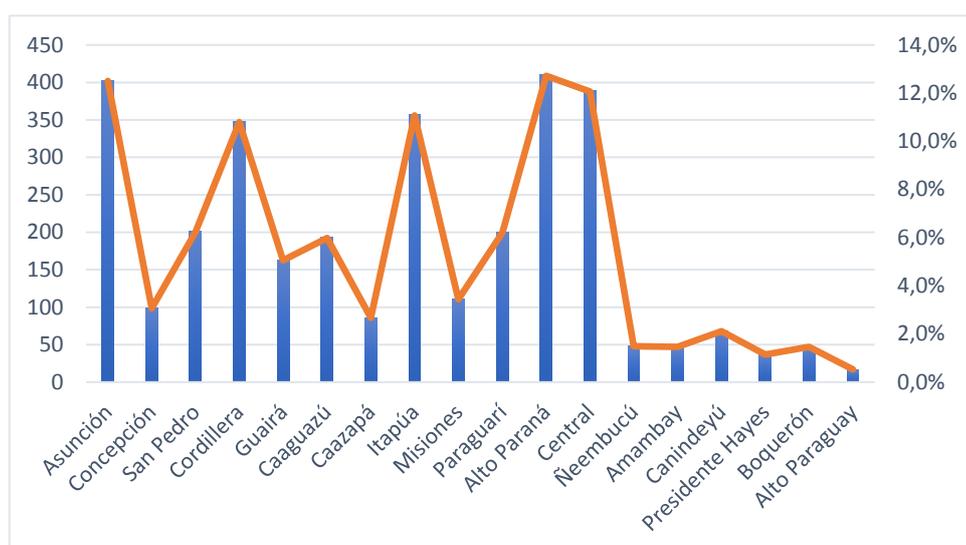


Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

### ■ 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 Paraguarí, 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.

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%).

**Ilustración 19. Actividades realizadas por turistas domésticos.**



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

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.

### 5.4.3. Demanda local de Filadelfia

Como parte del proceso participativo de construcción del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Filadelfia, 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.

La información aquí reflejada es la aportada por los participantes en el taller en base al conocimiento de su territorio.

Los turistas que llegan a Filadelfia, 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, pero ni los horarios ni las paradas que realiza son las más adecuadas.

Los estudiantes de escuelas o universitarios que llegan de todo el país, también llegan en buses privados a través de la Ruta TransChaco.

**Filadelfia 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, depende 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 vengan organizados y su estadía es de unos pocos días.

Los **atractivos** que visitan en **Filadelfia** mayoritariamente los turistas son:

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural	Patrimonio Industrial
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comunidad Menonita</li> <li>● Museos de Filadelfia</li> <li>● Artesanías</li> <li>● Comunidades Indígenas</li> <li>● Fortines (Boquerón y Toledo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Finca Lluvia de Oro Ecoturismo Cabaña y Tambo</li> <li>● Lagunas Saladas (Laguna Chaco Lodge, Laguna Campo María, Laguna Capitán</li> <li>● Hotel Campestre</li> <li>● Proyecto Tagua</li> <li>● Flor del Chaco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cooperativa Fernheim</li> <li>● Fábricas de producción</li> <li>● Infraestructuras de recogida de agua</li> </ul>

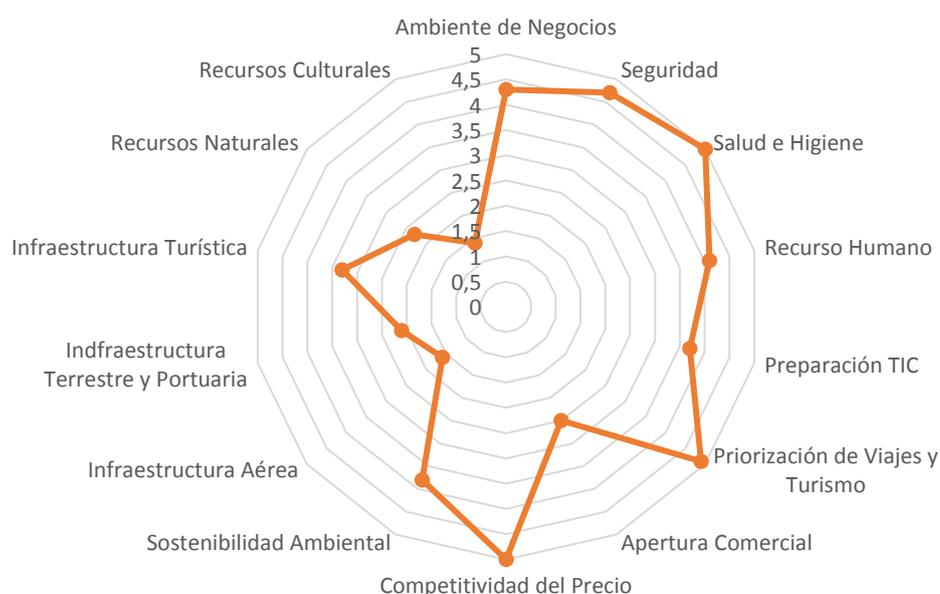
Fuente: INMARK a través de los datos aportados en el taller celebrado en Filadelfia 02.20

Flujo t	Descripción	Oferta	Demanda	Motivación	Desafíos
1	<b>Turismo nacional (escolares/universidades)</b> Historia y cultura Museos y sector productivo Excursión de un día desde Asunción y resto de Paraguay	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas educativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudiantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Historia, producción y cultura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conectividad - Ruta del bus</li> <li>Alojamiento costoso</li> <li>Poco presupuesto</li> </ul>
2	<b>Familiares y amigos de los menonitas</b> Naturaleza, artesanía, gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familiares y amigos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitar familia y amigos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar frecuencia y estadía</li> <li>Conocer más atractivos de El Chaco</li> </ul>
3	<b>Turismo internacional</b> Museos, naturaleza, sector productivo y artesanía				
3.1.	Grupos pequeños	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lonely Planet y otras guías, escasa información por internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Francia, Alemania, USA y Canadá</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Curiosidad por conocer una zona inhóspita como El Chaco y destino poco visitado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de información</li> <li>Escasa oferta de experiencias</li> <li>Falta de guías</li> <li>Escasez de transporte (falta servicios de alquiler de coches o bicicletas)</li> <li>Horarios apertura museos (fin de semana cerrado)</li> <li>Oferta industrial no accesible para la visita si no se concierta.</li> <li>Atractivos naturales muy distantes y costosos de llegar</li> </ul>
3.2.	Independientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Overlander Plataforma / mochileros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo el mundo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocer El Chaco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de información</li> <li>Escasa oferta de experiencias</li> <li>Falta de guías</li> <li>Escasez de transporte (falta servicios de alquiler de coches o bicicletas)</li> <li>Horarios apertura museos (fin de semana cerrado)</li> <li>Oferta industrial no accesible para la visita si no se concierta</li> <li>Atractivos naturales muy distantes y costosos de llegar</li> </ul>

#### 5.4.4. 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.

**Ilustración 20. Competitividad turística en el Paraguay según FEM**



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

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.

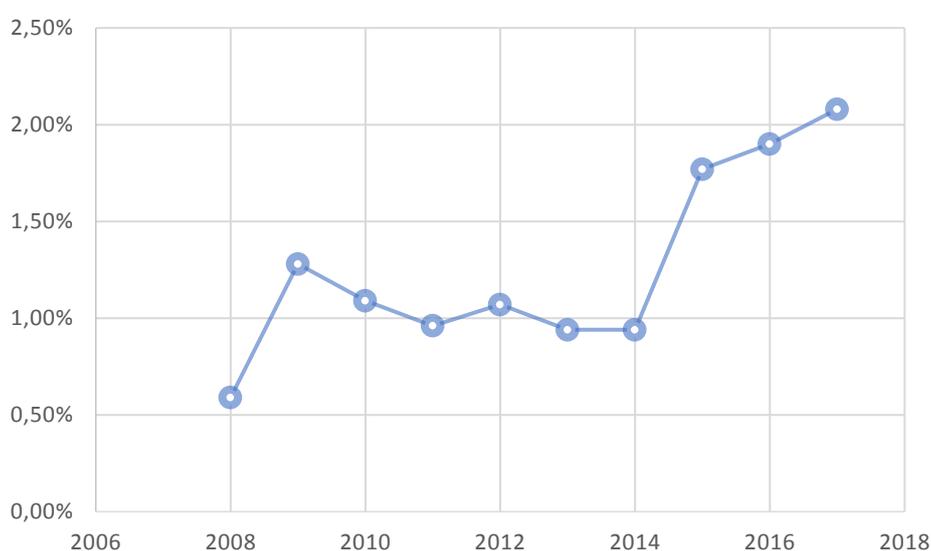
Sorprende que uno de los rezagos más grandes esté en el subíndice Recursos Naturales y Culturales, el cual captura las principales “razones para viajar”, en especial en recursos naturales donde ocupa el puesto 116 entre 136 economías, pese al gran potencial, por lo cual cabe una revisión del indicador 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 trip advisor, 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.

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.

#### 5.4.5. 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 año<sup>10</sup>, la cantidad de aerolíneas internacionales que operan en dicho aeropuerto en el año 2019 y los territorios con conexión directa<sup>11</sup>.
- **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 2015<sup>12</sup>; 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)<sup>13</sup>; 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 TripAdvisor<sup>14</sup>, 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.

---

<sup>10</sup> En Bolivia corresponde a los vuelos del país (el Aeropuerto Viru Viru, el Aeropuerto el Salto y el Aeropuerto Wilstermann).

<sup>11</sup> De acuerdo a la plataforma <https://www.aeropuertosdelmundo.com.ar/>

<sup>12</sup> La cifra de Uruguay es un promedio por año entre 2010 y 2015.

<sup>13</sup> De Uruguay se tomaron los datos del año 2017.

<sup>14</sup> 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)				
<b>Puesto general 2017</b>	50	99	27	77	110
<b>Ambiente de negocios</b>	3,1	3	3,5	4,6	4,3
<b>Protección y seguridad</b>	5	5	4,5	5,5	4,7
<b>Salud e higiene</b>	6,4	4,4	5,3	6	5
<b>Recursos humanos y mercado laboral</b>	4,6	4	4,3	4,6	4,1
<b>Preparación tecnológica</b>	4,7	3,8	4,6	5,5	3,7
<b>Prioridad de viajes y turismo</b>	4,6	3,6	3,9	5,3	4,9
<b>Apertura internacional</b>	2,8	2,8	2,6	2,7	2,5
<b>Competitividad de precios</b>	4,1	4,3	5,3	4	5
<b>Sostenibilidad del medio ambiente</b>	3,4	4,2	4,1	3,9	3,8
<b>Infraestructura de aeropuertos</b>	2,7	2,2	2,7	2,1	1,6
<b>Transporte terrestre y puertos</b>	2,6	2,2	2,4	2,8	2,1
<b>Servicio turístico</b>	4,5	3,3	4,9	4,4	3,3
<b>Recursos naturales</b>	4,4	4	6,1	2,5	2,3
<b>Recursos culturales y viajes de negocios</b>	4,5	2	5,7	1,8	1,4

					
<b>Subcategoría</b>	<b>Conectividad</b>				
<b>Aeropuerto internacional principal</b>	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).
<b>Oferta de vuelos internacionales</b>	54.198 (2017)	11.297 (2018)	74.265 (2010)	17.686 (2017)	13.027 (2017)
<b>Aerolíneas internacionales con presencia</b>	27	7	31	13	7
<b>Conexión directa</b>	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					
<b>Llegada e ingresos por turismo internacional 2017</b>					
<b>Número de llegadas de turistas internacionales</b>	6.720.000	1.134.023	6.589.000	3.674.000	1.560.000
<b>Porcentaje de llegada de turistas no residentes (por región)</b>	<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> <u>Sur de Asia (0,12)</u> <u>Oriente Medio (0,01%)</u>	<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% <u>África (0,13%)</u>	<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> <u>África (1,04%)</u> <u>Oriente Medio (0,12%)</u> <u>Sur de Asia (0,34%)</u>	<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> <u>Oriente Medio (0,01)</u>	<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> <u>Sur de Asia (0,02%)</u> <u>Oriente Medio (0,01%)</u>
<b>Ingresos por turismo internacional (M. US\$)</b>	5.060	784	5.809	2.540	603

Subcategoría	 Argentina	 BOLIVIA camino del sur	 BRASIL Sensacional!	 UruguayNatural	 Paraguay Bien que veniste
<b>Estrategia de promoción turística</b>					
<b>Inversión en promoción 2015 (M. US\$ )</b>	4,1	1,7	17	4,7	1,8
<b>Ratio inversión/promoción 2015 (US\$)</b>	0,7	1,9	2,7	1,6	1,5
<b>Ratio retorno de la inversión 2015 (US\$)</b>	1.203	411	344	420	269
<b>Participación en principales ferias internacionales de turismo (2018)</b>					
Fitur (España)	X	X	X	X	X
ITB (Berlín)	X		X	X	X
WTM (Londres)	X	X	X	X	X
<b>Participación en principales ferias regionales de turismo (2018)</b>					
FIT América Latina	X	X	X	X	X
WTM Latin América	X		X	X	X
AVAB (Brasil)	X	X	X	X	
<b>Fam Trips (FT), Press Trips (PT) o Workshops (W)</b>	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.
<b>Medios de difusión reconocidos</b>					
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				
<b>Atractivos y destinos turísticos reconocidos/ valoración</b>	<p><u>Misiones</u></p> <p>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></p> <p>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></p> <p>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></p> <p>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>
<b>Presencia en paquetes multidesestino</b>	<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>
<b>Duración de paquetes multidesestino (noches)</b>	De 9 a 26	De 13 a 26	De 13 días a 26	De 6 a 14	De 14 a 19
<b>Pernoctaciones con paquetes multidesestino</b>	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 los 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 minuto<sup>15</sup>. Naturaleza, gastronomía, cultura son temas predominantes en la campaña.

<sup>15</sup>://www.youtube.com/watch?v=TP6mcvW6dXI&list=PLmDEJtRKuMZxEAHfwIXuSJmiG1qupez2v

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



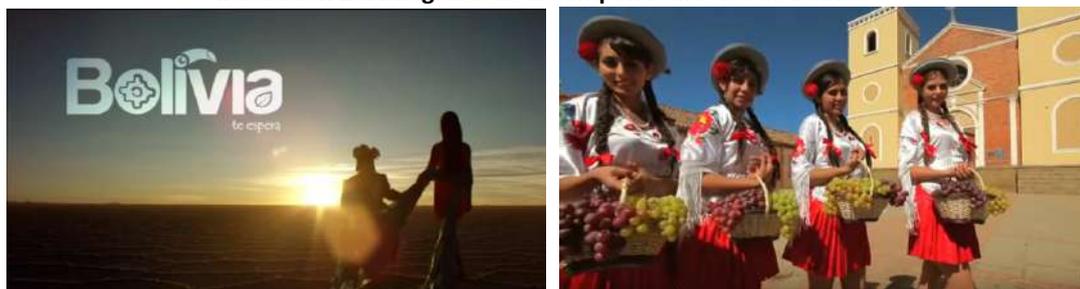
Fuente: videos de la campaña.



Campaña turística: “Bolivia te espera”. Por medio *spots*<sup>16</sup> 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 idiomas<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=goR8GRPILbE> y [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=11&v=c3Dc1fzjfjTU](https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=c3Dc1fzjfjTU)

<sup>17</sup> <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 verano<sup>18</sup>.

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 más<sup>19</sup>.

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.

<sup>18</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=2QRQEkIVxRQ>

<sup>19</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ipODqykkIYU> y <https://www.youtube.com/watch?v=Wl--8eqTfzl>

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

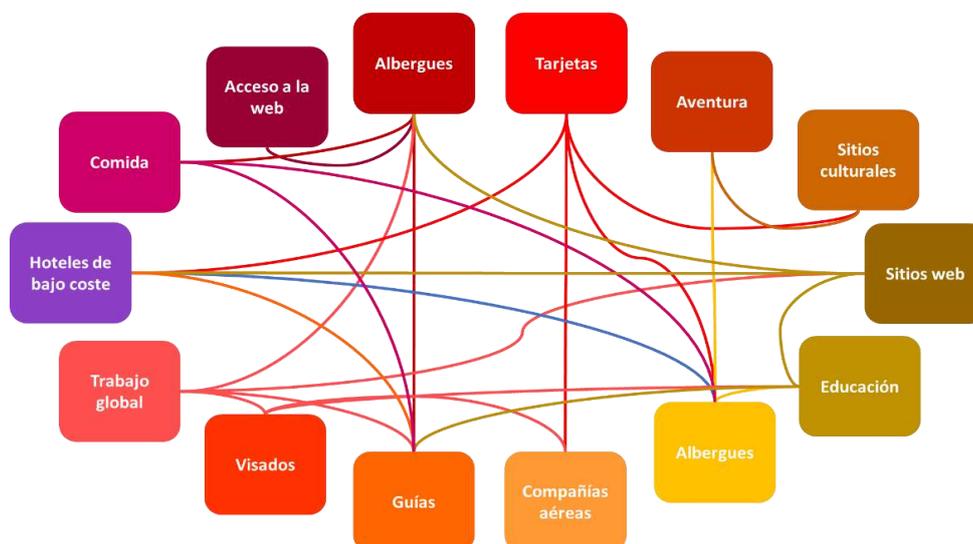
La tendencia actual en la gestión turística es a sobrepasar el sesgo cuantitativo de maximización de número de turistas como meta, a través de estrategias de promoción y mercadeo, a crear marcos competitivos que en el contexto de la Agenda Global 2030 y apostar por marcos de políticas públicas compatibles 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 OCDE<sup>20</sup> (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.

<sup>20</sup> 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 lograrán 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.

### 5.5.2. Mapa de Actores

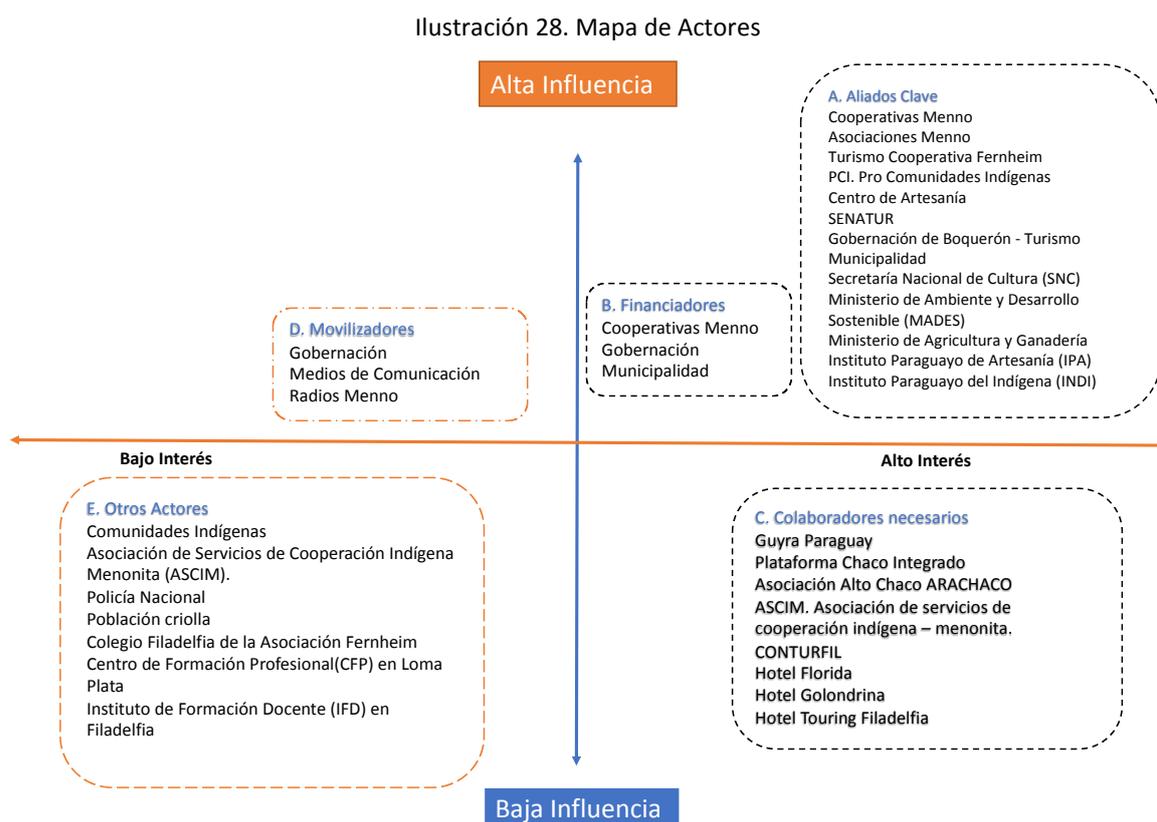
Considerada como una herramienta metodológica de tipo estructural, el mapa de actores claves busca identificar aquellas entidades y grupos sociales organizados que, por sus intereses y objeto social intervienen directa o indirectamente en el desarrollo turístico del destino. Contribuye en la definición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



Fuente: Inmark Europa S.A.

**Tabla 6. Mapa de Actores – Rol Expectativa**

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Cooperativa	<b>Cooperativa Fernheim</b>	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
	<b>Asociación Fernheim</b>	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
	<b>Unidad de Turismo de Fernheim</b>	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 de la CONTURFIL.	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

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
	SENATUR	<p>Encargados de promover, facilitar y regular el desarrollo del turismo en Paraguay, en beneficio de visitantes y ciudadanía en general.</p>	<p>Como máxima autoridad en Turismo, debe facilitar los procesos para el desarrollo turístico de Filadelfia, a través del apoyo técnico, seguimiento de procesos, capacitación especializada, sensibilización turística, etc.</p>	Alta
Institucional	Secretaría Nacional de Cultura	<p>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.</p>	<p>Como máxima autoridad en cultura, debe proteger y recuperar el patrimonio histórico – cultural de Filadelfia. 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 Filadelfia. Deben incentivar la especialización, la capacitación y la organización de quienes ejercen profesionalmente actividades culturales; en especial encargados del Museo y guías históricos.</p>	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 el de "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.	Media
	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	Media

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
<b>Gobierno Local</b>	<b>Gobernación</b>	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
	<b>Municipalidad</b>	Generar oportunidades para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de Filadelfia	Apoyar al desarrollo turístico de Filadelfia, a través de la inversión, capacitación, planificación y siendo uno de los dinamizadores de la CONTURFIL.	Alta
<b>Asociaciones/ Organizaciones sin ánimo de lucro</b>	<b>Guyra Paraguay</b>	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
	<b>PCI Pro- Comunidades Indígenas</b>	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.  PCI 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.	Media

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Asociaciones/ Organizaciones sin ánimo de lucro	<b>Plataforma Chaco Integrado</b>	<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>	Medio
	<b>ARACHACO</b>	<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 Alto Chaco, 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. Los caminos traen desarrollo.</p>	Medio
	<b>Asociación de Municipios del Chaco Central</b>	<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>	Medio

Sector	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Sector público - privado	CONTURFIL	El Consejo de Turismo de Filadelfia, 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.	CONTURFIL debe convertirse en un actor clave para el desarrollo turístico de Filadelfia. Aliándose con SENATUR, la gobernación y municipalidad, para impulsar la ejecución de este Plan de Desarrollo Turístico.	Medio
	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.	Medio

Fuente: Inmark Europa S.A.

### 5.5.3. Gestión ambiental y sostenibilidad

En cuanto a la **gestión ambiental y sostenibilidad**, Filadelfia se encuentra muy sensibilizado sobre tres 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.

#### 5.5.4. Oferta turística de Filadelfia

El **análisis cualitativo** de la oferta actual de **recursos turísticos** del **Distrito de Filadelfia** se realiza en base a la información recolectada tanto de fuentes secundarias como de la validación y evaluación en campo. Igualmente se cruzó la información recolectada y analizada con aquella obtenida de una muestra de las agencias de viajes departamentales registradas en Registur, algunas agencias internacionales de Brasil, Argentina, Chile, Uruguay, Bolivia, Estados Unidos, España y Alemania (analizadas para las estrategias comerciales); Tripadvisor y Lonelyplanet una de las mayores editoras de guías de viajes en el mundo.

Para **el análisis de los recursos turísticos** se elaboraron fichas por recurso/atractivo, los cuales se detallan en documento anexo. Los parámetros de análisis y calificación son:

- **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 nacional y 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 siendo 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.

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 archivo Anexo.

El análisis de los recursos/atractivos del [Distrito de Filadelfia](#) 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 tipología de turismo, 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.

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, en plataformas nacionales e internacionales para verificar la presencia/oferta de dicho 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.

**Tabla 7. Valoraciones recurso/atractivo por municipio**

Atractivo	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	24	A
Rally del Chaco		

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, lo que crea cierta sensación de museos antiguos, aunque justo eso también ofrece un cierto atractivo y vínculo con la cultura meno.

**Ilustración 29. Productos ofertados de Filadelfia**

Productos	Tripadvisor	LonelyPlanet	Internacionales	Nacionales
Naturaleza del Chaco		X	x	x
Laguna salada				x
Avistamiento de aves				x
Museos menonitas			x	x
Senderismo				x

Fuente: Inmark Europa S.A.

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

El análisis cruzado entre valoración por cada recurso/atractivo y los niveles de reconocimiento a través de medios de promoción, establece si ese recurso/atractivo es **focal**, **complementario** o de **apoyo** al producto turístico. En términos generales se identifican **dos tipologías**:

- **Focal:** turismo cultural.
- **Complementario:** turismo de naturaleza.

Se identifica una tercera tipología de **apoyo** que se representa en el patrimonio industrial, que engloba todas las industrias meno de Filadelfia, así como la cooperativa.

El **grupo focal de recursos/atractivos** se relaciona con la Cultura Menonita. Filadelfia 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. Tanto su cultura como toda la oferta de museos, industrias, parques e incluso el poder conocerlos a ellos y que cuenten 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. El problema de los museos es su horario, que no está adaptado al turista sino a la forma de vida de los menonitas, estando los fines de semanas cerrado.

A Filadelfia se llega a través de una buena carretera, estando casi todos los museos, hoteles y otros servicios en la Avenida principal. El problema con el acceso ocurre cuando se quiere acceder a los sitios naturales, como por ejemplo cualquiera de las lagunas saladas que allí se dan. Las carreteras secundarias y terciarias de terracería se vuelven muy difíciles de transitar cuando llueve.

Se destaca que Filadelfia es un pueblo limpio y tranquilo, lo cual podría ser una ventaja, sin embargo, la falta de oferta de agenda y actividades, incluyendo horarios limitados para la visita de los museos lo puede llegar a hacer poco atractivo para pasar más de un día en él. A lo anterior si además se suma que la oferta gastronómica, es limitada, hace que el turista tenga el destino como un lugar de paso para llegar al resto de sitios naturales del departamento de Boquerón.

De Filadelfia y relacionado con la Cultura Menonita, están los Tajamares, estructuras naturales, que crean un “lago artificial” destinado a la recogida de agua y que son muy característicos del paisaje menonita de estas ciudades.

Respecto a la cultura indígena, son varias las comunidades que viven en Filadelfia, y que únicamente muestran parte de su patrimonio a través del Centro de Artesanías con la venta de sus productos artesanales.

#### 5.5.5. Estrategias de comercialización empleadas en el sector

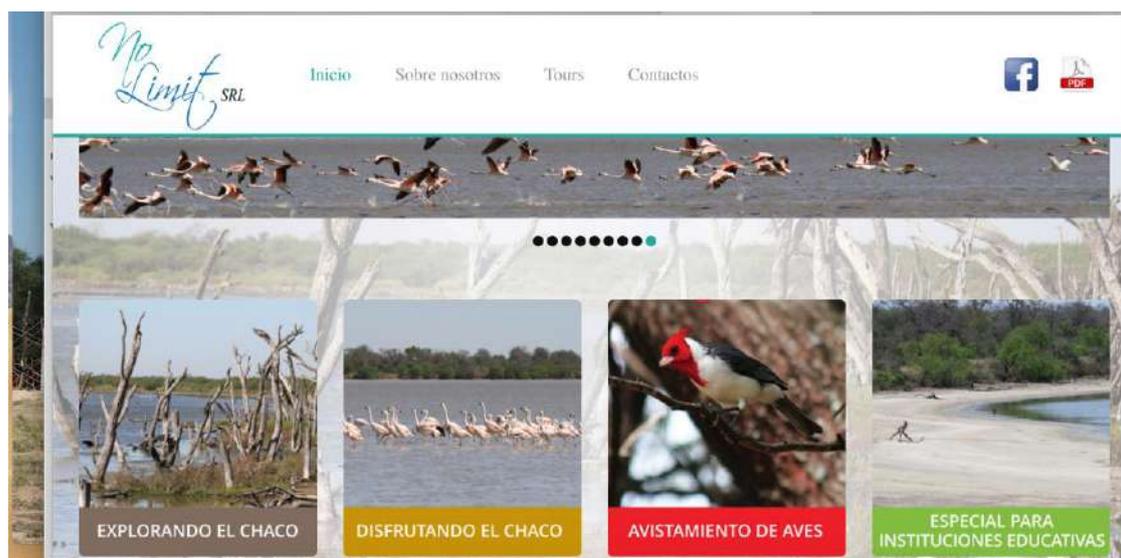
En el plan de marketing de turismo de Paraguay del 2015 se tuvo en cuenta el resultado del análisis de los principales países de donde llegan los turistas a Paraguay. Este análisis muestra que el 75% de las llegadas se distribuyen entre Argentina y Brasil, mientras que el porcentaje de los demás países no supera el 3%. Por este motivo, se selecciona el top cinco de los países de la región de Latinoamérica y los países que estuvieran por encima del 1% de participación para el resto del mundo. De esta manera, el análisis de las agencias de viajes internacionales que venden Paraguay, especialmente Alto Paraná, se hizo de Argentina, Brasil, Bolivia, Uruguay, Chile, Estados Unidos, España y Alemania.

Para elegir las agencias de viajes se revisaron los resultados de la búsqueda en línea que incluyó palabras clave como: *turismo emisivo a Paraguay, agencias de viajes mayoristas de cada país con viajes a Paraguay, operadoras de turismo en Paraguay*. Además, se priorizaron las agencias registradas en las bases de datos estatales de Argentina, Brasil y Bolivia que se ubican 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.

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 emisor y receptor.

A continuación, se muestra un resumen de la información encontrada para Boquerón:

<b>Nombre</b>	<b>No limits tour</b>
<b>Página web</b>	<a href="https://no-limits-tours.com/index.php/tours">https://no-limits-tours.com/index.php/tours</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	Registrados como agencia, pero en su página se identifican como alojamiento hotelero en Filadelfia.
<b>Ofertas de Paraguay</b>	<p>Paquetes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explorando el Chaco, 1 noche/2 días, \$129-\$159 USD: laguna salada, laguna Capitán, avistamiento de aves acuáticas, aldeas menonitas, recorrido por Filadelfia (museo de la historia menonita, museo de la convivencia, museos científicos), asado.</li> <li>- Disfrutando el Chaco al máximo, 2 noches/3 días, \$227-297 USD: laguna salada, chaco lodge, avistamiento de aves acuáticas, senderismo, aldeas menonitas, recorrido por Filadelfia (museo de la historia menonita, museo de la convivencia, museos científicos), asado, fortín Boquerón, colonia menonita Neuland.</li> <li>- Especial para instituciones educativas 1 noche/2 días, \$84 USD: laguna salada, laguna Capitán, avistamiento de aves acuáticas, aldeas menonitas, recorrido por Filadelfia (museo de la historia menonita, museo de la convivencia, museos científicos).</li> <li>- Avistamiento de Aves, 3 noches/4 días, \$457 - \$947 USD: laguna salada, chaco lodge, Laguna Capitán, avistamiento aves acuáticas, observación de fauna, Fortín Toledo, bosque seco del Chaco Central, proyecto de cría del Tagua y otras especies de pecarís, Flor del Chaco y Estancia Iparoma.</li> </ul>



Fuente: No limits tours

La única agencia de viajes registrada en el municipio es No limits Tours que hace parte de un establecimiento de alojamiento hotelero. Al tener amplio conocimiento de la región, siendo parte de una familia que por varias generaciones ha hecho parte del sector turístico, ofrecen la confianza de guías locales y actividades que están relacionadas con la esencia de la región: la naturaleza y las colonias menonitas. En este sentido, parte de los atractivos que aparecen en sus paquetes son las lagunas, observación de fauna, recorridos por los museos de historia y ciencia, los fortines y degustación de un asado típico. Los precios oscilan entre los 129 y 947 dólares por persona dependiendo de la cantidad de personas dentro del grupo que compra el tour y de la duración del viaje, que va desde una hasta 3 noches.

Cabe resaltar que la mayoría de las agencias de viajes del resto del país no ofrece esta región dentro de los paquetes preestablecidos, prefiriendo regiones de mejor accesibilidad y facilidades para la prestación de los servicios, como Alto Paraná y Misiones. En Anexo, se muestra una serie de fichas por país donde se resumen los hallazgos.

#### *5.5.5.1. Atractivos más promocionados de Filadelfia*

Para Filadelfia lo más atractivo es todo el patrimonio, ya sea cultural, natural o industrial relacionado con la cultura menonita.

## **5.6. Instrumentos de análisis estratégico**

### **5.6.1. DAFO**

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 la elaboración de este análisis se realizó un taller participativo en Filadelfia.

FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
DEBILIDADES	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Oferta turística actual limitada.</li> <li>● Escaso desarrollo de producto turístico</li> <li>● Horario de los museos es muy específico y no están enfocados en la actividad turística.</li> <li>● Accesibilidad a los atractivos naturales muy condicionada a las condiciones climatológicas (carreteras secundarias de tierra).</li> <li>● Grandes distancias para acceder a los atractivos.</li> <li>● Flujo de turistas muy bajo.</li> <li>● No hay rutas regulares de transporte público, ni intermunicipal ni que conecte con otras regiones.</li> <li>● Hay una ruta internacional con Bolivia, pero no para en el Chaco. Cobran la misma tarifa hasta Bolivia y desde Asunción, sin horarios fijos.</li> <li>● Filadelfia no cuenta con una terminal de transportes que facilite regularizar el transporte.</li> <li>● Falta de alojamiento económico e infraestructuras para escolares (campings).</li> <li>● Débil institucionalidad</li> <li>● No hay inventarios, se carece de información especializada sobre los atractivos turísticos.</li> <li>● Escasa promoción y uso de plataformas modernas.</li> <li>● Parques Nacionales sin infraestructura de servicios, atención y acceso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Colonia menonita es muy atractiva por su historia, cultura y cooperativas.</li> <li>● Diversidad cultural, varias comunidades indígenas asentadas en Filadelfia.</li> <li>● Cultura empresarial de las cooperativas menonitas es muy atractiva por su funcionamiento.</li> <li>● Potencial de la biodiversidad.</li> <li>● Artesanías muy variadas y de muy buena calidad con Centro de Artesanías para venta.</li> <li>● Productos locales de los menonitas en venta en la Cooperativa de Filadelfia.</li> <li>● Lagunas saladas que atraen grandes cantidades de aves y especies de aves.</li> <li>● Sitios históricos de reconocimiento nacional por la Guerra del Chaco (fortines Boquerón, Toledo, Isla Poi y Trébol).</li> <li>● Existen investigaciones elaboradas por historiadores que documentan los sitios de guerra.</li> <li>● Buena cultura ganadera y de rodeos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elevado potencial para el desarrollo de experiencias de turismo cultural, histórico combinado con naturaleza.</li> <li>● Familiares de los menonitas que visitan Filadelfia como turistas.</li> <li>● Desarrollo de actividades tradicionales que vinculen a las comunidades indígenas.</li> <li>● Centro de Interpretación del Gran Chaco que próximamente entrará en funcionamiento</li> <li>● Estancias privadas que pueden formar parte del programa de turismo rural</li> <li>● EL programa de calidad turística de SENATUR para mejorar la calidad en los servicios</li> <li>● La existencia del programa de Aviturismo Guyrá Paraguay.</li> <li>● En 2020 el Chaco será sede del Congreso del Gran Chaco Americano.</li> <li>● Programa de SENATUR con la asociación de guías del Paraguay que puede ayudar a mejorar esa debilidad en el Chaco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Las distancias y la no existencia de transporte regular elevan los costos de operación turística</li> <li>● Pérdida de biodiversidad por amenazas ilegales tales como la deforestación.</li> <li>● Cambio climático y disminución de las lluvias.</li> <li>● Focos de inseguridad que están llegando de afuera.</li> <li>● Ausencia de inversión en mejora de la conectividad.</li> <li>● Aumento de la caza ilegal.</li> <li>● Llegada masiva de turistas a Filadelfia. Problemas sociales internos, a futuro</li> <li>● Que persista el problema del transporte y no se pueda hacer un turismo organizado</li> </ul>

Fuente: Inmark Europa S.A

**Tabla 8. Estrategias derivadas del DAFO**

ESTRATEGIAS DERIVADAS DEL DAFO							
DA	Supervivencia	DO	Reorientación	FA	Defensivas	FO	Ofensivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>Fortalecer la mesa de turismo para articular mejor el trabajo para desarrollar más la oferta.</li> <li>Elaborar un inventario de recursos turísticos como punto de partida para desarrollar un turismo organizado y controlado.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer mecanismos de trabajo coordinado con la mesa de turismo que incluya programas de sensibilización y capacitación.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar el desarrollo de segmentos de mercado especializados y organizar productos turísticos de acuerdo a las condiciones climáticas.</li> <li>Aprovechar al máximo la vitrina que es el Congreso del Gran Chaco Americano para poner el valor la biodiversidad, la historia y la posibilidad de generar flujos turísticos.</li> </ul>	

Fuente: Inmark Europa S.A

### 5.6.2. Análisis de Impactos

**Tabla 9. Análisis de Impactos (Taller de Flujos)**

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

Fuente: Inmark Europa S.A

## 5.7. 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 Filadelfia, existe una figura de participación que es el Consejo de Turismo Filadelfia CONTURFIL, qué con objeto de desarrollar el destino turístico, asume las funciones y está organizado de la siguiente manera:

**Tabla 10. CONTURFIL Filadelfia**

ENTIDAD/ CARGO	NOMBRE	CELULAR	EMAIL
Individual	Artur Kliewer		<a href="mailto:fak.filadelfia@gmail.com">fak.filadelfia@gmail.com</a>
Chaco Lodge	Norbert Epp	(0981)223974	<a href="mailto:info@granchacoturismo.net">info@granchacoturismo.net</a>
Estancia Iparoma	Marilyn Wohlgemuth	(0981)940050	<a href="mailto:estanciaiparoma@gmail.com">estanciaiparoma@gmail.com</a>
Paraguay Salvaje	Clemens Brüllmann	(0981) 102 143	<a href="mailto:clemens@paraguay-salvaje.com">clemens@paraguay-salvaje.com</a>
Cabaña y Tambo Lluvia de Oro	Rodney Derksen	(0981)814884	-
Proyecto Tagua - Fortín Toledo	Juan M. Campos	(0972)107200	-
Encargado Fortin Toledo	Víctor Robles	(0981)260378 (0973)642839	-

Fuente: Inmark Europa S.A.

El CONTURFIL tiene como objetivos:

- Promover el desarrollo turístico del Chaco.
- Coadyuvar con SENATUR y con entidades públicas y privadas en sus proyectos y actividades que fomenten el turismo en el Chaco en general.
- Evaluar, diversificar y determinar los lugares y actividades que sirvan de atracción turística de la zona y área de influencia.
- Promover la participación de los ciudadanos y de las empresas privadas en el desarrollo turístico.
- Elaborar planes para el desarrollo constante y sostenido del turismo local y regional y la ejecución de estos.
- Contribuir a la conservación de los lugares, monumentos y otros bienes que constituyan patrimonio histórico y cultural de la región.
- Promover la creación y protección de Parques nacionales y del turismo ecológico en áreas silvestres de la región.
- Asegurar la presencia regional en foros turísticos nacionales e internacionales.
- Desarrollar programas, cursos de educación y concienciación turística, tendientes a una cabal comprensión de los ciudadanos de los beneficios económicos, sociales y culturales que permita el flujo turístico hacia nuestro país y en particular a nuestra zona.

- Establecer vínculos con entidades públicas o privadas de otras regiones del país y del extranjero dedicadas a la actividad turística.
- Realizar actividades de información y difusión turística de la región por los medios adecuados.
- Captar fondos y aportes para la consecución de sus objetivos.
- Arbitrar todas las gestiones lícitas y convenientes a los objetivos del Consejo para el desarrollo del turismo en la ciudad-región.
- Gestionar la sanción de leyes, decretos, resoluciones y ordenanzas que tiendan al fomento de la actividad turística en el país y particularmente en la región.
- Promover la creación y consolidación de otros Consejos Locales, a los efectos de lograr efectividad en el tratamiento de la problemática del sector turismo en estos niveles.
- Coordinar y cooperar con otros Consejos Locales en la conducción de las acciones, así como en el desarrollo de los lineamientos acordados.
- Difundir las resoluciones, planes, proyectos y actividades del Sistema.
- Toda actividad concerniente al tema turístico siendo los puntos anteriores meramente enunciativos y no delimitantes.

A través del PDTF, y los diversos procesos de participación se conformó una **Mesa de Turismo en Filadelfia** para hacer seguimiento e implementación del Plan.

- Coordinador General: Orlando Hilde, Sector Privado, Hotel Golondrina.
- Marilyn Wohlgemuth, Sector Privado, Estancia Rural Iparoma.
- Agata Harder, Unidad de Turismo, Coop. Fernheim.
- Lorena Frasier, Gob. de Boquerón
- Cesar Amaya, Hotel Florida
- Ana de Horsch, Unidad de Turismo, Coop. Fernheim

## 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 y presentes. 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)<sup>21</sup>.



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 Filadelfia, fue trabajada a través de un proceso participativo y quedó tal y como viene detallada aquí:

<sup>21</sup> Fuente: Tabales, A.F., 2004. “Turismo y ordenación del territorio” Quaderns de Política Econòmica. Revista electrònica. 2ª època. Vol. 7, May.- Ag. 2004, España.

*Ser un destino turístico sostenible reconocido en Paraguay por ser el centro de la cultura Menonita, con un valor histórico destacable de la Guerra del Chaco en un territorio de gran valor natural.*

La Visión Territorial inspira el **modelo de desarrollo turístico**, rentable y sustentable en función de las condiciones del destino, lo que implica transformar el modelo y la visión del destino en objetivos de carácter económico y social, cualitativo y cuantitativo 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 de Filadelfia, así como los escenarios de futuro del destino a 5 y 10 años.

El modelo de Desarrollo Turístico de Filadelfia, es un **Modelo Tradicional Turístico, poco inclusivo y con escaso enfoque comercial**, donde el objetivo es mostrar principalmente la cultura menonita, su forma de vida, el proceso de migración hasta llegar a Paraguay, sus tradiciones y costumbres, así como su Cooperativa e industrias asociadas.

De forma participativa, los actores locales de Filadelfia definieron las **ventajas y dificultades** que encuentran para su Modelo de Desarrollo Turístico.

#### **Ventajas**

- ⇒ *La Cultura Menonita*
- ⇒ *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).*
- ⇒ *Accesibilidad.*

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

Los escenarios de futuro para Filadelfia 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 Filadelfia 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, lo que debe representar el desarrollo del turismo de Filadelfia para el mercado, alcanzable mediante una batería de estrategias, programas y acciones detalladas para su implementación en la práctica.

Filadelfia es la capital del Departamento de Boquerón pero también de la cultura menonita, con un patrimonio histórico – cultural para mostrar bien definido; con la historia de la migración y llegada al país de los menonitas con todo su proceso de adaptación y lucha por vivir en un territorio inhóspito, su cooperativa y forma de gestión, su desarrollo industrial, generando el suficiente interés para el turista nacional e internacional para ser visitado.

La cercanía, además, con atractivos naturales representativos del ecosistema chaqueño, le añade valor y atractivo a este destino.

Filadelfia busca posicionarse como centro de referencia de la cultura menonita, un escaparate “tangible” de los sus valores, su capacidad de trabajo, su respeto por el medioambiente y su tenacidad para enfrentar y transformar productivamente un entorno hermoso pero inhóspito.

Filadelfia necesita seguir una **estrategia de desarrollo sostenible** para posicionarse como “Centro de la Cultura Menonita”.

#### 6.1.1.1. Objetivos del Plan de Desarrollo Turístico de Filadelfia

Los objetivos propuestos son los que se detallan a continuación:

<b>Objetivo General</b>	→ <i>Convertir a Filadelfia en un destino turístico reconocido en Paraguay, por su patrimonio histórico – cultural menonita y naturaleza chaqueña</i>
<b>Objetivo 1</b>	→ Mejorar la Gobernanza turística, la participación entre el sector público, el sector privado y las comunidades locales.
<b>Objetivo 2</b>	→ Fortalecer la promoción y comercialización de Filadelfia buscando un incremento de demanda y gasto
<b>Objetivo 3</b>	→ Fomentar la mejora y gestión de los atractivos turísticos de Filadelfia.
<b>Objetivo 4</b>	→ Potenciar el desarrollo de productos turísticos con enfoque de mercado, innovadores y creativos.
<b>Objetivo 5</b>	→ Empoderar a las Comunidades Indígenas para su inclusión en el desarrollo turístico
<b>Objetivo 6</b>	→ Fomentar el emprendimiento empresarial turístico.
<b>Objetivo 7</b>	→ Aumentar la calidad, cantidad y variedad de infraestructura y planta turística.

## 6.2. Pilares y estrategias del plan

El Plan de Desarrollo Turístico de Filadelfia 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 de Filadelfia. 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 de Filadelfia sentar estos principios de cohesión territorial.

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

### → **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 de CONTURFIL \(Consejo de Turismo de Filadelfia\)](#) y [la creación de otras figuras de participación](#), como la Mesa de turismo, como consejos locales y unidades gubernamentales de turismo, se debe trabajar la gestión organizativa y la gobernanza de Filadelfia.

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 desarrollar acciones específicas, y como tal, así se proponen en este documento, que consigan que Filadelfia, 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 CONTURFIL, con la finalidad de provocar la apropiación por parte de los actores locales. Es esencial en este proceso contar con la participación de las comunidades indígenas que residen en Filadelfia y que les interesa el desarrollo turístico.

### → **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 de Filadelfia. Si no existe por parte de la Gobernación y de la Municipalidad 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 esencial de la competitividad de un destino turístico es la comercialización de productos turísticos diseñados con fundamento en el o los mercados objetivo. En el caso de Filadelfia, éste no cuenta con productos diseñados que sean capaces de generar suficientes niveles de atracción hacia determinados atractivos, lugares, eventos y festividades. Filadelfia únicamente cuenta con atractivos culturales y naturales pero no con productos turísticos diseñados enfocados a mercados objetivo.

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

Filadelfia, tiene como valor diferencial la cultura menonita, la cual genera interés y curiosidad tanto al turista nacional como al internacional que llega a Filadelfia a conocerla.

#### → **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.

Por ejemplo, Filadelfia 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 los recursos y atractivos y para su inclusión en los productos turísticos a desarrollar.

Así mismo, en Filadelfia la dotación de infraestructuras turísticas (como, por ejemplo, las paradas de buses, observatorio de aves en las lagunas saladas, senderos interpretativos en las áreas naturales) será necesario en el proceso de desarrollo turístico sostenible 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 y Filadelfia 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 Filadelfia 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 de Filadelfia, 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.

Desde la Unidad de Turismo de la Cooperativa Fernheim, se recopilan datos estadísticos de los turistas que llegan a visitar los museos de Filadelfia. 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. Filadelfia tiene que 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 Filadelfia 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 de Filadelfia** 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.

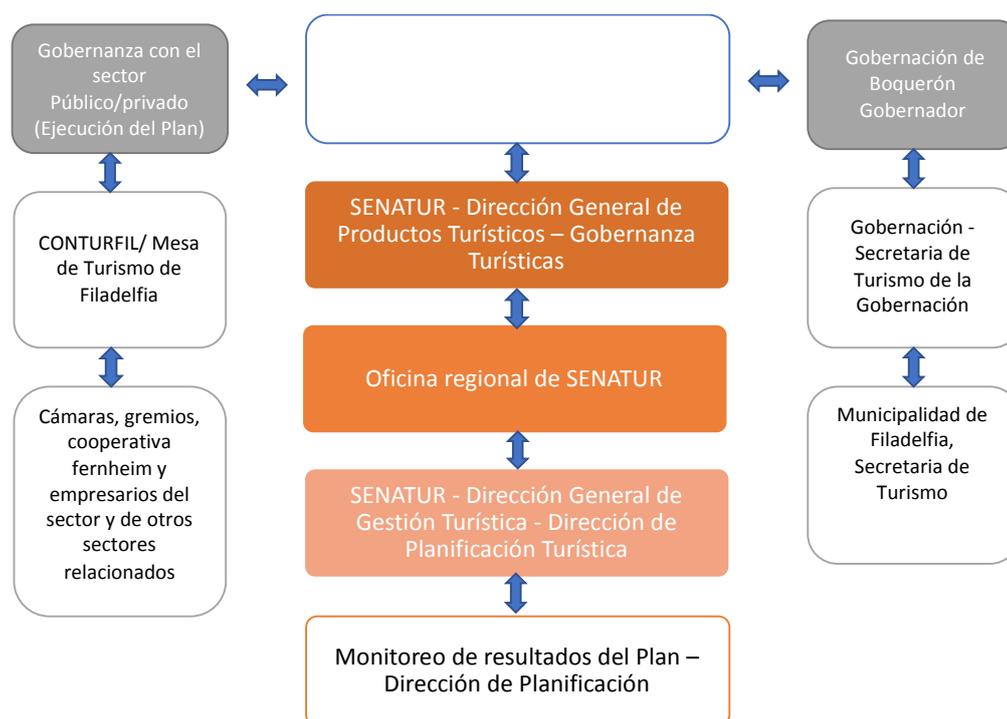
La ejecución de este Plan de Desarrollo Turístico para Filadelfia requiere de la aplicación de un modelo de Gobernanza Turístico adecuado que determine qué instrumentos, personas y organizaciones deben asumir responsabilidades concretas, como la puesta en marcha, gestión y seguimiento del plan.

Así mismo, desde la Gobernación de Boquerón, es necesario una mayor involucración con el desarrollo turístico de Filadelfia, 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 30. Modelo de Gobernanza Turística del Sector Turístico de Filadelfia**



Fuente: Inmark S.A Europa

Sumado al fortalecimiento de todos los actores que participan en el sector turismo vinculado a Filadelfia, 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 CONTURFIL.

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 de Filadelfia.

---

### *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 de Filadelfia en el desarrollo turístico del destino.

---

### *Estrategia 3. Desarrollo de Portafolio de Productos Innovadores*

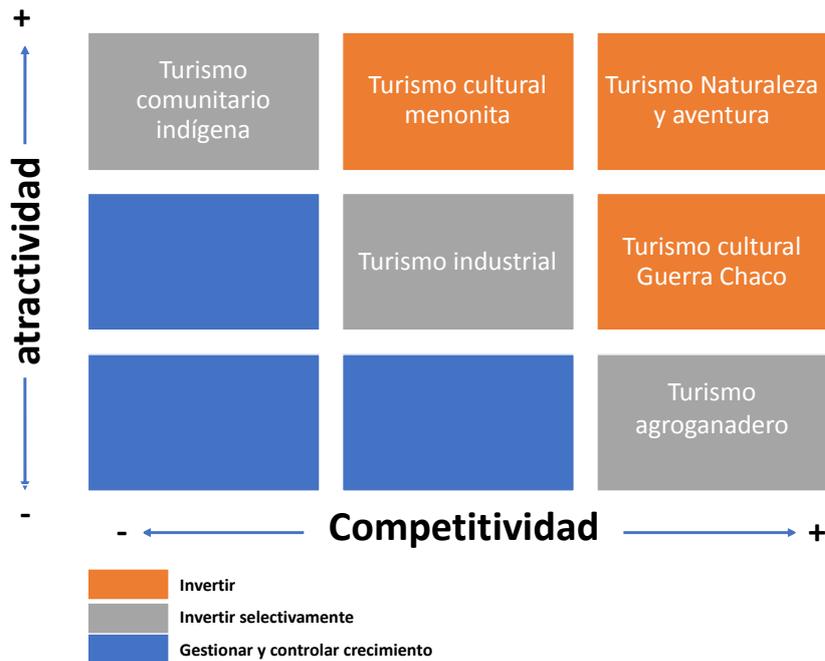
---

La creación de productos turísticos novedosos, adecuados y rentables, es uno de los retos más interesantes en el proceso de desarrollo de Filadelfia 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 S.A Europa

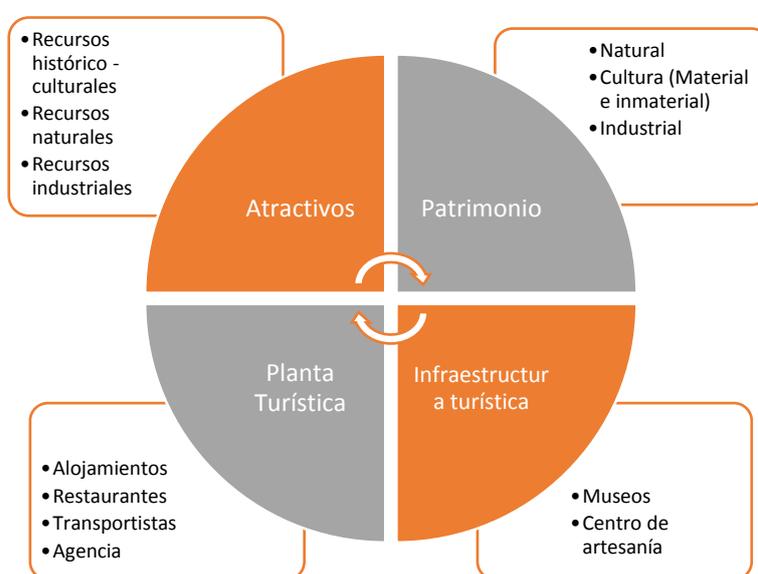


Fuente: Inmark S.A Europa

#### 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 Filadelfia, 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 Filadelfia 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.



Fuente: Inmark S.A Europa

Filadelfia 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.

Es fundamental **fortalecer Filadelfia 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, brindándole 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 centros de información turística.

Conocer el destino, los movimientos de los flujos turísticos, el perfil del turista actual y potencial de Filadelfia 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. Filadelfia como destino, se encuentran en un momento inicial de desarrollo, es un destino emergente y, como tal, debe generar su posicionamiento de mercado mediante acciones encaminadas a generar 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 organizaciones en cualquier destino turístico. Sus principios tienen como propósito minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios socioculturales, ambientales y empresariales de la actividad turística. Cada vez más los gobiernos y organizaciones responsables de los destinos turísticos apuestan por una gestión basada en principios de sostenibilidad.



Fuente: Inmark S.A Europa

La **conservación del ambiente y los recursos naturales**, constituyen una necesidad y un desafío para el sector turístico; es recomendable, por tanto, la implementación de buenas prácticas ambientales, pues Filadelfia dispone de una oferta turística basada gran parte en el patrimonio natural. La implementación de estas buenas prácticas ambientales permitirá a Filadelfia 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. 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 31. Cinco ámbitos en los que el turismo aporta a los ODS



Fuente: UNWTO

La OMT trabaja con gobiernos, socios públicos y privados, fondos multilaterales, instituciones financieras, 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
<b>E1.1. Fortalecimiento Sector Privado y Público</b>	E1.1.1. Fortalecimiento de CONTURFIL.	E1.1.1.1. Desarrollo de un Plan de Acción para CONTURFIL.
<b>E1.2. Fortalecimiento Población local</b>	E1.2.1. Fortalecimiento de Comunidades Indígenas.	E1.2.1.1. Desarrollo de una estrategia de empoderamiento para las Comunidades Indígenas de Filadelfia
<b>E1.3. Herramientas de Gobernanza</b>	E1.3.1. Cooperación público-privada.	E1.3.1.1. Fomentar la formación de figuras de cooperación público – privada en el Sector Turístico de Filadelfia
Estrategia N° 2. Mejora de la competitividad		
Programas	Subprogramas	Acciones
<b>E2.1. Competencia sector Privado y Público</b>	E2.1.1. Capacitación Especializada.	E2.1.1.1. Elaboración e implementación de un Programa de Capacitación especializado para Sector Privado y público.
<b>E2.2. Herramientas de Fortalecimiento Empresarial</b>	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.2.2.2.2. Implementación de Estrategias de Calidad en el Sector turístico
Estrategia N°3. Desarrollo de portafolio de productos innovadores		
Programas	Subprogramas	Acciones
<b>E3.1. Mejora de los Atractivos Turísticos</b>	E3.1.1. Patrimonio Histórico - Cultural	E3.1.1.1. Adecuación de atractivos histórico - culturales 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.
<b>E3.2. Diseño de Producto Turístico</b>	E3.2.1. Productos Identitarios	E3.2.1.1. Diseño de Circuito Histórico – Cultural Menonita.
		E3.2.1.2. Diseño de Circuito Histórico – Cultural “Guerra del Chaco”.
		E3.2.1.3. Diseño de Circuito Ecoturismo y Aventura
	E3.2.2. Productos complementarios	E3.2.2.1. Diseño de Producto Industrial
E3.2.2.2. Diseño de un producto turístico comunitario indígena		

<b>Estrategia N°4. Mejora del entorno y de la capacidad receptiva del destino</b>		
<b>Programas</b>	<b>Subprogramas</b>	<b>Acciones</b>
<b>E4.1. Creación de instrumentos de ordenamiento y planificación del espacio turístico</b>	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.
<b>E4.2. Planta Turística</b>	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
<b>E4.3. Dinamización de destino</b>	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

<b>Estrategia N°5. Posicionamiento y comercialización</b>		
<b>Programas</b>	<b>Subprogramas</b>	<b>Acciones</b>
<b>E5.1. Posicionamiento del Destino</b>	E5.1.1. Identidad turística	E5.1.1.1. Fortalecimiento de la Identidad Turística de Filadelfia
		E5.1.1.2. Desarrollo de una Marca para el Destino Turístico de Filadelfia
		E5.1.1.3. Elaboración de la Web del Destino turístico Filadelfia
<b>E5.2. Fortalecimiento del Destino</b>	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.
<b>E5.3. Promoción del destino</b>	E5.3.1. Marketing Turístico	E5.3.1. Diseño de la estrategia de Promoción y comercialización para el Destino Filadelfia.

<b>Estrategia N°6. Gestión sostenible</b>		
<b>Programas</b>	<b>Subprogramas</b>	<b>Acciones</b>
<b>E6.1. Gestión Sostenible del Destino</b>	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, municipalidad de Filadelfia y otros financiadores, en un momento dado.

Contenido y descripción de las fichas de acciones

Contemplan los siguientes campos:

<b>ACTUACIÓN:</b>	<b>Código y título.</b>
<b>PRIORIDAD:</b>	En tres niveles ALTA-MEDIA-BAJA.
<b>OBJETIVOS:</b>	Cualitativos y cuantitativos que se pretenden alcanzar.
<b>PRESUPUESTO:</b>	En USD, dólares americanos.
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN:</b>	Mes inicio- mes de terminación a partir del inicio del Plan.
<b>JUSTIFICACIÓN:</b>	Necesidad detectada durante el diagnóstico a la que da respuesta la acción.
<b>COLABORADORES/ AGENTES:</b>	Necesarios para su implementación.
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	Descripción de la acción y sus componentes.
<b>DESARROLLO:</b>	Procesos y pasos necesarios. Incluye sub-acciones, procesos, según el caso.
<b>CRONOGRAMA:</b>	Gant. Adicionalmente hay un planning integrado de todas las acciones que contempla las jerarquías y dependencias entre las distintas acciones.
<b>INDICADORES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) <b>INDICADORES DE DIAGNÓSTICO:</b> 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.</li> <li>b) <b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b> 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.</li> <li>c) <b>INDICADORES DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS:</b> 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.</li> </ul>
<b>FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN:</b>	Posibles fuentes de financiación de manera exclusiva o combinada.

6.3.2.1. E1. Estrategia de gobernanza eficiente

ACTUACIÓN	<b>E1.1.2.1. Desarrollo de un Plan de Acción para CONTURFIL</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concienciar a los integrantes de CONTURFIL de la necesidad de trabajar en el desarrollo turístico del destino Filadelfia</li> <li>• Elaborar un Plan de Acción para el Consejo de Turismo de Filadelfia, CONTURFIL.</li> </ul>	
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 de Filadelfia, Consejo de Turismo. El CONTURFIL es un espacio de gestión público – privado que tiene como objetivo colaborar y cooperar para el desarrollo turístico de Filadelfia a través del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico. CONTURFIL debe funcionar como un órgano asesor en materia de turismo para el territorio donde se realiza la planificación, así como debe controlar la regulación de su composición, organización y funcionamiento.

Es por ello, que CONTURFIL necesita dotarse de un Plan de Acción para implementar acciones concretas que van a facilitar su desarrollo turístico.

**COLABORADORES/ AGENTES**

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/ Cooperativa Fernheim/ Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)

**DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO**

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de la elaboración del Plan de Acción de CONTURFIL, 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 la Cooperativa Fernheim tiene un papel clave para el acompañamiento en el desarrollo y puesta en marcha del plan.
  - a) Convocatoria de los miembros de CONTURFIL.
  - 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 CONTURFIL. Al menos una vez al mes CONTURFIL debe reunirse.

CRONOGRAMA					
Acción	Trimestre	Año			
		1			
		1T	2T	3T	4T
a) Convocatoria de los miembros de CONTURFIL.					
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 CONTURFIL. Al menos una vez al mes CONTURFIL debe reunirse.					

### INDICADORES

- Número de proyectos realizados por CONTURFIL/ periodo.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Cooperativa Fernheim
- Asociación Fernheim

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

### JUSTIFICACIÓN

Las comunidades indígenas en Filadelfia son Cacique Mayeto (Enlhet), Uj'e Lhavos (Nivaclé), Yvopey Renda (Guaraní) y recientemente se ha fundado el barrio Guida Ichai (Ayoreo). La comunidad Nivaclé Uj'e Lhavos cuenta con 3.270 miembros. Ellos llegaron en los años 50 desde la zona del río Pilcomayo, cuando los granjeros del Chaco central necesitaban mano de obra para la cosecha del algodón. Los indígenas guaraníes centrales llegaron en los años 60 hasta Mariscal Estigarribia como obreros y trabajadores y más tarde los de Puerto Casado. La Guerra del Chaco hizo que otros emigraran de Bolivia al Chaco paraguayo. Ellos viven en Villa Guaraní Yvopey y suman unos 730 miembros del grupo.

Estas cuatro comunidades indígenas actualmente no se dedican a la actividad turística y sería clave su involucración en el desarrollo turístico de Filadelfia.

### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/ SNC/ IPA/ INDI
- **Responsable de financiación:** Gobernación / Municipalidad/ IPA (Instituto Paraguayo de Artesanía) / INDI (Instituto Paraguayo del Indígena)
- **Colaboradores:**
  - a) Líderes Indígenas
  - b) Gobernación
  - c) Municipalidad
  - d) CONTURFIL
  - e) Centro de Artesanías del Chaco.

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de fomentar la participación de las comunidades indígenas en el avance turístico de Filadelfia a través de un programa de empoderamiento y desarrollo de habilidades.
- **Desarrollo:** Sería necesario un acuerdo y trabajo colaborativo entre SENATUR, IPA, INDI y la municipalidad de Filadelfia 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 de Filadelfia.

También es importante que el Centro de Interpretación y comercialización de Artesanía del Chaco, 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 de Filadelfia.

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 cuatro 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:
  - Acciones de construcción de tejido y reintegración social
  - Acciones de sensibilización sobre cultura turística
  - Acciones de formación en turismo
  - Mejoras en la elaboración de artesanías, promoción y comercialización
  - Emprendimientos turísticos indígenas
  - Intercambio de experiencias con otras comunidades indígenas que ya estén trabajando turismo.

- **Seguimiento.** Evaluación de la implicación de las comunidades indígenas de Filadelfia.

#### 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 de Filadelfia 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)

ACTUACIÓN	<b>E1.2.1.1. Fomentar la formación de figuras de cooperación público – privada en el Sector Turístico</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articular la cadena de valor del Sector Turístico en Filadelfia</li> <li>• Fomentar la cooperación entre el sector público y privado (Asociaciones Público – Privadas APPs) y dentro de los mismos sectores.</li> <li>• Formar un Consejo Municipal de Turismo (Sector Público)</li> <li>• Crear una Unidad de Turismo a nivel Gubernamental (Sector Público).</li> </ul>	
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 esencial para articular un destino turístico. Así mismo, la articulación y colaboración entre sector público y privado es esencial para la gestión sostenible del destino.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidad
  - c) CONTURFIL
  - d) Sector Privado de Filadelfia
  - e) Unidad de Turismo Fernheim

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de fomentar la Cadena de valor del sector turístico de Filadelfia 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 en Filadelfia. Explicación de la Gobernanza, formas de asociatividad e incentivar a la organización de APPs.
  - b) Reunión de SENATUR con la Gobernación de Filadelfia para conseguir la formación de una Unidad de Turismo que colabore conjuntamente con la municipalidad en el desarrollo turístico de Filadelfia.

Para el Sector Público se recomienda a nivel municipal la conformación de un **Consejo Municipal de Turismo**, que trabaje de la mano con CONTURFIL. A nivel Gubernamental se recomienda también la formación de una **Unidad de Turismo**, que trabaje de forma coordinada con el Consejo Municipal de turismo.

### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1			
		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.

## E2. Mejora de la Competitividad

ACTUACIÓN	<b>E2.1.1.1. Elaboración e implementación de un programa de capacitación especializado.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		<b>MEDIA</b>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación de las necesidades formativas del Sector Privado de Filadelfia.</li> <li>• Diseño de un Programa de Capacitación especializada con los módulos de formación necesitados.</li> <li>• Implementación del Programa de Capacitación.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 18,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-12	

### JUSTIFICACION

El Sector Privado de Filadelfia 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 Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidad
  - c) CONTURFIL
  - d) Sector Privado de Filadelfia

### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de la implementación de un programa de formación en turismo dirigida al sector privado y público de Filadelfia, para fortalecer sus habilidades y conocimientos en el sector turístico.
- **Desarrollo:** Sería necesario la elaboración de unos TdR y contratación de una consultoría externa que hiciese la evaluación de necesidades formativas y diseñara el Programa de formación en base a este análisis. Se puede contar con la colaboración de alguna Universidad paraguaya.
  - a) Elaboración de unos Términos de Referencia para la contratación de una Consultoría Externa en el desarrollo de un Programa de formación en turismo.
  - b) Proceso de Contratación a través de concurso público.
  - c) Evaluación de las necesidades formativas del Sector Público y Privado. Cursos como:
 

▪ Sensibilización y cultura turística.	▪ Marketing Turístico
▪ Guianza e interpretación del patrimonio.	▪ Idioma Inglés
▪ Diseño de Producto Turístico	▪ Atención al cliente
	▪ 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)

Se recomienda capacitar en temas de planificación turística Territorial al personal de la Gobernación y la Municipalidad, 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 asistentes /periodo.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación Internacional
- BID
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo)
- Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo).

ACTUACIÓN	<b>E.2.2.1.1. Crear programas de emprendimiento empresarial en Sector Turístico.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un Programa para dinamizar emprendedores y emprendimientos en el Sector Turístico de Filadelfia.</li> <li>• Implementación del Programa.</li> <li>• Crear un capital semilla para apoyo a los emprendedores.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 20,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-12	

### JUSTIFICACIÓN

El Sector Privado y comunitario de Filadelfia necesita estar fortalecido en temas de emprendimiento turístico con nuevos negocios turísticos que fortalezcan el sector. 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 de Filadelfia, 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 Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidad
  - c) CONTURFIL
  - d) Sector Privado de Filadelfia
  - e) Universidades
  - f) Unidad de Turismo Cooperativa Fernheim
  - g) Plataforma Chaco Integrado

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de la activación del sector empresarial turístico en Filadelfia 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:** Elaborar un programa de emprendimiento en el sector turístico a través de la municipalidad con apoyo de la SENATUR, la Gobernación 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.

#### 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)
- Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo).

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E.2.2.2.2. Implementación de estrategias de calidad en el sector turístico</b>	<b>PRIORIDAD</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar Filadelfia como un destino turístico de calidad.</li> <li>• Implementar procesos de calidad en el empresariado turístico.</li> </ul>	ALTA
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 22,000 incluye ejecución	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	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, Municipalidad, Sector Privado de Filadelfia, Cooperativa Fernheim

#### 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. El tamaño del destino y de su planta turística no amerita la implantación del eje DESTINOS.
- **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 CONTURFIL.

### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		2			
		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.
- Número de trabajadores del sector turístico formados en calidad: variación interanual.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

### E3. Desarrollo de Portafolio de Productos Innovadores

ACTUACIÓN	<b>E3.1.1.1. Adecuación de atractivos históricos a la demanda nacional e internacional.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normalizar el acceso a museos y atractivos.</li> <li>• Mejorar la visibilidad y reconocimiento de los atractivos culturales.</li> <li>• Mejorar la experiencia de la visita.</li> <li>• Fomentar el consumo de bienes de turismo cultural.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 50,000, no incluye obra civil	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-18	

#### JUSTIFICACIÓN

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 núcleo urbano de Filadelfia, los museos pertenecientes a la Colonia Menonita, 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 “almacén” 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 Filadelfia.

Los fortines, constituyen parte del atractivo cultural del distrito de Filadelfia. El Fortín Boquerón, con el Museo, forma 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 y contenidos museísticos. 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 los atractivos y facilitarán el control de flujos.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Unidad de Turismo Fernheim/ SENATUR/ SNC
- **Responsable de financiación:** SNC/ Unidad de Turismo Fernheim
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidad
  - c) CONTURFIL
  - d) SNC

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Filadelfia 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 de Filadelfia – Núcleo Urbano:**
  - a) Colaboración desde SNC y SENATUR con la Unidad de Turismo de la Cooperativa Fernheim para mejorar los museos menonitas así como el guión museístico.

- b) Fortalecimiento del personal del Museo 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.
  - Cobrar una entrada para el nacional y para el internacional, el local está exento.
  - Ampliar, mejorar y modernizar las instalaciones de los Museos.
  - Normalizar los horarios y días de apertura
  - Definir y comunicar una agenda de exposiciones y actividades por mes y anual.
  - Crear un Pase Cultural, a través del cual se pueden visitar todos los museos menonitas del Departamento de Boquerón, incluyendo los de Filadelfia.
  - Diseño de una página Web con los museos menonitas del Departamento de Boquerón, incluyendo Filadelfia.
  - 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 de Filadelfia – Zonas Rurales:**
  - d) Colaboración entre SNC y SENATUR para mejorar las condiciones de los Fortines; señalización interpretativa, contenido interpretativo.
    - 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 fortín, por tiempos y dependiendo del perfil del turista: nacional y/o internacional, colegios, universidades, etc.

#### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 1				Año 2			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Colaboración desde SNC y SENATUR con la Unidad de Turismo de la Cooperativa Fernheim para mejorar los museos menonitas así como el guión museístico.									
b) Fortalecimiento del personal del Museo 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.									
▪ Cobrar una entrada para el nacional y para el internacional, el local está exento.									
▪ Ampliar, mejorar y modernizar las instalaciones de los Museos.									
▪ Normalizar los horarios y días de apertura									
▪ Definir y comunicar una agenda de exposiciones y actividades por mes y anual.									
▪ Crear un Pase Cultural, a través del cual se pueden visitar todos los museos menonitas del Departamento de Boquerón.									
▪ Diseño de una página Web con los museos menonitas del Departamento de Boquerón.									
▪ Creación de una Tienda de Artesanía del lugar para apoyar a comunidades indígenas, venta libros y otros artículos como souvenirs del museo.									
a) Colaboración entre SNC y SENATUR para mejorar las condiciones de los Fortines; señalización interpretativa, contenido interpretativo.									
▪ 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 fortín, por tiempos y dependiendo del perfil del turista: nacional y/o internacional, colegios, universidades, etc.									

#### 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

- Municipalidad
- Gobernación
- Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)
- SNC.

ACTUACIÓN	<b>E3.1.1.2. Adecuación de atractivos naturales a la demanda nacional e internacional.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normalizar el acceso a atractivos.</li> <li>• Mejorar la visibilidad y reconocimiento de los atractivos.</li> <li>• Mejorar la experiencia de la visita.</li> <li>• Fomentar el consumo de bienes de turismo natural. .</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 60.000.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-18	

#### JUSTIFICACIÓN

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

El patrimonio natural de Filadelfia 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:** MADES / SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/MADES
- **Colaboradores:**
  - a) Municipalidad
  - b) CONTURFIL
  - c) Unidad de Turismo Cooperativa Fernheim
  - d) Proyecto Tagua

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Filadelfia dispone de un patrimonio natural muy interesante para dinamizar el turismo de naturaleza y/o ecoturismo. 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.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación de esta acción, se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
  - a) Desde la Gobernación y la Municipalidad de Filadelfia, junto con algunas instituciones como MADES y SENATUR, y con el apoyo de CONTURFIL, 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.
  - b) Capacitación de Guías de Naturaleza. Interpretación del Patrimonio natural; formación para los guías y desarrollo de contenidos interpretativos.

- 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 de Filadelfia.

### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año							
		1				2			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Desde la Gobernación y la Municipalidad de Filadelfia, junto con algunas instituciones como MADES y SENATUR, y con el apoyo de CONTURFIL, 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 guía interpretativa.									
b) Capacitación de Guías de Naturaleza. Interpretación del Patrimonio natural; formación para los guías y desarrollo de contenidos interpretativos.									
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 de Filadelfia.									

### 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

- Municipalidad
- Gobernación
- MADES
- Cooperativa Fernheim.

ACTUACIÓN	<b>E3.2.1.1 Diseño de Circuito Histórico - Cultural Menonita</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner en valor el patrimonio histórico -cultural Menonita de Filadelfia</li> <li>• Diseñar un circuito turístico histórico – cultural</li> <li>• Recopilar los contenidos histórico – culturales</li> <li>• Diseñar el Guión Turístico del Circuito</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 45,000 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 de Filadelfia. 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:** Cooperativa Fernheim con su Unidad de Turismo
- **Responsable de financiación:** Cooperativa Fernheim
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidad
  - c) CONTURFIL

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Filadelfia dispone de un patrimonio histórico – cultural en torno a la Colonia Menonita muy interesante para desarrollar un circuito histórico - cultural. Filadelfia 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. Tanto su cultura como toda 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 Filadelfia.

- 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 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.).
- g. Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

#### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		2			
		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. 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 Filadelfia.					
f. Diseño y paquetización del Circuito.					
g. 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

- Agencias de Cooperación
- Gobernación
- Municipalidad
- SNC
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	<b>E3.2.1.2. Diseño de Circuito Histórico – Cultural “Guerra del Chaco”.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner en valor el patrimonio histórico -cultural de Filadelfia sobre la Guerra del Chaco</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 80,000 con equipamientos, sin obra civil	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -24	

#### JUSTIFICACIÓN

El Diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino turístico de Filadelfia. 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 /Municipalidad/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidad
  - c) CONTURFIL

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Filadelfia 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 deben plantearse 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 Filadelfia.
  - 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 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 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			
		2			
		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.					
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

- Gobernación
- Municipalidad
- SNC

ACTUACIÓN	<b>E3.2.1.2. Diseño de Circuito “Ecoturismo y Aventura”</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner en valor el patrimonio natural de Filadelfia</li> </ul>	
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 de Filadelfia, 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, sobretodo, 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
- **Colaboradores:**
  - a) Municipalidad
  - b) CONTURFIL
  - c) Unidad de Turismo Cooperativa Fernheim
  - d) Defensores del Chaco
  - e) AUDUBON

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Filadelfia dispone de un patrimonio natural muy interesante para crear un circuito de naturaleza. Existen diferentes reservas privadas con las que poder desarrollar un producto de ecoturismo 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) 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			
		2			
		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 realizan el circuito “Ecoturismo y Aventura” /periodo

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación.
- Sector Privado
- Cooperativa Fernheim

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E3.2.2.1. Diseño de Producto Turístico Industrial</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recopilar las actividades industriales de Filadelfia.</li> <li>• Diseñar un producto turístico industrial en Filadelfia.</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 15,000	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 12-24	

### JUSTIFICACIÓN

Filadelfia, 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 Cooperativa Fernheim dirige toda la actividad económica en Filadelfia. Su modelo de gestión es digno de estudio, al igual que las instalaciones. .

Existe un perfil de turista determinado, nacional e internacional, de negocios, que llega a Filadelfia a conocer la Cooperativa Fernheim, su funcionamiento, así como las industrias que existen.

### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Cooperativa Fernheim/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, CONTURFIL

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de diseñar un producto turístico que contenga las visita a las industrias que pertenecen a la Cooperativa Fernheim.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo de esta actuación, sub-acciones:
  - a) Desde la Unidad de Turismo de la Cooperativa Fernheim, 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 Filadelfia.
  - b) Paquetización de la Ruta.
  - c) Estrategias de promoción.
  - d) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		2			
		1T	2T	3T	4T
a) Desde la Unidad de Turismo de la Cooperativas Fernheim, 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 Filadelfia.					
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
- Cooperativa Fernheim

ACTUACIÓN	<b>E3.2.3.1. Diseño de Producto Turístico Comunitario Indígena</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		<b>MEDIA</b>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita a las Comunidades Indígenas que residen en Filadelfia</li> <li>• Recopilación de experiencias turísticas que pueden ser ofrecidas por las comunidades indígenas.</li> <li>• Diseño de experiencias incluyendo algunos eventos culturales destacados como el Arete Guasu.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 24-36	

### JUSTIFICACIÓN

Las Comunidades Indígenas que habitan en Filadelfia 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 de Filadelfia 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, 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
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidad
  - c) INDI
  - d) IPA
  - e) Centro de Artesanías del Chaco

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **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 Filadelfia.
  - 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 de Filadelfia.

#### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Recopilar el patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades indígenas que habitan en Filadelfia.					
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 turístico indígena/ periodo.

#### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidad
- SNC
- INDI
- IPA

E4. Mejora del Entorno y de la Capacidad receptiva del destino

ACTUACIÓN	<b>E.4.1.1.1. Diseño e implementación de la Señalización turística vial e interpretativa para la demanda nacional e internacional.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un sistema de señalización turística para Filadelfia.</li> <li>• Definir los atractivos para la señalización interpretativa.</li> <li>• Señalizar los circuitos a comercializar.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 40,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-18	

**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. Dado que existen diversas formas de recorrido, la señalización puede ser direccional para el visitante en vehículo o a pie; e interpretativa, con contenido acerca de los atractivos.

**COLABORADORES/ AGENTES**

- **Responsable de ejecución:** Gobernación/ Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)
  - c) CONTURFIL

**DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO**

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Filadelfia como destino turístico necesita señalar la localización de sus atractivos, así como la interpretación de estos.
- **Desarrollo:** Sería necesario la contratación de una consultoría externa que hiciese el análisis y valoración del plan de señalización vial e interpretativo, diseño e implementación.
  - 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 Filadelfia.
  - 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 del uso de audio guías tematizadas; paneles informativos o folletos.
  - e) Será necesario implementar el Plan de Señalización Turística Peatonal “realizando los estudios necesarios con SENATUR y adelantando la gestión con la administración municipal para su implementación, vinculando empresas interesadas en pautas comerciales.

### 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 Filadelfia.									
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

- Plan de Señalización vial implementado.
- Plan de Interpretación vial implementado.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidad

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E4.2.1.1. Evaluación de las necesidades de aumento y mejora de planta turística.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		MEDIA
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir las necesidades de la planta turística para el desarrollo turístico de Filadelfia conforme a la demanda.</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 9,000	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 12-60	

### JUSTIFICACIÓN

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 centro urbano de Filadelfia 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/ Municipalidad/ Sector Privado
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad/ Sector Privado
- **Colaboradores:**
  - Gobernación
  - Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)
  - CONTURFIL

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito nacional.
- **Descripción:** Es necesario evaluar, según la demanda, las necesidades de ampliación y mejora de la planta turística de Filadelfia (alojamientos, restaurantes). El flujo turístico en Filadelfia 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, la CONTURFIL y el Sector Privado junto con la Municipalidad para definir oportunidades de inversión.
  - Filadelfia necesita restaurantes que ofrezcan la cocina tradicional chaqueña, tanto en zona urbana como rural. Es conveniente 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.

### CRONOGRAMA

Acción	Año	2				3				4				5				
		1T	2T	3T	4T													
a) Reunión de SENATUR, la CONRETUR y el Sector Privado junto con la Gobernación para definir oportunidades de inversión.	Trimestre																	
b) Filadelfia 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.
- Crecimiento de la oferta en número de plazas/ subsegmento/ municipio/ variación interanual

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

Sector Privado

ACTUACIÓN	<b>E4.2.1.2. Evaluación de las necesidades de infraestructura turística</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adequar el estado y las necesidades de la infraestructura turística en Filadelfia, en calidad, cantidad y variedad a las necesidades de la demanda.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 35.000, no incluye obra civil	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-60	

### JUSTIFICACIÓN

La infraestructura turística hace posible que el turismo se desarrolle, por lo cual 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/ Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad.
- **Colaboradores:**
  - Gobernación
  - SENATUR
  - Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)
  - Sector Privado

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito nacional.
- **Descripción:** Filadelfia 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 Filadelfia 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.
- **Desarrollo:** Para esta acción, las sub-acciones necesarias serían:
  - Reunión de SENATUR, la CONTURFIL y el Sector Privado junto con la Municipalidad para definir oportunidades de inversión.
  - 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.
  - Búsqueda de financiación e inversión privada para el desarrollo de infraestructura turística. Ya venga de fondos públicos o privados
    -



Fuente: fundacioncosmos.cl

### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 1				2				3				4				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 sector privado y municipalidad de Filadelfia 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
- Municipalidad
- Cooperativa Fernheim

ACTUACIÓN	<b>E4.3.1.1. Fortalecimiento Centro de Interpretación Gran Chaco Americano</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar sobre los atractivos, eventos y circuitos turísticos de Filadelfia</li> <li>• Informar sobre el patrimonio cultural material e inmaterial de Filadelfia</li> <li>• Dar visibilidad a través de contenido de las Comunidades Indígenas del Chaco.</li> </ul>	
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 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 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/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, CONTURFIL, 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 curricular 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 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
- Municipalidad

ACTUACIÓN	<b>E4.3.1.2. Mejora de los accesos a los atractivos turísticos</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consolidar la red de accesos y servicios públicos básicos capaces de satisfacer las necesidades de la población residente y visitantes</li> </ul>	
PRESUPUESTO	Incluido en E.4. 2. 1. 2	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 24-60	

### JUSTIFICACIÓN

Gran parte de los recursos turísticos de Filadelfia, 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 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:** Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - SENATUR
  - Cooperativa Fernheim

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** La accesibilidad para la visita de los recursos turístico es un elemento básico en el desarrollo de un destino turístico.
- **Desarrollo:** Elaboración de unos TdR y contratación de una consultoría externa que hiciese el análisis y valoración de la accesibilidad de los recursos turístico en el territorio.
  - Análisis sobre la situación de la accesibilidad a los principales recursos turísticos.
  - 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

### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 3				Año 4				Año 5			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Análisis sobre la situación de la accesibilidad a los principales recursos turísticos.		■											
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.

### E5. Posicionamiento y comercialización

ACTUACIÓN	<b>E5.1.1.1. Fortalecimiento de la Cultura Turística de Filadelfia</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilización, apropiación y desarrollo de la vocación turística.</li> <li>Desarrollo de una cultura de la hospitalidad.</li> <li>Difusión de los beneficios del turismo al desarrollo sociocultural local.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 12,000.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

#### JUSTIFICACIÓN

Filadelfia, 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 y/o turista.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SENATUR / Municipalidad
- Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, CONTURFIL, Unidad de Turismo de la Cooperativa Fernheim

#### 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:
  - Diseño de un programa de cultura turística para Filadelfia.
  - Diseño de material didáctico para entrega.
  - Programas de Radio sobre Cultura Turística.
  - Charlas dirigidas a todos los sectores, público, privado y comunitario sobre Cultura Turística.

#### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 2				Año 3			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Diseño de un programa de cultura turística para Filadelfia.									
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
- Municipalidad

ACTUACIÓN	<b>E5.1.1.2. Desarrollo de una Marca para el Destino Turístico de Filadelfia</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar una marca para el destino turístico de Filadelfia.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

### 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/ Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** CONTURFIL, Cooperativa Fernheim, sector privado, población local

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** La creación de una marca ayuda al destino a posicionarse mejor. La marca del destino de Filadelfia 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 turístico Filadelfia.
  - a) Reunión de SENATUR, Universidades y CONTURFIL para definir el proceso para el desarrollo de la Marca del Destino.
  - b) Concurso público dirigido a la población local, sector privado, donde describir cómo 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.

### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 2				Año 3			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR, Universidades y CONTURFIL para definir el proceso para el desarrollo de la Marca del Destino.		■							
b) Concurso público dirigido a la población local, sector privado, donde describir cómo 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

- Municipalidad

ACTUACIÓN	<b>E5.1.1.3. Elaboración de la Web del destino turístico Filadelfia</b>	PRIORIDAD	
		ALTA	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar una web para el destino turístico de Filadelfia.</li> </ul>		
PRESUPUESTO	USD 25,000		
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24		

### 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, que consienta gestionar y mantener los perfiles en redes sociales y realizar campañas de marketing online. Tener web propia es esencial para convertir a Filadelfia en un destino competitivo.

### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR / Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Cooperativa Fernheim

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **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 Filadelfia.
  - a) Reunión de SENATUR, Universidades y CONTURFIL 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; recursos financieros y humanos. ¿quién va a actualizar los contenidos? ¿va a haber presupuesto para traducción de contenidos? En un inicio el mantenimiento de la Web debería ser por parte de la municipalidad con apoyo financiero propio y externo.

### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR, Universidades y CONTURFIL 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.					
Definir mantenimiento de la Web; recursos financieros y humanos.					

### INDICADORES

- Número de visitas a la Web / periodo
- Números de logs a la web/ periodo.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	<b>E5.2.1.1. Diseño y generación de metodologías y herramientas de levantamiento, tratamiento y análisis de información y variables estadísticas turísticas.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el perfil del turista que llega a Filadelfia.</li> <li>• Realizar registros normalizados de los turistas que visitan Filadelfia.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 40,000 con trabajo de campo	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -48	

### JUSTIFICACIÓN

Para la toma de decisiones informadas sobre planificación, producto y demanda, Filadelfia necesita herramientas de recogida de información y tratamiento de datos con el fin de no solo de generar.

### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, Universidades, Unidad de Turismo Cooperativa Fernheim

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Es esencial contar con datos estadísticos del sector turístico por ello Filadelfia 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 presentes en Filadelfia 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 dirigidas al turismo internacional y doméstico (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.

### 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	<b>E5.2.2.1. Diseño de un SITT, Sistema de Información Territorial Turístico para el destino.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almacenar y gestionar la información turística del territorio a través de un Sistema de Información Turístico, asegurando la constante actualización.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 75,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 36-60	

#### JUSTIFICACIÓN

El uso de las TIC 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 TIC 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 la tecnología y desarrollar sistemas de información turística a través de geoplataformas.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR / Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** MITIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación), Gobernación, Cooperativa Fernheim

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Creación en Filadelfia de 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 de Filadelfia a cargo de CONTURFIL y la municipalidad.
  - Trabajo coordinado entre la municipalidad, CONTURFIL, SENATUR y personal contratado para el desarrollo de la GeoPlataforma Turística.
- **Seguimiento.** Geoplataforma turística en funcionamiento

#### CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	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	<b>E5.3.1. Diseño de la estrategia de promoción y comercialización para el destino Filadelfia.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientar la comercialización y promoción de la oferta turística.</li> <li>• Optimizar el costo/beneficio de la estrategia de marketing mediante acciones dirigidas y especializadas a segmentos y nichos.</li> <li>• Generación de flujo turístico</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 40,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

#### JUSTIFICACIÓN

La estrategia de mercadeo de Filadelfia 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 los meses en los que principales operadores turísticos estén ajustando su programación y realizando la contratación, aunque se contemplen 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/ Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Unidad de turismo – Cooperativa Fernheim

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Desarrollar una estrategia de promoción y comercialización para el destino de Filadelfia, basada en los circuitos turísticos desarrollados y el público objetivo.
- **Desarrollo:** Para esta acción deberían realizarse las siguientes sub-acciones:
- **Desarrollo:** Para esta acción deberían realizarse las siguientes sub-acciones:
  - a) Definir la Matriz Producto - Mercado: qué producto vender, a quién (segmento u ociotipo) 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

Año		5			
Acción	Trimestre	1T	2T	3T	4T
a) Matriz Productos - Mercado: qué producto vender , a quien (segmento u oclotipo ) 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) 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	<b>E6.1 1.1. Elaborar e implementar buenas prácticas ambientales aplicadas al Sector turístico</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico de las buenas prácticas ambientales</li> <li>Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico de las buenas prácticas ambientales</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 15,000.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48 -60	

**JUSTIFICACIÓN**

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico de Filadelfia, 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.

Buenas prácticas que 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 municipio y conservar el ambiente.

**COLABORADORES/ AGENTES**

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo),CONTURFIL

**DESCRIPCION Y DESARROLLO**

- **Destinos:** Ámbito nacional.
- **Descripción:** Elaboración de todo un Programa de Buenas Prácticas Ambientales para aplicar en el Sector Turístico de Filadelfia.
- **Desarrollo:** Sería necesario la contratación de una consultoría externa que asesorase el Programa de Buenas Prácticas Ambientales para aplicar en el Sector Turístico de Filadelfia.
  - 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.

**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 en buenas prácticas ambientales y socioculturales/ periodo.
- Número de actores del sector turístico capacitados en buenas prácticas ambientales y socioculturales/ periodo.

**FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN**

N.A.

ACTUACIÓN	<b>E6.1 2.1. Establecer criterios de sostenibilidad para el Destino</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conseguir que Filadelfia se convierta en un destino turístico sostenible</li> </ul>	
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/ Municipalidad
- **Colaboradores:** GSTC, CONTURFIL, Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **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 sostenible.
- **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 la CONTURFIL y la municipalidad, pueden definir qué criterios puede comenzar a implementar el destino, y de una forma gradual ir adaptándolos.
  - a) Revisar los Criterios y definir cuáles pueden ser aplicados a corto, medio y largo plazo.
  - b) Designar dentro de la CONTURFIL una comisión para la implementación
  - c) Seguimiento de los avances.

#### CRONOGRAMA

Acción	Año	Trimestre	5			
			1T	2T	3T	4T
a) Descargar los Criterios de Turismo Sostenible						
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

- Número de presentaciones realizadas para impulsar paquete de criterios de sostenibilidad en el destino/ periodo.
- Número de actores adheridos al programa y que aplican los criterios/ periodo.

#### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E6.1 2.2. Certificaciones en turismo</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		BAJA
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar el Certificado en Turismo que mejor se adapte al destino.</li> <li>• Búsqueda de financiación para apoyar al Sector Privado</li> <li>• Implementación del Certificado</li> <li>• Certificación.</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	N.A.	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	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, del turismo sostenible que se desarrolla en ecosistemas naturales, protegidos o frágiles, que pueden incluir comunidades indígenas y que se ajusta a la definición anterior

### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:**
  - a) CONTURFIL
  - b) Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito nacional.
- **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 municipalidad y CONTURFIL:
  - 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

### CRONOGRAMA

Acción	Año	5			
		1T	2T	3T	4T
a) Seleccionar el Certificado en Turismo que mejor se adapte al destino.	Trimestre				
b) Búsqueda de financiación para apoyar al Sector Privado					
c) Implementación del Certificado					

### INDICADORES

- Número de empresas turísticas certificadas/ periodo.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

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

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E6.1 3.1. Formación en responsabilidad social y empresarial para el Destino</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		BAJA
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico en responsabilidad social y empresarial.</li> <li>Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico en responsabilidad social y empresarial.</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 8,000	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 48-60	

#### JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico de Filadelfia, 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 basadas 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
- Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- Colaboradores:** universidades, CONTURFIL, Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito municipal.
- Descripción:** Elaboración de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para capacitar al Sector Turístico de Filadelfia.
- Desarrollo:** Sería necesario la contratación de una consultoría externa que hiciese el Programa de Responsabilidad Social Empresarial para capacitar al Sector Turístico de Filadelfia.
  - Elaboración de TdR.
  - Contratación de un equipo externo.
  - Definir un Programa de Formación de Responsabilidad Social Empresarial
  - Elaborar un Manual de Responsabilidad Social Empresarial para aplicar al Sector Turístico.
  - Desarrollar un Programa de Capacitación en Responsabilidad Social Empresarial para el sector turístico.

#### CRONOGRAMA

Acción	Año	5			
		1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de TdR.	Trimestre				
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 turísticas capacitadas en responsabilidad social empresarial y código ético mundial de turismo/ periodo.
- Número de actores (privados/ públicos/ comunidad) capacitados en responsabilidad social empresarial y código ético mundial de turismo/ periodo.

#### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	<b>E6.1 1.1. Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico en responsabilidad social y empresarial.</li> <li>Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico en responsabilidad social y empresarial.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 7,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

#### JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico de Filadelfia, hacia la mejora de los servicios mediante la formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** MADES, CONTURFIL, Cooperativa Fernheim (Unidad de Turismo)

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Elaboración de un Programa de Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible para capacitar al Sector Turístico de Filadelfia.
- **Desarrollo:** Sería necesario la contratación de una consultoría externa que hiciese el Programa de Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible para capacitar al Sector Turístico de Filadelfia.
  - 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.
  - Desarrollar un Programa de Capacitación en Cambio Climático y Turismo sostenible.

#### 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					

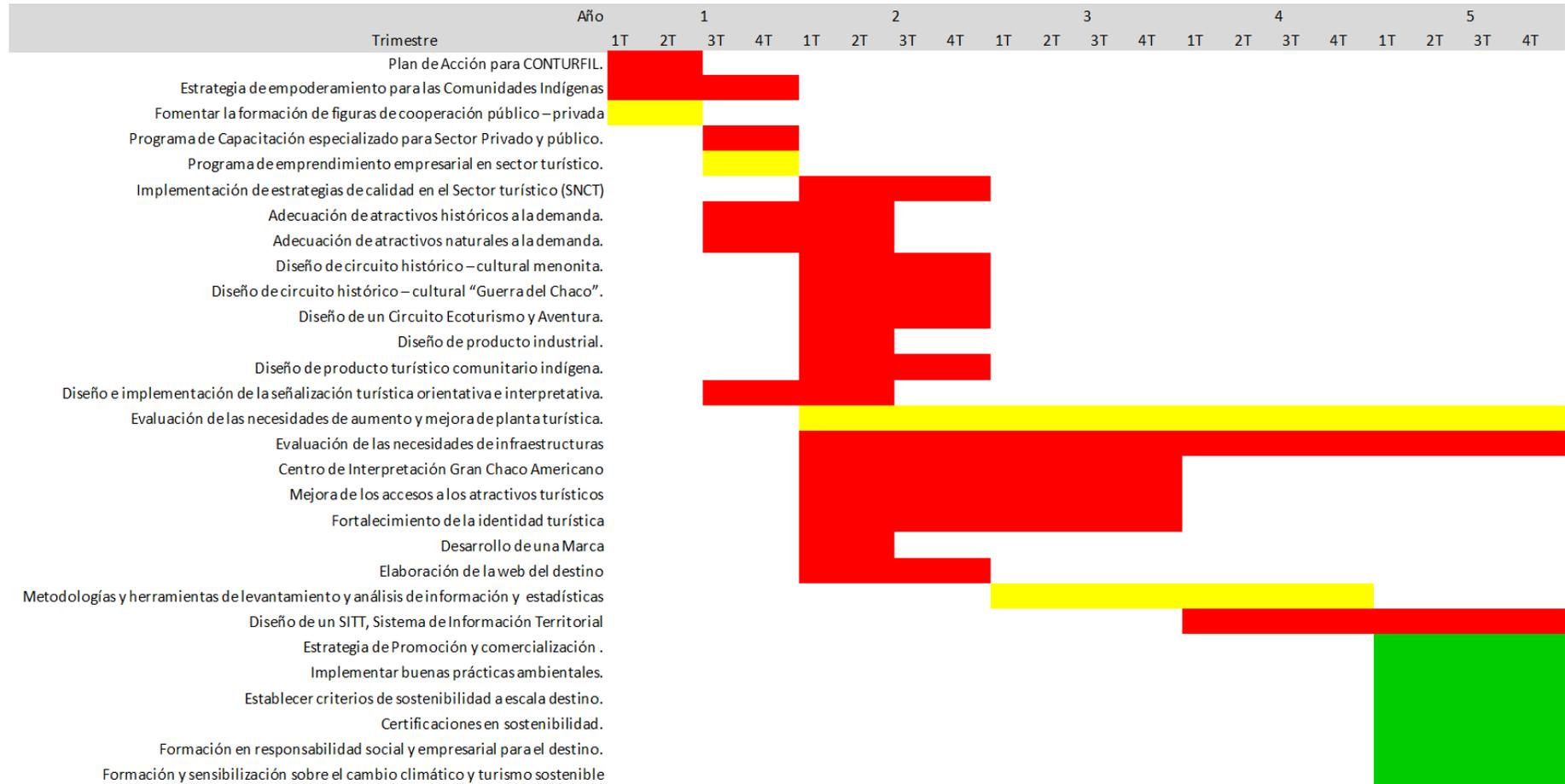
#### INDICADORES

- Número de empresas capacitadas en cambio climático y turismo sostenible/ periodo.
- Número de trabajadores del sector turístico capacitados en cambio climático y turismo sostenible/periodo.

#### 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

En el marco del Plan, y su posterior desarrollo, se establecen las oportunas herramientas para poder obtener, en los momentos que se requiera, una cuantificación de las metas y los objetivos logrados. Por regla general, se tiene que poder medir, observar y describir tendencias, en base a análisis de datos. En este sentido, es fundamental con estructuras institucionales que desempeñen este rol, y que exista el compromiso de que tengan la capacidad necesaria para elaborar series de mediciones.

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 puede servir para 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
<b>Actividad empresarial</b>	Impacto del turismo en la dinámica económica del destino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Número de empresas turísticas de capital local. Valor absoluto.</li> <li>– Cambios de actividad, en sectores tradicionales (como la artesanía).</li> </ul>	Registur.	Anual
<b>PIB</b>	Beneficio económico generado en el destino por el turismo.	Participación % del PIB Turístico / PIB local.	Destino. Estadística local.	Anual
<b>Impuestos</b>	Valor devengado de impuestos al turismo.	Valor absoluto, anual.		Anual
<b>Gasto turístico</b>	Ingresos por turismo/ período.	Valor medio por persona.	Encuesta auto administrada a demanda actual.	Trimestral
<b>Visitantes</b>	Fluctuaciones de demanda.	Número de visitantes por período. Valor absoluto.	Registros de la Estadística Turismo, por temporadas.	Mensual
<b>Tasa de empleo</b>	Empleo generado y su participación de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– % de población ocupada en el sector turismo</li> <li>– % de población ocupada en el sector turismo/ total población ocupada (local y nacional)</li> <li>– % del empleo femenino sobre o minorías (ej. indígenas) sobre el total.</li> </ul>	DGEEC	Anual
<b>Calidad empleo</b>	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](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](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](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](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](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](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](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](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

- Adriana Rodríguez, Metropolitan Touring Colombia, Ecuador Colombia.
- Alcira Condori, Peruvian Sacred, Perú.
- David Roa Martín, Chaska Tours, Colombia
- Diego Barrera, Vitramar, Alemania
- Jonas Glomski, Joven Tour, Alemania.
- Julia Dopken, Libraham Travel, Alemania
- Nicole García, Queen Travel, Bolivia.

### OTROS ENTREVISTADOS

- Joana Minck\_ Operadora natural
- Patrick Friesen- Gerente de Comunicación – Asociación Civil Choritzer

### ACTORES LOCALES

#### Gobernación

- Esteban Casuriaga, Gobernación Boquerón
- Mario Regier, Junta Departamental

#### Municipalidades

- Gloria Miranda, Filadelfia.
- Iván Vera, Municipalidad de Filadelfia
- Jorgelina Rolón, Directora Turismo y Artesanías Filadelfia.
- José Argüello, Municipalidad de Filadelfia
- José Argüello, Municipalidad Filadelfia.
- Ronald Klassen, Concejal Filadelfia.

### Cooperativas

- Ágade Harder, Cooperativa Fernheim
- Anna de Horsch, Cooperativa Fernheim
- Gati Harder, Cooperativa Fernheim.

### Prestadores locales

- Cesar Amaya, Hotel Florida.
- Clara Borges, Hotel Florida.
- Marylin Wohlgemut, Hotel Campestre Iparoma
- Nicky Stoeckl, Coordinador Mesa Turismo Departamental, Restaurante Yakare Hu.
- Orlando Hilde, Hotel Golondrina

### Comunidades indígenas

- Crescencio Cáceres, CDPI. (Consejo de Pueblos 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

## Anexo: operadores que comercializan Paraguay

### ESPAÑA

<b>Nombre</b>	<b>Catai Tours</b>
<b>Página web</b>	<a href="https://www.catai.es/destinos/viajes/paraguay.html">https://www.catai.es/destinos/viajes/paraguay.html</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	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.
<b>Ofertas hacia Paraguay</b>	Atractivos nombrados en la descripción: casco histórico colonial de Asunción, misiones jesuíticas (ruta jesuítica), <b>Represa Hidroeléctrica de Itaipú, Saltos del Monday.</b>

#### DESCUBRE PARAGUAY



**RAZONES PARA VIAJAR A PARAGUAY**

- Descubre el rico patrimonio cultural y la belleza natural de Paraguay.
- Pasea por el casco histórico colonial de Asunción, la capital del país.
- Descubre las misiones jesuíticas declaradas Patrimonio de la Humanidad
- Visita la Represa Hidroeléctrica de Itaipú, la segunda mayor del mundo.
- Disfruta la belleza natural de los Saltos del Monday en la provincia Alto Paraná.



**QUÉ VISITAR EN PARAGUAY**

**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

<b>Nombre</b>	<b>Despegar-OTA</b>
<b>Página web</b>	<a href="https://www.despegar.com.ar/actividades">https://www.despegar.com.ar/actividades</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	Agencia de viajes en línea con sede en Argentina.
<b>Ofertas hacia Paraguay</b>	Destinos: Asunción, Encarnación, <b>Ciudad del Este</b> , San Bernardino, Melgarejo.

#### Actividades recomendadas



**Entrada Museo 3D**

¡Actividad nueva! Sé el primero en comentar



**Tour de compras en Paraguay.**

¡Actividad nueva! Sé el primero en comentar

Cancelación gratuita



**Ingreso Parque de Nieve**

¡Actividad nueva! Sé el primero en comentar



**City Tour Paraguay**

¡Actividad nueva! Sé el primero en comentar



**Almuerzo Churrasquería Mara**

¡Actividad nueva! Sé el primero en comentar

## ESTADOS UNIDOS

<b>Nombre</b>	<b>Lost world</b>
<b>Página web</b>	<a href="https://lostworld.com/destinations/paraguay/">https://lostworld.com/destinations/paraguay/</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	Agencia de viajes hacia el Sur y Centro América y la Antártida. Busca acomodar a los viajeros de manera social y ambientalmente consciente.
<b>Ofertas hacia Paraguay</b>	Asunción, ruinas jesuíticas, <b>Ciudad del Este (Museo Histórico Mensú, el puente de la Amistad, Salto del Monday, destino de compras)</b> , Filadelfia

### MAGICAL DESTINATIONS IN PARAGUAY



## URUGUAY

<b>Nombre</b>	<b>Campomar</b>
<b>Página web</b>	<a href="http://www.campomar.com.uy/">http://www.campomar.com.uy/</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	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.
<b>Ofertas hacia Paraguay</b>	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 Jesuitas, <b>Ciudad Del Este, Represa de Itaipú.</b>



#### ✓ Incluye

- BUS SEMI CAMA
- SERVICIO A BORDO COMPLETO
- 04 NOCHES DE ALOJAMIENTO
- COORDINADOR ACOMPAÑANTE
- SEGURO MÉDICO
- VISITAS
- CATARATAS BRASILEÑAS ARGENTINAS
- RUINAS JESUITAS
- CIUDAD DEL ESTE
- REPRESA DE ITAIPÚ



## BOLIVIA

**Nombre** QueenTravel & Representations

**Página web** <http://www.boliviatravel-queen.com/turismo-internacional.php>

**Descripción de la agencia** 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.

Son socios activos de la Cámara Nacional de Operadores de Turismo Receptivo CANOTUR de la Cámara de Comercio y de la Cámara BolivianoPeruana.

También organizan, coordinan y proporcionan servicios turísticos en países limítrofes.

**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

<b>Nombre</b>	CVC viagens
<b>Página web</b>	<a href="https://www.cvc.com.br/destinos/">https://www.cvc.com.br/destinos/</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	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.
<b>Ofertas hacia Paraguay</b>	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 despliegan 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, Jesuitische Ruinenstadt Trinidad, Ciudad del Este, Wasserkraftwerk Itaipu, 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

<b>Nombre</b>	<b>Meridian</b>
<b>Página web</b>	<a href="http://www.meridian.cl/index.php/sudamerica-c-4/paraguay">http://www.meridian.cl/index.php/sudamerica-c-4/paraguay</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	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.
<b>Ofertas hacia Paraguay</b>	<p>Paquetes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Cataratas del Iguazú” 4 días/3 noches desde USD\$ 150. Incluye la <b>Represa de Itaipú</b> regular o Parque de las Aves.</li> <li>- “Asunción y cataratas” 6 días/5 noches desde USD \$405. Incluye Asunción y llegada a <b>Ciudad del Este</b> para pasar a Foz de Iguazú.</li> </ul>

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, CONTACTOS. The Meridian logo and 'AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO' are also visible. Below the navigation, there are flags for Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, and Uruguay. A 'Destinos' sidebar lists various regions. The main content area displays two travel packages:

- CATARATAS DE IGUAZÚ**: 04 Días / 03 Noches, Desde US\$150 (valor en \$122.000), Valor p/p an Hab. Doble. Includes 'ver detalle' and 'cotizar' buttons.
- ASUNCIÓN Y CATARATAS**: 06 Días / 05 Noches, Desde US\$405 (valor en \$275.400), Valor p/p an Hab. Doble. Includes 'ver detalle' and 'cotizar' buttons.

Additional elements include a 'Datos Útiles' section with the 'webpay.cl' logo and a 'Código prevención explotación de menores' button. A 'SELLO DE Calidad Turística' logo is also present in the bottom left corner.

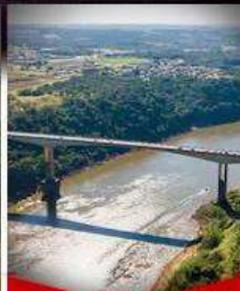
## PARAGUAY

La información analizada de las agencias de Paraguay se hizo de la base de datos de Registrur, de aquellas cuyo estado es “en funcionamiento”, tienen página web o página en Facebook y están en la subcategoría de turismo emisor y receptor.

A continuación, se muestra un resumen de la información encontrada para el Alto Paraná:

<b>Nombre</b>	<b>Lleva touroperador</b>
<b>Página web</b>	<a href="https://www.facebook.com/pg/llevamaxtour">https://www.facebook.com/pg/llevamaxtour</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	Agencia de viajes de Ciudad del Este que ofrece productos turísticos de Paraguay al mundo.
<b>Ofertas de Paraguay</b>	<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>Salto del Monday</p>

**EMBARQUES EN PUERTO MEIRA - FOZ**

 <p><b>MONUMENTO Moisés Bertoni</b></p> <p><b>VISITA AL MUSEO BERTONI</b>                  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><b>KATTAMARAM + MUSEO</b>  <b>GS. 410.000</b></p>	 <p><b>ENCUENTRO DE LAS AGUAS</b>                  ENTRE RIO PARANÁ &amp; 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><b>ENCUENTRO DE LAS AGUAS</b>  <b>GS. 410.000</b></p>	 <p><b>PASEO POR LAS 3 FRONTERAS</b>                  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><b>PASEO 3 FRONTERAS</b>  <b>GS. 315.000</b></p>	 <p><b>PUESTA DEL SOL</b></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><b>CENA + PUESTA DEL SOL</b>  <b>GS. 410.000</b></p>
--	---	--	---

<b>Nombre</b>	<b>Maitei</b>
<b>Página web</b>	<a href="https://www.facebook.com/maiteiturismo/">https://www.facebook.com/maiteiturismo/</a>
<b>Descripción de la agencia</b>	Agencia de viajes de Ciudad del Este que ofrece productos turísticos de Paraguay y desde Paraguay a otros países.
<b>Ofertas de Paraguay</b>	Itaipúland: pasadía que incluye entrada al parque acuático termal y visita a la virgen Nuestra Señora Aparecida.

**Itaipúland**

**Traslado cada Domingo**  
Mínimo 06 pasajeros

**Incluye**

- Traslado ida y vuelta
- Entrada incluida al mayor Parque Acuático Termal: Itaipúland
- Visita a la Virgen Nuestra Señora Aparecida

**Gs. 250.000**  
Por pasajero

**Maitei**  
TURISMO

+595 61 878 359 | +595 981 645 291 | 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

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
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					
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
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		<p>El Centro de Artesanías del Chaco es un espacio donde los artesanos y artesanas del Chaco paraguayos 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.</p>							
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
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				
<b>Total</b>					<b>22</b>				
					Fuente		Inmark Europa SA		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
<p>Fecha _____</p>									

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
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					1.10. Pag web				
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	X	Otro ¿Cuál?				
	Terrestre		Terrestre 4X4						
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
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	X	
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Financiado por el BID. En construcción, en febrero 2019 llevaba el 47% de avance certificado.								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
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									
<b>Total</b>					<b>0</b>				
					Fuente	Inmark Europa SA			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
No está valorado porque está en construcción todavía.									

Fecha \_\_\_\_\_

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
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	<a href="https://www.fernheim.com.py/es/turismo/">https://www.fernheim.com.py/es/turismo/</a>			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		X	Otro ¿Cuál?			
	Terrestre		Terrestre 4X4						
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
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.								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
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				
<b>Total</b>					<b>20</b>				
					Fuente	Inmark Europa SA			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

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	<a href="https://www.fernheim.com.py/es/turismo/">https://www.fernheim.com.py/es/turismo/</a>		
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				
<b>Total</b>					<b>22</b>				
						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		<a href="https://www.fernheim.com.py/e">https://www.fernheim.com.py/e</a>	
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	
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 religioso				Turismo de bienestar			
		Turismo de aventura				Turismo de compras			
		T. comunitario /rural comunit.							
		Otro ¿Cuál?							
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		X		Paisaje			
		Espacio urbano				Gastronomía			
		Artesanía				Accidente/ Monumento natural			
		Fiesta / Festividad							
		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			
<b>Total</b>						<b>19</b>			
						<b>Fuente</b>		Inmark Europa SA	
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Georreferenciar.									

Fecha \_\_\_\_\_

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre		Museo Hospitalario				CÓDIGO		FILS		
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		<a href="https://www.fernheim.com.py/es/turismo/">https://www.fernheim.com.py/es/turismo/</a>			
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. FOTOGRAFIA / 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					
<b>Total</b>					<b>19</b>		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		<a href="https://www.fernheim.com.py/es/turismo/">https://www.fernheim.com.py/es/turismo/</a>		
1.11. Forma de acceso		Aéreo	Terrestre	Urbano	Terrestre 4X4	X	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		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				
<b>Total</b>					<b>20</b>		Fuente	Inmark Europa SA	
5. OBSERVACIONES GENERALES									

Fecha \_\_\_\_\_

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS								
<b>1. GENERALIDADES</b>								
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	Otro ¿Cuál?			
	Terrestre		Terrestre 4X4					
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>								
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.							
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
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			
<b>Total</b>					<b>19</b>			
					Fuente		Inmark Europa SA	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>								

Fecha \_\_\_\_\_



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
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					1.6. Distancia en Km				
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)									
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					
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
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>								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
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					
<b>Total</b>				<b>24</b>		Fuente Inmark Europa SA			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

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		<a href="https://kelwa.com.py/index.php/historia">https://kelwa.com.py/index.php/historia</a>			
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				
<b>Total</b>					<b>20</b>				
					Fuente		Inmark Europa		
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Georeferenciar.									
Fecha _____									



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
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					
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
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	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.								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
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				
<b>Total</b>					<b>18</b>				
					Fuente	Paraguay			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha \_\_\_\_\_

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
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		<a href="http://www.ilam.org/index.php/es/museo?id=4773">http://www.ilam.org/index.php/es/museo?id=4773</a>		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?				
	Terrestre		Terrestre 4X4	X					
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
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 comunit.		
	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 &amp; DESDELCHACO, 2006).</p>								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
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				
<b>Total</b>					<b>23</b>				
					Fuente		Parques Nacionales del Paraguay		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
Fecha _____									

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
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				1.6. 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				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>							
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 /rural comunit.
	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.</p> <p>El Fortín Toledo, presenta algunas trincheras pero no se encuentra puesto en valor como el Fortín Boquerón.</p>						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
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				
<b>Total</b>			<b>19</b>		Fuente	Inmark Europa SA	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Fecha _____							

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
<b>1. GENERALIDADES</b>										
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				1.6. 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		<a href="http://rally.com.py/v2/">http://rally.com.py/v2/</a>				
1.11. Forma de acceso		Aéreo	Urbano		Otro ¿Cuál?					
		Terrestre	Terrestre 4X4	X						
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>										
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>								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>					
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					
<b>Total</b>					<b>24</b>					
					<b>Fuente</b>		Rally			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>										

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](http://www.grupoinmark.com)