



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

# Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Departamento de Misiones



TETĀPY  
JEHECHAUKA  
SĀMBYHYHA  
SECRETARÍA  
NACIONAL  
DE TURISMO

TETĀ REKUÁI  
GOBIERNO NACIONAL

Paraguay  
de la gente





# Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Departamento de Misiones



## Contenido

1. Presentación del Plan .....	1
2. Descripción del destino .....	3
3. Resumen Ejecutivo .....	5
4. Planificación turística del Paraguay.....	7
5. Diagnóstico.....	10
5.1. Análisis del entorno .....	10
5.2. Contexto Territorial .....	16
5.3. Entorno geográfico, cultural y de servicios.....	18
5.4. Mercado Turístico .....	32
5.5. Gobernanza y competitividad.....	64
5.6. Instrumentos de análisis estratégico .....	80
5.7. Mesa de Turismo .....	85
6. Desarrollo del Plan .....	87
6.1. Modelo de desarrollo turístico y posicionamiento.....	87
6.2. Pilares y Estrategias del Plan .....	91
6.3. Programas y Acciones .....	103
Fuentes.....	143
Secundarias.....	143
Primarias.....	146
Anexo: operadores que comercializan Paraguay.....	147
Anexo: normatividad regional.....	155
Anexo: fichas de inventario de atractivos.....	156
Ayolas .....	156
San Ignacio de Guazú .....	166
San Juan Bautista de Las Misiones .....	173
San Miguel .....	177
San Patricio .....	178
Santa María de Fe .....	180
Santa Rosa .....	185
Santiago Apóstol.....	189
Villa Florida .....	194
Santiago .....	197
Yabevyry.....	198

## Índice de tablas, ilustraciones y mapas

Tabla 1. Principales especies de peces de importancia comercial.....	21
Tabla 2. Tendencias turísticas más destacadas para 2019.....	34
Tabla 3. Puntos de control migratorio terrestre.....	38
Tabla 4. Visitantes ingresados al Paraguay según puntos de ingreso.....	39
Tabla 5. Flujos de turistas en Misiones.....	50
Tabla 6. Matriz de posicionamiento.....	64
Tabla 7. Mapa de Actores. Rol-Expectativa.....	70
Tabla 8. Valoraciones recurso/attractivo por municipio.....	75
Tabla 9. Atractivos/ Recursos ofrecidos en Misiones.....	77
Tabla 10. Integrantes mesa de turismo.....	86
Ilustración 1. Planes marco del Paraguay.....	7
Ilustración 2. Conjunto religioso en el Departamento de Misiones.....	12
Ilustración 3. Porcentaje de prestadores turísticos en el departamento, por tipo de prestador....	31
Ilustración 4. Distribución de prestadores de servicios turísticos por tipo de prestador/ciudad....	31
Ilustración 5. Turismo internacional 2017.....	32
Ilustración 6. Ocho tendencias de viaje para 2019.....	33
Ilustración 7. Llegadas de turistas internacionales.....	37
Ilustración 8. Llegadas mensuales de turistas internacionales.....	37
Ilustración 9. Mercado actual de turistas internacionales.....	38
Ilustración 10. Medio de transporte utilizado para acceder al Paraguay.....	39
Ilustración 11. Motivo de viaje.....	40
Ilustración 12. Medio de compra del viaje por parte de los turistas.....	41
Ilustración 13. Actividades realizadas por turistas en el destino.....	42
Ilustración 14. Movimiento mensual de turistas domésticos.....	43
Ilustración 15. Estacionalidad turismo doméstico vs receptivo.....	43
Ilustración 16. Estadía promedio.....	44
Ilustración 17. Satisfacción de la experiencia.....	45
Ilustración 18. Departamentos visitados en Paraguay.....	46
Ilustración 19. Actividades realizadas por turistas domésticos.....	46
Ilustración 20. Competitividad turística en el Paraguay según FEM.....	47
Ilustración 21. Participación del turismo sobre el PIB.....	48
Ilustración 22. Imágenes de la campaña turística de Argentina.....	61
Ilustración 23. Imágenes de la campaña turística de Bolivia.....	62
Ilustración 24. Imágenes de la campaña turística del Brasil.....	62
Ilustración 25. Imágenes de la campaña turística del Uruguay.....	63
Ilustración 26. Imágenes de la campaña turística del Paraguay.....	63
Ilustración 27. Nueva cadena de valor del turismo.....	65
Ilustración 28. Mapa de Actores Departamento Misiones.....	69
Ilustración 29. Cinco ámbitos clave del turismo frente a los ODS.....	102
Mapa 1. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y Departamento de Misiones.....	3
Mapa 2. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y departamentos.....	4
Mapa 3. División Administrativa de Paraguay por Departamentos.....	11
Mapa 4. División Administrativa Departamento de Misiones.....	11
Mapa 5. Red vial del Departamento Misiones.....	17
Mapa 6. Hidrografía del Paraguay.....	23
Mapa 7. Ruta Jesuítica.....	27
Mapa 8. Aglomeración atractivos turísticos Misiones.....	78
Mapa 9. Atractivos turísticos Misiones.....	78
Mapa 10. Atractivos Norte de Misiones.....	98
Mapa 11. Atractivos Centro y Sur de Misiones.....	98

## Listado de acrónimos y abreviaciones

- APATUR. Asociación Paraguaya de Turismo Rural.
- BID. Banco Interamericano de Desarrollo.
- CADEP. Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguaya
- DGDTIR. Dirección General de Desarrollo Territorial e Integración Regional
- EBY. Entidad Binacional Yacyretá
- EMITUR. Emprendimiento Misionero de Turismo.
- FEM. Foro Económico Mundial.
- ICCA. The International Congress and Convention Association.
- IDH. Índice de Desarrollo Humano
- 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.
- MERCOSUR. Mercado Común del Sur.
- MICE. Turismo de Reuniones, Congresos e Incentivos.
- PMND y OT. Plan Marco Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
- REGISTUR. Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay.
- PDTDM. Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Misiones
- MADES-Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sustentable
- SENATUR. Secretaría Nacional de Turismo del Paraguay.
- SICESPAR. Sistema Informático de Control de Entrada y Salida del Paraguay.
- SIG. Sistemas de Información Geográfica.
- SINASIP. Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas.
- STP. Secretaría Técnica de Planificación.
- TRC. Turismo Rural Comunitario.
- DGEEC. Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos.
- UNASUR. Unión de Naciones Suramericanas.

## 1. Presentación del Plan

A continuación, se presenta el [Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Misiones \(PDTDM\)](#). El PDTDM se encuentra enfocado territorialmente en todo el Departamento.

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

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

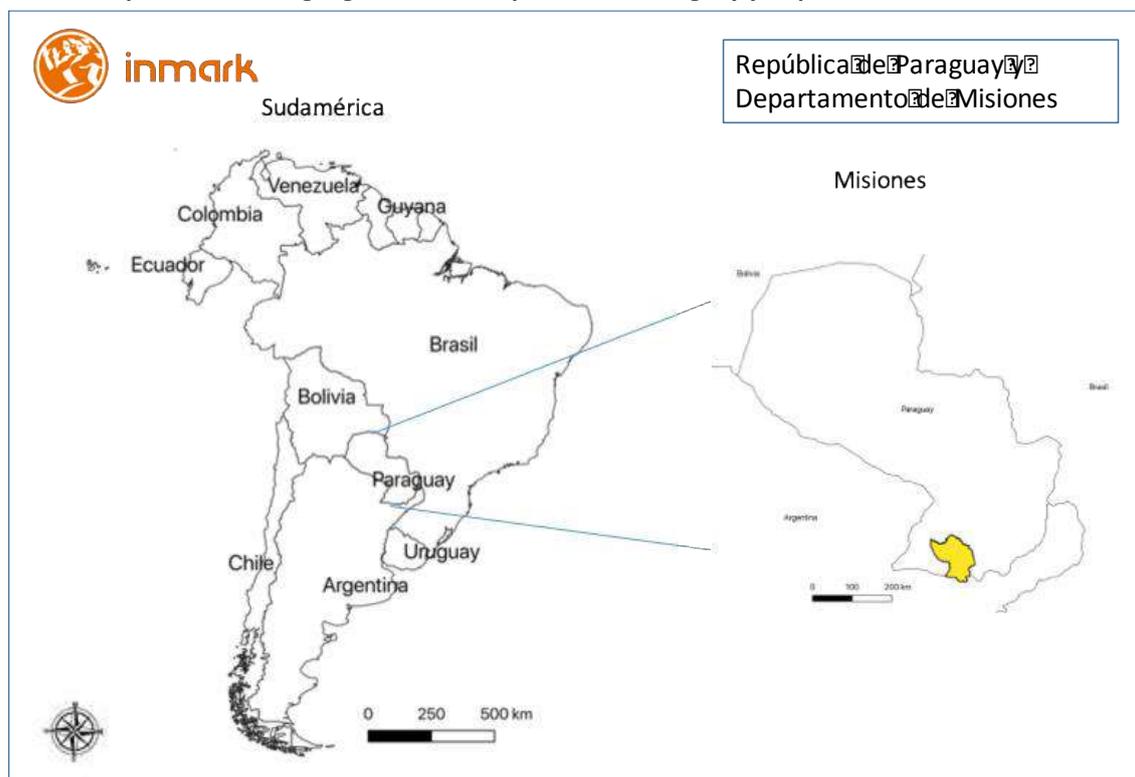
- [Tener un Enfoque Cadena de Valor](#). El enfoque en Cadena de Valor ha ayudado a identificar los actores que intervienen en el contexto turístico y las relaciones entre los mismos, además de guiar sobre dónde y cómo intervenir y la viabilidad de dicha intervención. El enfoque de cadena de valor facilita el compromiso de los actores que participan en el proceso.
- [Incluir la Participación de los actores locales](#). El Plan ha sido consensuado a través de la participación de los actores locales. Se han establecido diferentes formas de participación, reuniones, paneles de expertos, talleres, mesa de turismo; todas con el mismo propósito, elaborar un plan de desarrollo turístico participativo, donde los actores locales lo sientan como propio.
- [Establecer criterios de Sostenibilidad](#). Los principios y criterios de sostenibilidad turística -como los de responsabilidad social y empresarial- han sido transversalmente prioritarios durante todo el Proyecto ya que se trata de apostar por la continuidad de los procesos, la conservación de los recursos naturales y culturales, las energías renovables, las buenas prácticas ambientales, las actividades responsables, así como generar una riqueza y reequilibrio socioeconómico. Se han aplicado tanto en el levantamiento de información como en la definición de líneas estratégicas, programas y acciones.
- [Desarrollar el Posicionamiento](#). El posicionamiento permite a los destinos distinguirse entre ellos en base a la capacidad de potenciar sus características diferenciales; ofreciendo lo que sus visitantes, actuales y futuros, desean. Para ello, se debe “escuchar” al mercado. La propuesta de valor que sustenta el posicionamiento del plan responde a las demandas del mercado, las capacidades y vocación del destino y las legítimas aspiraciones de la comunidad, los empresarios y las autoridades.
- [Identificar proyectos estratégicos y emblemáticos como elementos tractores](#). La identificación de proyectos emblemáticos es crucial para la articulación del Plan. Es por ello, que se han identificado aquellos prioritarios para el desarrollo del destino, estableciendo las características 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

El Departamento de Misiones se localiza en la región oriental, es decir en la región más habitada. Cuenta con una superficie de 9.556 km<sup>2</sup>. Limita al norte con el departamento de Paraguarí, al este con los departamentos de Caazapá e Itapúa, al sur con el río Paraná que lo separa de Argentina, y al oeste con el departamento de Ñeembucú.

Mapa 1. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y Departamento de Misiones



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

Gran parte del departamento está formado por una llanura surcada por ríos y arroyos, como la mayor parte del territorio de Paraguay. Se distinguen tres zonas: la del Sureste, que es baja y anegadiza, muy buena para la ganadería. En el norte y centro, se encuentran zonas más altas debido a que por allí cruzan las últimas ramificaciones de la Cordillera de Ybytymy, formando los cerros de San Miguel, San Juan Bautista, Santa María, Santa Rosa, creando un paisaje de contrastes.

La geografía del Departamento de Misiones cuenta con los [Pastizales de Mesopotamia](#), también conocidos como “campos o pampas naturales de las misiones”, una ecorregión que Paraguay comparte con Argentina y Uruguay y, al interior de Paraguay, por el oeste, con el departamento de Itapúa. Este ecosistema es rico en flora y fauna, sin embargo, varias son las especies en peligro de extinción como el aguara guazú, el único mamífero de gran tamaño que subsiste. Es un área protegida del sistema de parques nacionales del Paraguay.

Su capital es el distrito de San Juan Bautista, con una vasta historia. La ciudad se erige sobre una colina a 135 metros sobre el nivel del mar, después de la guerra contra la Triple Alianza se fue ampliando la población con la presencia de los correntinos y entrerrianos que emigraron para reactivar la zona, devastada durante la contienda.

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



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

Misiones se encuentra [vinculado con la capital Asunción](#), a través de la [Ruta Mariscal Francisco Solano López](#), que también lo conecta con Encarnación, capital del departamento de Itapúa; departamento que también alberga pueblos fundados como misiones jesuíticas. Se trata de la ruta principal, con buena conectividad terrestre. Existe conectividad aérea doméstica principalmente entre Asunción y Encarnación (departamento de Itapúa), que conectan la región por vía aérea.

### 3. Resumen Ejecutivo

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

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

Hay que tener en cuenta que la hidrografía del país se caracteriza por abundantes recursos, además de ríos, el territorio de Paraguay es prolífico en humedales y lagos. Cuenta con cinco grandes ecorregiones: el Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA), el Chaco (Seco y Húmedo), el Pantanal y el Cerrado. Además, en los departamentos de Misiones e Itapúa se da la presencia de acuíferos regionales que forman parte del gran Acuífero Guaraní, más reducidos en tamaño, pero con un elevado potencial de explotación y, el llamado archipiélago del Paraná, conformado por islas fluviales, el cual se extiende hasta los confines litorales del Ñeembucú.

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

En cuanto al turismo, se observa una gran dependencia de Paraguay en el mercado argentino, del que recibe el 71% de sus llegadas (2016) y del brasilero con el 16%. La dificultad se encuentra cuando uno de estos países tiene un decrecimiento en su economía, como es el caso de Argentina, lo que afecta la economía nacional.

El turismo en el país se ha vuelto una prioridad para el Estado, por lo que se han desarrollado algunas inversiones en este sector y se espera que la dinámica continúe para mejorar la competitividad, para superar la posición 110 entre 136 países, según reporte del Foro Económico Mundial del 2017.

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 inclusivas en el contexto del Plan de Desarrollo Paraguay 2030 y como elementos clave, mejorar la articulación del desarrollo en las regiones para garantizar una gobernanza multinivel.

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

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

En el trabajo de campo realizado en el Departamento de Misiones, se identificó una oferta destaca por atractivos tales como los pueblos de origen jesuítico, que integran la ruta y caminos de las Misiones Jesuíticas, y un acervo patrimonial de gran valor, representado en las colecciones de pinturas e imaginería religiosa propia del barroco jesuítico guaraní. Así mismo, la Hidroeléctrica Yacyretá, EBY Binacional y las reservas naturales asociadas a ésta mega obra de infraestructura y al gran río Paraná y otros como el Tebycuary y sus recursos ícticos y la actividad piscícola y de pesca. La oferta de fiestas religiosas y populares, integra algunas de gran singularidad.

Ahora bien, en el desarrollo de los talleres participativos para identificar Flujos Turísticos, el DAFO y las estrategias de supervivencia, reorientación, defensivas y ofensivas, muestran que el departamento, a pesar de ser uno de los polos de atracción turística más importantes del país, le hace falta potencializar su oferta, organizarla y proyectarla hacia nuevos mercados internacionales y domésticos.

También sobresale la ventaja en cuestiones de conectividad al disponer con buenas carreteras nacionales que conectan al Departamento de Misiones con el aeropuerto Silvio Pettirossi de Asunción y con la ciudad de Encarnación. Aun así, se requieren mejoras en infraestructuras turísticas, en conectividad de internet, en TIC y en servicios turísticos.

Para el caso específico del Departamento de Misiones, el presente documento presenta el Modelo de Desarrollo Turístico de tipo **inclusivo** que busca favorecer el progreso y participación de población local de los beneficios del turismo. Se prioriza un **modelo de turismo cultural** con base en de la Ruta Multidestino de las **Misiones Jesuíticas** apoyado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el cual participan Argentina, Brasil, Bolivia, Uruguay y Paraguay, actúa como factor de impulso al desarrollo turístico sostenible del componente de la ruta en Paraguay bajo el liderazgo de SENATUR. Este modelo contempla la puesta en marcha de entes gestores de destino (**Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas**).

También se apuesta por la diversificación del producto turístico con base en las potencialidades del Departamento de Misiones en materia de **recursos naturales, fluviales** y la ventaja que representa la **Entidad Binacional Yacyretá (EBY)** e incluye el involucramiento de entidades privadas como Touring y Automóvil Club Paraguayo que entran a complementarse con acciones propias resultantes de la presente consultoría, como la **Mesa de Turismo**, de conformación público-privada.

La segunda parte se estructura en la presentación de **escenarios futuros a 5 y 10 años** que aspiran a que Misiones sea reconocido como el destino turístico patrimonial cultural y de naturaleza del Paraguay. Para ello se propone la definición de **8 objetivos** que se enmarcan en una **propuesta de valor** que resalta como atributo del departamento, su rico patrimonio histórico, cultural y religioso, así como el potencial basado en los recursos naturales. Estos objetivos se enmarcan en el Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico Paraguay 2019-2026.

En ese contexto el presente documento plantea 6 estrategias con sus respectivos programas y acciones, cuya realización debe resultar en la concesión de los objetivos planteados, en la implementación del modelo de desarrollo turístico (la apuesta que hace el Departamento de Misiones) y, como fin último, convertir al departamento en un **destino turístico reconocido por su rico patrimonio histórico, cultural, religioso y festivo, relevante dentro del imaginario de la ruta jesuítica y por su riqueza natural y fluvial**.

## 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, 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>1</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>2</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>1</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>2</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 colectivos desfavorecidos.

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 diseño e implementó un “[Plan Marco Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial](#)”, [PMND y OT](#), 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 2019– 2026 se articula en torno a unos ejes principales, con una serie de objetivos:

- *Mejorar el desempeño y la competitividad del sector*
- *Poner en valor los atractivos turísticos, las infraestructuras y los servicios que se prestan.*
- *Mejorar la relación calidad/ precio de productos y servicios.*
- *Mejorar la accesibilidad turística y las infraestructuras.*
- *Vincular la imagen del país con sus recursos naturales y culturales.*
- *Asegurar un entorno atractivo para el florecimiento de los negocios turísticos.*
- *Mejorar la disponibilidad de recursos humanos capacitados para la actividad turística*
- *Asegurar que los proyectos son respetuosos con el medioambiente y beneficiosos para las comunidades locales.*
- *Impulsar unas instituciones bien estructuradas, articuladas y dotadas de recursos (financieros y humanos) y herramientas de monitoreo.*
- *Reforzar el marco regulatorio turístico.*

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

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

## 5. Diagnóstico

La metodología de planificación turística 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 del Paraguay

El Paraguay es una república presidencialista. La Constitución de 1992 lo declara 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.

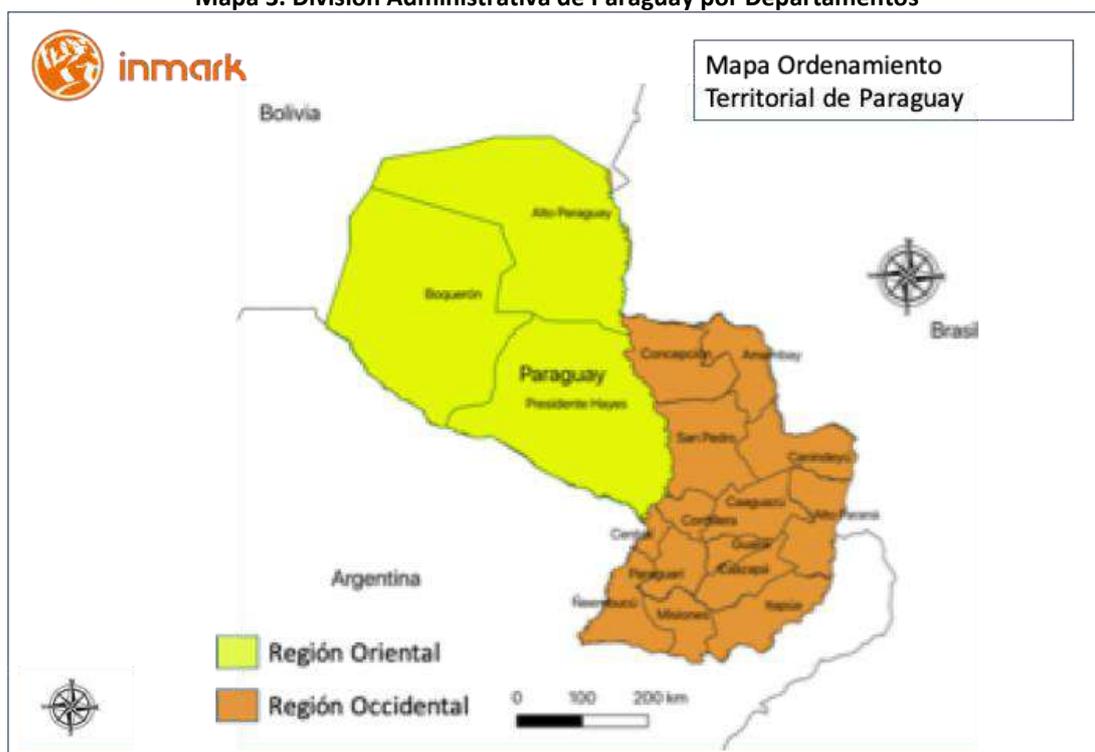
En lo que respecta a las relaciones exteriores, Paraguay pertenece al Mercosur (Mercado Común del Sur) y a la Unasur (Unión de Naciones Suramericanas), lo cual facilita los flujos de visitantes y comercio entre los países miembro. Mantiene relaciones estrechas con la Unión Europea y Taiwán (China-Taiwán), 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.  | <b>8. Misiones.</b> | 14. Canindeyú.        |
| 3. Cordillera. | 9. Paraguari.       | 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 Ciudad del Este, capital del departamento de Alto Paraná.

Mapa 3. División Administrativa de Paraguay por Departamentos



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

### 5.1.2. Contexto urbano de Misiones

Misiones se divide administrativamente en 10 distritos: Ayolas, San Ignacio, San Juan Bautista, San Miguel, San Patricio, Santa María, Santa Rosa, Santiago, Villa Florida, Yabebyry.

Mapa 4. División Administrativa Departamento de Misiones



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

La capital San Juan Bautista y otros municipios como San Miguel, Santiago, San Patricio, San Ignacio de Guazú, Santa Rosa, Santa María, tienen su origen en la historia de las misiones jesuíticas o reducciones jesuíticas guaraníes, fundadas como pueblos de adoctrinamiento y evangelización por parte de la orden religiosa de la Compañía de Jesús, quienes cumplieron para la corona española un importante papel colonizador; y la llamada por entonces Provincia Paraguaria del Virreinato del Perú. Se localizan también en Misiones los municipios de Ayolas, Yabebry y Villa Florida. Estos se integran turísticamente al desarrollo de **rutasy caminos jesuíticos como producto turístico**.

**San Juan Bautista**, a 196 km. de Asunción, tiene una población de 13.453 habitantes. Es una localidad ganadera y agrícola. Allí se concentran las principales instituciones del departamento, entre otras, la Gobernación del Departamento de Misiones, la municipalidad, el Palacio de Justicia, el Obispado de la Diócesis.

De otra parte, **San Ignacio de Guazú** es la población **más antigua** y de mayor importancia desde el punto de vista histórico, cultural y económico. Fundada por los padres jesuitas Marcial de Lorenzana y Francisco de San Martín, junto al cacique Arapyzandu, el 29 de diciembre de 1609. Se convirtió en centro de las reducciones jesuíticas de las Misiones en el Paraguay. Desde allí partirían los jesuitas a fundar otros pueblos como Santa Rosa, Santiago, Santa María, San Cosme y Damián, entre otros. Tiene una población cercana a los 20.061 habitantes. Por su ubicación en el centro del departamento cuenta con un gran potencial económico, promoviendo las actividades agrícolas, ganaderas y comerciales.

**Santa Rosa de Lima** es otro municipio que destaca. Fundado por el Padre Jesuita Jacobo Ranzonier el 2 de abril de 1698 es una de las más importantes ciudades con influencia jesuita. Su principal característica paisajística es que se encuentra rodeada por cerros, pues Santa Rosa se localiza sobre un cerro que hace parte de una serie de cerros entre Villa Florida y Santa Rosa.

**Ilustración 2. Conjunto religioso en el Departamento de Misiones**



Fuente: Inmark Europa S.A.

Su localización, además del carácter histórico y cultural, le permite proyectarse hacia un turismo de naturaleza, en tanto su territorio está regado por los ríos Paraná y el Tebicuary. El río Tebicuary ofrece playas de arenas muy blancas, al igual que el río Paraná, tiene gran potencial para la pesca deportiva. También existen en la zona numerosos arroyos, como el Yabebyry, Atinguy, San Roque, entre otros. Esta parte del departamento tiene un ecosistema que se asocia al río Paraná, con buenos recursos naturales y también obras de ingeniería producto de la intervención humana como la represa de Yaciretá, Entidad Binacional EBY, conjuntamente con Argentina. Allí se formaron grandes reservorios de vida silvestre.

**Ayolas** es una de las ciudades del Departamento de Misiones referente de estos ecosistemas. Se encuentra cerca de los municipios de Santiago de las Misiones, San Juan Bautista y San Ignacio. Ayolas fue un pueblo netamente pescador. Se localiza a 305 km de Asunción a orillas del río Paraná. La construcción de la Hidroeléctrica Yacyretá la ha transformado siendo hoy la ciudad más moderna del Departamento. Ésta cuenta con clubes sociales para practicar todo tipo de deportes como fútbol de campo, de playa y de salón, tenis, basquetbol, patinaje y atletismo, entre otros.

En el Departamento de Misiones se localizan reservorios subterráneos llamados acuíferos, subsidiarios del gran Acuífero Guaraní, el más grande del mundo. Los de Misiones son de extensión limitada, pero con un elevado potencial de explotación.

### 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, Matakó 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). Alto Paraná registra 27 comunidades indígenas pertenecientes a los grupos Avá guaraní, Aché (minoría) y Paítavyterá (minoría).

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>3</sup>. Posteriormente, **la guerra del Chaco (1932-1935)** también influyó en la demografía de la sociedad paraguaya.

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

---

<sup>3</sup> Fuente: Wikipedia.

Otra curiosidad del Paraguay es la existencia de [la mayor colonia conocida de Menonitas](#), en la región del Chaco, resultado de la integración social de indígenas, mestizos e inmigrantes que conservan costumbres e idiomas de los padres migrantes (alemanes, japoneses) y hacen de

[Paraguay un país fascinante desde el punto de vista multicultural](#). Por ello llama la atención que no sea tan evidente la conexión turística del Paraguay (estadísticas, promoción, conectividad aérea), con los mercados de origen de sus migraciones, por ejemplo, en comparación con Brasil.

Con respecto al [Departamento de Misiones](#), al igual que para el resto del país, según el Plan Marco de Ordenamiento Territorial (2011), existe un crecimiento de población joven disponible para ingresar en el mercado laboral en las próximas décadas, lo cual permite pensar en un contexto favorable para las políticas de crecimiento económico. Éste mismo documento indica que la población estimada para el Departamento de Misiones a 2008 era de 110.638 personas, por debajo de la media (puesto 14 entre 17 departamentos más Asunción) nacional.

En el departamento, desde la construcción por la Entidad Binacional EBY de la represa de Yacyretá, la inversión en este sector sufrió un incremento nunca visto en el país. Aun así, los servicios son deficitarios, pero mejores que la media de todo el territorio, lo que se verifica en el incremento de la esperanza de vida.

#### 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 a partir del incremento de la productividad y de una mejora significativa de la calidad de los productos exportados.

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

La vocación económica del Departamento de Misiones no difiere mucho de la del resto del país, con excepción de la vocación más comercial y financiera de las tres principales ciudades, Asunción, Ciudad del Este y Encarnación. Es así como en Misiones la actividad económica básica es la ganadería vacuna, aun cuando también se da la producción de ganado porcino, ovino y equino. De hecho, una de sus principales vocaciones artesanales son los tejidos de algodón y lana.

En cuanto a la actividad agrícola, los campos cultivados se localizan principalmente en las zonas norte y centros donde crece el arroz, la soja, la caña de azúcar, el algodón y el maíz. También se mantiene el cultivo de la naranja dulce, otrora distintiva del país guaraní.

El río Paraná y los ríos subsidiarios marcan la vocación económica en la zona sur del Departamento de Misiones. Así, la principal fuente de ingreso proviene de la pesca y de la fuente de trabajo que crea la Hidroeléctrica Binacional Yacyretá EBY. Esta última ha tenido influencia en el desarrollo de la infraestructura de la ciudad Ayolas la más moderna del departamento.

La cercanía relativa de la ciudad fronteriza de Encarnación, capital del departamento de Itapúa, ha ido generando nuevas dinámicas propias de entornos de fronteras internacionales, aprovechables por sectores como el turismo, aún incipiente. No obstante, las acciones en torno al posicionamiento de la Ruta Jesuítica están generando flujos de visitantes y turistas, flujos para los cuales debe el departamento debe prepararse.

#### 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 y cuenta con seccionales en los departamentos.

Un delito relacionado directamente con el turismo es el de la estafa a turistas, principalmente en Ciudad del Este.

Al respecto, fuentes de información para viajeros de Estados Unidos, España, Australia e Inglaterra, en el contexto de los denominados **Travel Warnings**. Estos arrojan, en términos generales, [un estatus para Paraguay más favorable que para otros países de la región](#). Paraguay es mencionado en relación con el hecho de que, en algunas áreas, se ha incrementado el riesgo de robos y tráfico ilícito de armas, narcótráfico y bienes, en particular en la frontera con Brasil. Las zonas que se mencionan como zona seguras son el “Circuito de oro” - Departamentos Central, Cordillera y Paraguarí y las Misiones jesuíticas – Departamento de Itapúa, entendiéndose que se expande hasta el Departamento de Misiones, lo cual se constituye en un factor favorable.

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. 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 Misiones.

Tanto la policía turística de Paraguay como la SENATUR ofrecen información de seguridad al turista vía internet a través de portales y Embajadas y Consulados.

En cuanto a [infraestructura hospitalaria](#), el departamento cuenta con tres hospitales principales: Hospital regional San Juan Bautista, Hospital Distrital San Ignacio Misiones y la I.P.S Ayolas. Sin embargo, la articulación de aspectos clave como seguros médicos para viajeros requiere de mayor desarrollo.

El Departamento de Misiones junto a otras regiones del país es [proclive a inundaciones](#) por lluvias. Para hacer frente a este tipo de desastres, se cuenta con el Consejo Departamental de Emergencias y Consejos Locales municipales.

## 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>4</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 y 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, es 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. Pese a contar con conectividad internacional, esta se considera baja.

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

- 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 low cost de la Argentina, inició sus operaciones en Paraguay el pasado 17 de diciembre, conectando las ciudades de Buenos Aires y Asunción. Cuenta con 4 frecuencias semanales entre Silvio Pettrossi y El Palomar, en el Gran Buenos Aires, , 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 Guazú a 30 kms. de Ciudad del Este – Aeropuerto Internacional
- Aeropuerto Encarnación – Ubicado a 20 Km de la ciudad de Encarnación – Aeropuerto Nacional

---

<sup>4</sup> Fuente: Julio Ramírez “Inversiones y financiamiento de obras viales”.

- Aeropuerto Pedro Juan Caballero – Frontera Paraguay / Brasil ubicado al norte del país, no tiene vuelos comerciales, solo operan vuelos chárteres o privados.
- Aeropuerto de Itaipu, de muy buenas condiciones, solo operan vuelos autorizados por la Entidad Binacional (Ubicado en Hernandarias)

El Chaco 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. 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, además, 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.

La necesidad de mejorar la conectividad aérea ha llevado al gobierno nacional a desarrollar una política de incentivos (SENATUR), incrementado 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 suple 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 Misiones

En cuanto a vías terrestres de comunicación el Departamento de Misiones se encuentra vinculado con la capital Asunción, a través de la Ruta Mariscal Francisco Solano López, que también lo conecta con Encarnación, capital del Departamento de Itapúa. Se trata de la ruta principal, con buena conectividad terrestre. Existe conectividad aérea doméstica principalmente entre Asunción y Encarnación (departamento de Itapúa), que conectan la región por vía aérea.

Desde la terminal de ómnibus de Asunción se pueden tomar rutas nacionales. Las vías principales son pavimentadas, lo que permite conectar fácil por vía terrestre con las ciudades principales.

**Mapa 5. Red vial del Departamento Misiones**



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

### 5.3. Entorno geográfico, cultural y de servicios

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>5</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).

Se observa un buen potencial para desarrollar turismo de naturaleza en las áreas y reservas del Tati Yupi, 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.

De otra parte, está la región Occidental o Chaco tiene el 61% del territorio nacional y alberga a un poco más del 2% de la población, con un territorio está 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.

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.

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.

---

<sup>5</sup> Fuente: Diccionario Espasa Calpe, pp. 1135-1136

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

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

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

### 5.3.1. Entorno físico de Misiones

En el Departamento de Misiones los ríos Paraná y el Tebicuary y sus respectivos afluentes generan un entramado de recursos hídricos conformados por los caudales de estos ríos y numerosos arroyos, como el Yabebry, Atinguy, San Roque, Sauce, Uruguay, Ca'a Po'i, Tororo y San Tadeo, San Antonio, Itay, y otros de menor caudal. **La importante riqueza hídrica determina las vocaciones socioeconómicas.**

En la región del Alto Paraná, la hidrografía ofrece exuberantes espacios naturales y cascadas. Las zonas cercanas a la ribera del río Paraná poseen una flora variada en la que predominan bosques y plantaciones de soja introducidas por los inmigrantes brasileños que establecieron en la región. Estos ecosistemas aledaños a la ribera del río Paraná se extienden por la zona sur del Departamento de Misiones donde existen reservas del sistema de áreas protegidas.

Las aguas subterráneas o acuíferos constituyen uno de los recursos de mayor importancia como fuente de abastecimiento de agua para múltiples usos. En Paraguay se pueden identificar los Acuíferos regionales de gran extensión como el Acuífero Guaraní, considerado uno de los reservorios subterráneos de agua más grandes del mundo, el cual con una superficie de 1.200.000 km<sup>2</sup>, ocupa la región Centro-Oeste de Brasil, atraviesa la Región Oriental del Paraguay, el Noreste de Argentina y el Centro-Oeste y Norte del Uruguay. Existen también acuíferos regionales más reducidos en tamaño, pero con un elevado potencial de explotación. Son más de 4 m<sup>3</sup>/h/m, en el Sur del Departamento de Misiones y en el Centro oeste del departamento de Itapúa.

### 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.

El [Departamento de Misiones](#), por su ubicación geográfica presenta un clima templado y lluvioso con temperaturas promedio de 21°C.

### 5.3.3. Patrimonio natural y biodiversidad

[Paraguay es un país altamente biodiverso](#), por su posición central en Sudamérica, en el que confluyen cinco grandes ecorregiones: el Bosque Atlántico del Alto Paraná (BAAPA), el Chaco, (Seco y Húmedo), el Pantanal y el Cerrado, que albergan un mosaico de ecosistemas muy diversos. Aunque Paraguay no cuenta con un inventario completo de las especies de fauna y flora que habitan su territorio, se estima que en estas ecorregiones existen 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, de 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*), 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, que cubren las ecorregiones del Alto Paraná y la Selva Central con 475 aves y la Región Occidental como la zona con menor riqueza, con 270 aves. Para mamíferos, el área con mayor exuberancia corresponde a la Región Oriental, integrando las ecorregiones Amambay, Selva Central y Alto Paraná como las más destacadas, con 113 y 72 especies para las áreas con mayor y menor riqueza, respectivamente.

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

**Tabla 1. Principales especies de peces de importancia comercial**

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

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

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

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

- 15 Parques Nacionales
- 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

El Chaco es el segundo ecosistema en importancia de América del Sur después de la Amazonia 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.

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.

#### ■ Bosque Atlántico del Alto Paraná

El **Bosque Atlántico del Alto Paraná** es considerado una de las ecorregiones más ricas e importantes del mundo. La misma fue incluida en las “Global 200”, que reúne las 200 ecorregiones más destacadas de la Tierra. Es un complejo de 15 ecorregiones terrestres que recorre la costa Atlántica de Brasil y se extiende hacia el oeste por la región Oriental del Paraguay y el noreste de Argentina en la **provincia de Misiones**.

También en Paraguay es conocido como el Bosque Atlántico del Paraguay Oriental. La alta eco diversidad se responde al influjo constante de humedad y temperatura elevadas, que aporta la latitud subtropical. La ecorregión es la de mayor biodiversidad de la Argentina y Paraguay; y en el Brasil sólo está por debajo de la Selva Amazónica. Originariamente, se extendía desde el oriente de Paraguay, el noreste argentino y a lo largo de la costa Atlántica, desde el sur hasta el noreste de Brasil. De los casi 2.000.000 km<sup>2</sup> que abarcaba antes, como consecuencia de desmontes masivos hoy sólo resta un 7 %, principalmente en forma de pequeñas islas boscosas dispersas.

#### ■ El Cerrado

El Cerrado es la [segunda ecorregión en extensión en América del Sur](#), solo superada por el Amazonas. La mayor parte de su cobertura se encuentra en Brasil, y en Paraguay penetra ingresando principalmente en los departamentos de Concepción, Amambay, San Pedro, Canindeyú, Alto Paraná y Caaguazú. El Cerrado se divide en tres hábitats: el campo limpio (pastizal natural con poco o nada de vegetación arbustiva y leñosa), el campo cerrado (formaciones de sabanas que difieren en la densidad de cobertura boscosa), y el cerradón (formación densa de vegetación leñosa). El suelo del Cerrado en su mayor parte es arenoso, compuesto por arena laterítica y litosol o podzol rojo amarillento.

#### ■ Hidrografía

La hidrografía es quizás el aspecto más sobresaliente de Paraguay, su gran riqueza reposa en sus caudales de aguas voluminosas. Por una parte, están los enormes lagos entre los cuales se destacan El Ypacaray y el Ypoa. Entre los grandes ríos se destacan el río Paraguay que nace en el estado brasileño de Mato Grosso y atraviesa el territorio paraguayo de norte a sur; el río Paraná que nace en el estado brasileño de Minas Gerais y sirve de límite con Argentina hasta su confluencia con el río Paraguay; y el río Pilcomayo que nace en Bolivia y desemboca en el río Paraguay en Asunción. De allí que la navegación fluvial sea uno de los principales potenciales del país.

El río Paraná nace en territorio brasileño entre los estados de Minas Gerais, Sao Paulo y Mato Grosso do Sul; recorre más de 1.500 km antes de llegar a territorio paraguayo. Ingresa al país por el Departamento de Canindeyú, hasta encontrarse con el Río Paraguay en el Departamento de Ñeembucú, donde sigue su camino por territorio argentino hasta desembocar en el Río de la Plata. La profundidad del río Paraná oscila entre los 8 y los 10 metros, su longitud es de 4.500 km. Su ancho varía según el tramo entre 500 y 2.000 metros. El ancho aumentó significativamente en algunos tramos, a partir de la construcción de las [Represas Binacionales de Itaipú \(Alto Paraná\) y Yacyretá \(Misiones e Itapúa\)](#).

Como ya se ha mencionado, el patrimonio natural de Paraguay es rico, abundante y se constituye en un gran potencial para el desarrollo turístico. Además de regiones diferenciadas y recursos hídricos, en torno a éstos se han creado naturalmente o como producto de la intervención humana, formaciones de playas de río, islas y numerosos ecosistemas de lagos que sobresalen dentro del conjunto del patrimonio natural de Paraguay.

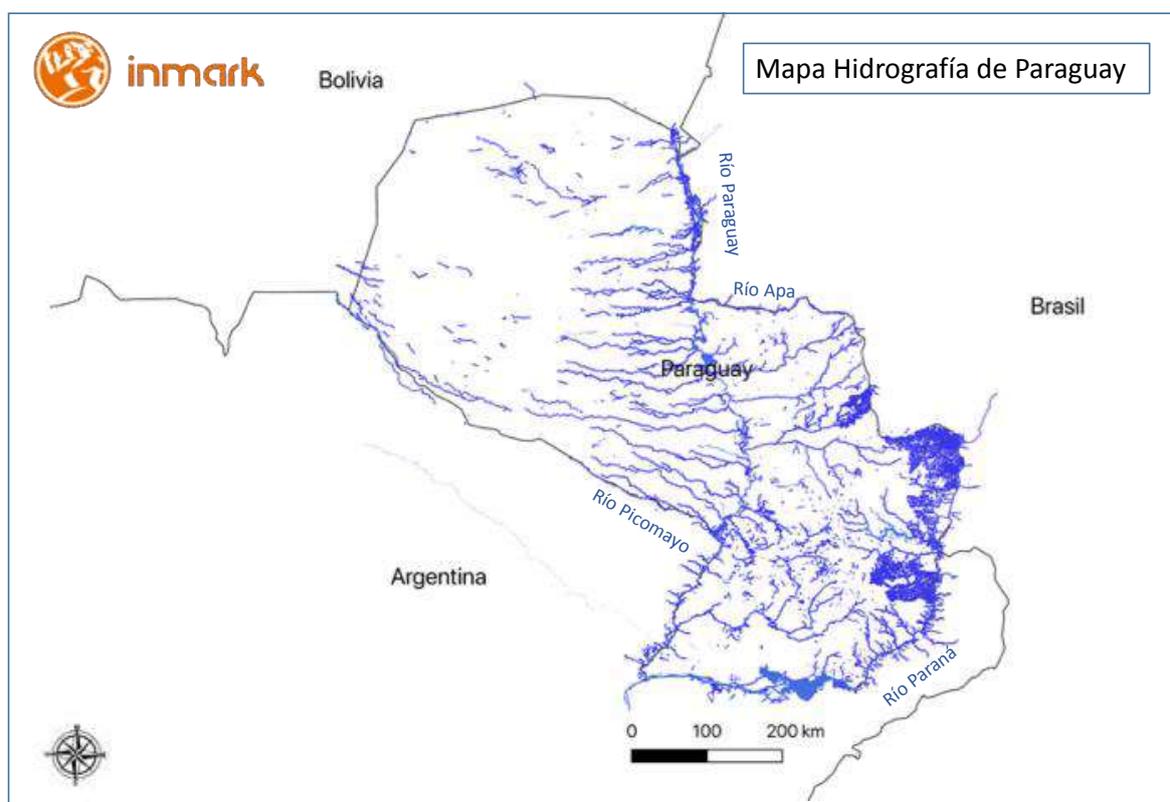
Se mencionan los Lagos Ipoá, de la República, de Areguá, la Laguna Cabral.

Quizás el lago más famoso de Paraguay sea el Ypacaraí ubicado entre los departamentos Central y Cordillera, pues es mundialmente conocido gracias a la melodía guaraní “Recuerdos de Ypacaraí”. Este lago está ubicado a unos 48 km de Asunción. Las ciudades de Areguá, Ypacaraí y San Bernardino rodean el lago, el cual es muy visitado para realizar actividades turísticas, sin embargo, posee problemas de contaminación que deben ser intervenidos.

Otro lago importante de Paraguay es el lago Yguazú está ubicado en el departamento de Caaguazú y parte del Alto Paraná. Se trata de un espejo de agua artificial que nació con la represa de Yguazú, que con el correr de los años se convirtió en sitio paradisíaco, esperando que la gente disfrute de su majestuosa belleza. Está ubicado entre los distritos de Tembiaporá, Raúl A. Oviedo, Mcal. López, 3 de febrero, J. Eulogio Estigarribia, José Domingo Ocampos, pertenecientes al departamento de Caaguazú y el municipio de Yguazú, Alto Paraná.

El Lago de Itaipú es uno de los mayores lagos artificiales del mundo. Fue creado en 1982 con el represamiento del río Paraná, para operar la represa de Itaipú, tiene una extensión de 200 km, su superficie de 1.400km<sup>2</sup> y 29 millones de metros cúbicos de agua. Abarca las costas de 77 municipios a ambos lados de la frontera entre Brasil y Paraguay. Se trata de una represa que se ha convertido en uno de los más importantes atractivos turísticos de la región.

Mapa 6. Hidrografía del Paraguay



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

#### 5.3.3.1. Patrimonio natural y biodiversidad de Misiones

La ecorregión Ñeembucú se localiza en todo el Departamento de Misiones. Comprende grandes zonas inundables. Cuenta con un área protegida que es el Refugio de Vida Silvestre Yabebyury, declarada como tal en el año 1993. Posee una extensión de 30.000 ha, que incluyen lagunas, esteros y bosques, donde se trasladaron especies rescatadas de la inundación de la represa de Yacyretá. Aun así, el deterioro ambiental y la caza ilegal son riesgos latentes para la conservación del ecosistema.

Uno de los ecosistemas formados naturalmente tras la intervención humana es el de las llamadas **dunas vegetadas** que se integran a la Reserva Natural Yacyretá de la Hidroeléctrica binacional Yacyretá (Paraguay y Argentina) en el Departamento de Misiones. Son formaciones arenosas que se consolidaron en forma natural por los vientos tras la construcción de la hidroeléctrica y las inundaciones de suelos. Las dunas vegetadas pertenecen a formaciones características de la zona ribereña del Paraná, es por ello por lo que uno a lo largo del cauce hídrico se puede encontrar numerosos bancos de arena e islas.

Finalmente se debe mencionar nuevamente el **Acuífero Guaraní** como la acumulación de agua subterránea bajo la superficie de Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay, bajo las cuencas de los ríos Paraná, Uruguay, Paraguay, Pilcomayo, Bermejo, Salado. En Paraguay, es principalmente fuente de agua de los asentamientos rurales del este del país, entre éstos, el territorio correspondiente al Departamento de Misiones con alta vocación agrícola y ganadera.

Se destaca en San Patricio Misiones el denominado **Túnel Verde**, túnel natural formado por los árboles que crecen a orilla de la carretera. El Túnel Verde de San Patricio está ubicado en la Calle del Trébol con árboles endémicos.

#### 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’ay-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 paraguayo.

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.

Una gran fiesta nacional es 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, con mezclas de diversas yerbas 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.

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.

La riqueza multicultural se ve reflejada en manifestaciones de la arquitectura religiosa, como los vestigios de la historia de los jesuitas en el Paraguay, espacios urbanos que recuerdan las migraciones asiáticas como el Parque Chino (Memorial Chiang Kai Shek), donado por los primeros inmigrantes del país asiático) o las pinturas murales de la Parroquia Espíritu Santo de Ciudad del Este, exponentes del barroco paraguayo.

#### 5.3.4.1. Patrimonio Cultural de Misiones

El Departamento de Misiones destaca por su rico patrimonio cultural, especialmente aquel asociado a tradiciones religiosas católicas. La historia de las reducciones jesuíticas marca su legado.

El legado de las **misiones jesuíticas** sea quizás el valor histórico-cultural más importante del Departamento de Misiones, al cual debe su nombre como región, incluyendo las que se instalaron en Argentina, Sur de Brasil, Bolivia y Uruguay.

En particular en Paraguay, las misiones jesuíticas guaraníes o reducciones jesuíticas guaraníes como ya se ha mencionado, fueron un conjunto de treinta pueblos misioneros fundados a partir del siglo XVII por la orden religiosa católica española de la Compañía de Jesús fundada por Ignacio de Loyola.

El legado jesuítico del Departamento de Misiones **se integra actualmente a la “Ruta Jesuítica”**, en la cual se confluyen empresas y comunidades entorno al del patrimonio cultural y natural que tienen en común los pueblos vivos y vestigios de reducciones de los países que formaron parte de la gran región de misiones durante la colonia (1609-1768) hasta el año 1767 cuando los religiosos fueron expulsados de América por la Corona Española.

De toda la antigua provincia de Paraguay, cercenada históricamente durante las guerras que redujeron su territorio, las más famosas fueron las Misiones Jesuíticas Guaraní. Los actuales pueblos jesuíticos de Paraguay se localizan en los departamentos de Misiones e Itapúa, en las márgenes de los ríos Paraguay y Paraná. Las misiones de Itapúa son vestigios arqueológicos maravillosamente conservados y con declaratorias de Patrimonio Mundial por la UNESCO (Trinidad y Jesús de Tavarangué), y el legado en el Departamento de Misiones son pueblos vivos de raigambre jesuita, muchos de los cuales conservan las estructuras urbanísticas empleadas por los religiosos.

La Ruta Jesuítica integra un territorio que abarca los departamentos de Misiones, Itapúa y Alto Paraná de la República del Paraguay, y se enmarca en un macroproyecto de marketing de la ruta que incluye a Bolivia, Brasil, Uruguay, Argentina, Chile y Paraguay (principalmente los departamentos Central e Itapúa, lo cual no excluye a todo el territorio ligado al legado jesuítico).

Los patrimonios culturales más importantes lo constituyen los museos y construcciones remanentes de ocho Misiones Jesuíticas-Guaraní. Además, toda la región es rica en atractivos naturales y culturales.

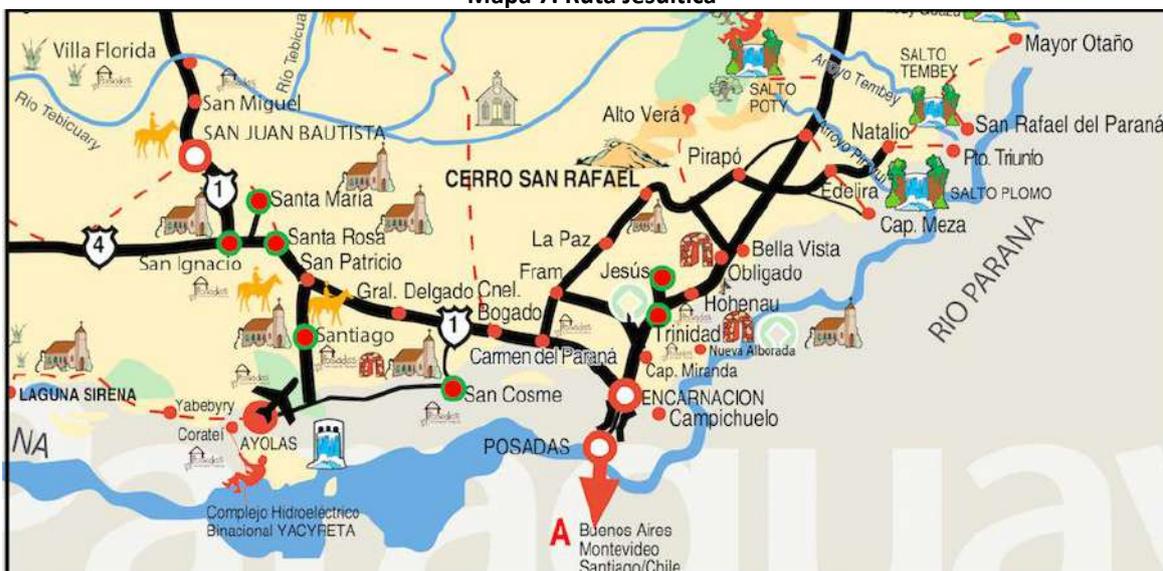
La Ruta Jesuítica en lo que corresponde a Paraguay se inicia en Villa Florida (Misiones). En el Departamento se localizan cuatro pueblos de origen jesuítico guaraní: San Ignacio Guazú, Santa María de Fe, Santa Rosa de Lima y Santiago Apóstol.

El Departamento de Misiones es **portador de un valioso patrimonio cultural material mueble** representado en imaginería religiosa tallas policromadas, ornamentos litúrgicos, retablos, pinturas y frescos propios del movimiento barroco impulsado por los jesuitas y los franciscanos, principalmente.

El barroco de origen europeo como contraposición a la reforma protestante, llega a América con toda su filosofía y estética dramática, teatral y comunicante del catolicismo. Éste se vio matizado en el nuevo mundo por cuenta de la herencia indígena, lo que genera un mestizaje y un sincretismo religioso, único. Muchos ejemplos del barroco hispánico se desarrollaron en los países que hoy son México, Perú, Paraguay y Argentina y se desarrolla durante los siglos XVII y XVIII con la llegada de jesuitas y franciscanos en tierras americanas.

Un gran valor para Paraguay y para los sitios y pueblos jesuíticos de Paraguay es que el único barroco autóctono que se desarrolló en América fue el Barroco Guaraní. El barroco guaraní tenía como finalidad atraer la atención y convertir a la fe cristiana a los indígenas paraguayos que habitaban las tierras que hoy se dividen entre Paraguay, Argentina y parte de Brasil y Bolivia. Se llama autóctono porque se inspira en su propia flora para los ornamentos religiosos y las imágenes de santos tenían rasgos indígenas lo cual le imprime una relevante singularidad.

Mapa 7. Ruta Jesuítica



Fuente: SENATUR – Cámara Paraguaya de la Ruta Jesuítica

En estos pueblos se encuentra un rico patrimonio urbanístico y arquitectónico que conserva la forma constructiva, que muestra la iglesia frente a la cual se dejaba el terreno para la plaza y las viviendas o casas de indios, frente al otro extremo de la plaza y a los costados. Algunos como Santa Rosa de Lima conservan construcciones y frescos originales. Los pueblos poseen museos que conservan imaginería religiosa, retablos, talleres y ornamentos litúrgicos del llamado “barroco guaraní”, por sus características singulares surgidas del sincretismo cultural. En algunos de ellos como en San Ignacio, existen escuelas taller que enseñan a los jóvenes las técnicas ancestrales de tallas, molduras y proyección artística con base en el legado jesuita como una forma de perpetuar la identidad cultural.

En cuanto al patrimonio inmaterial, destacan muchas de las fiestas populares religiosas que se celebran y los sitios de peregrinación. Entre éstas sobresale la celebración del Viernes Santo en Tañarandy, compañía de San Ignacio Guazú en el Departamento de Misiones, en el que sobresalen la procesión de la dolorosa, las lámparas elaboradas con cascara de naranja, la ceremonia del descenso de la cruz y la puesta en escena del artista Koki Ruiz. Igualmente, los cuadros vivos.

Otras fiestas religiosas y culturales son 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. Allí se localiza un pequeño oratorio guaraní y una fuente de agua con narraciones asociadas a historias religiosas y a leyendas guaraníes. Sitio de peregrinación, allí acuden unas 5.000 personas que caminan hasta la cima del cerro Santa María cada jueves santo.

La Fiesta de la Tradición Misionera se celebra a finales de enero en la ciudad de Santiago de las Misiones en el Departamento de Misiones. Es la fiesta más grande del país en lo que respecta a espectáculos ecuestres, faena de campo, manejo de animales y el lazo, presentación de caballerizas. La fiesta nació en 1980 y desde entonces forma parte del patrimonio no solo del Departamento de Misiones, sino de Paraguay.

Esta fiesta se celebra anualmente a finales de enero. Entre las principales manifestaciones culturales están la jineteada del Club de Leones, el rodeo paraguayo, demostraciones de folclore y bailes populares hasta el amanecer con el chamamé (baile de raíces guaraníes que integra influencias jesuíticas y germanas) que incorpora el llamado sapukai, el grito tradicional de los gauchos. La cultura gaucha es autóctona de la antigua gran provincia de Misiones, hoy dividida entre Paraguay, Argentina y Brasil.

También sobresalen las [artesanías](#) elaboradas con materias primas autóctonas por las comunidades indígenas y campesinas: bolsos vegetales, tallado en madera, tejidos de caraguata y guembepi, ñandutí y encaje jú, son las más destacadas y que, junto a un habla que entremezcla el portugués, el guaraní y el castellano, enriquecen el patrimonio cultural de la región. Así mismo, las artesanías en Palo Santo y en utensilios para carnes en el Departamento de Misiones. Son destacadas por su colorido y variedad las artesanías en lana e hilo de San Miguel junto a su festival de la “Ovecha Ragüe”.

La [gastronomía tradicional](#) que identifica al Departamento de Misiones y más aún en época de que se celebra la fiesta de San Juan Bautista es el Chorizo Sanjuanino (chorizo misionero) el cual junto al Siriki y el Batiburrillo son parte de las cocinas autóctonas.

Otro valor destacado del patrimonio cultural de Misiones es el [artista de San Juan Bautista, Agustín Pío Barrios](#), representante de la música de Paraguay y su emblema, la guitarra. En su ciudad natal, San Juan Bautista (Misiones) existe la casa Museo “Mangoré”, como se le conoció. También es una posada turística.

Un caso singular en el Departamento de Misiones es Yabebyry, conocido como el “pueblo de las dos iglesias”, por la existencia de la iglesia antigua y la moderna, una frente a la otra. Mostrando dos épocas. En la antigua iglesia se guarda la imagen de San Francisco, donación hecha por el Mariscal Francisco Solano López. Sin embargo, el estado de conservación de la antigua iglesia es malo y merece atención si se quiere conservar el legado patrimonial.

### 5.3.5. Infraestructuras y servicios

La capacidad de un destino turístico para atraer demanda e inversión también está relacionada con las infraestructuras y servicios que disponga, su calidad, cantidad y adecuación. [En el caso del Departamento de Misiones, las infraestructuras de servicios son aceptables.](#)

### ■ Servicios públicos y suministros

Según la Dirección de Agua Potable y Saneamiento, del análisis general de la situación y nivel de desarrollo de la prestación de los servicios de abastecimiento de agua potable y de alcantarillado sanitario que se ofertan a la población de Paraguay, se caracterizan los principales aspectos críticos que afectan al sector de agua potable y saneamiento, en términos de la problemática de la eficiencia y la calidad de los servicios. En términos generales el sistema de alcantarillado sanitario es insuficiente. Actualmente el 66,51% de la población maneja cámaras sépticas y pozos ciegos. Es una deficiencia general del país: el alcantarillado a nivel nacional sólo el 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).

El 99,90% de la población tiene acceso a electricidad. Paraguay es uno de los países con mayor producción de energía hidroeléctrica.

El sistema de salud paraguayo está compuesto por entidades públicas, privadas y mixtas sin ánimo de lucro. Con fin lucrativo existe una oferta de medicina prepagada.

### ■ Comunicaciones

Paraguay ha experimentado un importante desarrollo de sus telecomunicaciones. Según la EPH 2017, en [Misiones](#), la telefonía móvil alcanza el 95.29 % mientras la demanda de líneas fijas se contrae y que apenas alcanza al 10.68%.

#### 5.3.6. Planta turística

### ■ Caracterización nacional y en destino

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

Según registros de SENATUR, en 2016 Paraguay disponía de un total de 848 establecimientos de alojamiento, de los cuales un 48% (405) eran hoteles. En los últimos 10 años, el aumento en el número de camas ha sido muy positivo, especialmente en el segmento de los hoteles de categorías más altas. En el conjunto del país la oferta de alojamiento ha registrado intensos crecimientos tanto en el número de establecimientos (que han crecido a una tasa media del 18,7% desde 2008) como en el de habitaciones (+11,8% anual de media en el período) y en el de camas (+11,7%). El crecimiento de los hoteles (44 nuevos entre 2012 y 2016), sin embargo, ha sido protagonizado por establecimientos de tamaño medio (40 habitaciones y 90 camas, aproximadamente), que se han ido abriendo especialmente en el interior del país, donde había una oferta de alojamiento muy escasa. El resto de los establecimientos creció al 22% anual entre 2012 y 2016<sup>6</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.

---

<sup>6</sup> Información extraída del Plan Maestro de Turismo Sostenible 2018 – 2025 de Paraguay.

La información que se presenta a continuación es una recopilación de datos obtenidos de Registur (2018), que tiene en cuenta los prestadores en estado de “en funcionamiento” y los prestadores mencionados en diversas fuentes de comercialización. Con lo anterior se establece que no son datos oficiales<sup>7</sup>. Son datos indicativos obtenidos por sondeo de fuentes y en los talleres *in – situ* realizados por la consultoría que se pueden tomar como un diagnóstico acertado.

### 5.3.6.1. Planta turística de Misiones

El Departamento de Misiones concentra alrededor de 30 hoteles de los cuales la mayoría están en Ayolas, San Ignacio y San Juan Bautista. Igualmente cuenta con aproximadamente 16 posadas turísticas concentradas principalmente en Ayolas, Villa Florida y San Ignacio. Se destaca como potencial las estancias ganaderas como hospedajes rurales.

Cuenta con buenos paradores sobre la vía, como el parador hotel del Touring Paraguay, también en San Miguel y San Ignacio.

Así mismo en Ayolas se encuentran el Hotel Nacional de Turismo de SENATUR con buenas instalaciones y el Hotel Ayolas, sobre la ribera del río Paraná, que se ha especializado en la oferta de servicios de pesca deportiva, y que además de alojamiento, el restaurante que posee lo convierte en un buen parador turístico.

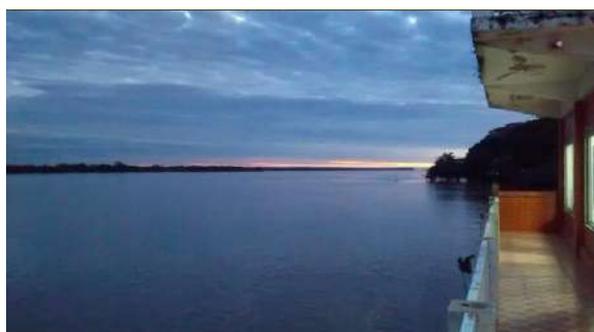


Hotel Nacional de Turismo, Fuente: Inmark Europa S.A

La oferta de restaurantes se concentra principalmente en Ayolas, San Ignacio y San Juan Bautista. La menor oferta de alojamientos y restaurantes está en San Miguel, Santa María de Fe, Santa Rosa. En Santiago existe oferta de alojamientos por parte de religiosos. Se destaca la entrada en funcionamiento del Hotel Nacional cerca al Touring Paraguay, sobre la vía nacional.

Se ofrecen también servicios de camping, alquiler de lanchas y acompañamiento para pesca deportiva, catamarán (especialmente en Ayolas) y turismo fluvial. A la oferta de servicios se suma la oferta de recorridos ecoturísticos organizados por la EBY (Yacyretá).

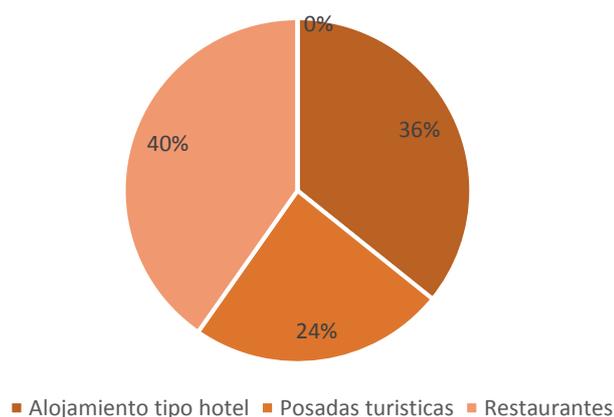
Para el caso del Departamento de Misiones, según cálculos proyectados sobre la muestra de las fuentes indicadas anteriormente, no se registran operadores turísticos. El 40% corresponde a restaurantes, entre los cuales se cuentan algunos paradores, el 36% corresponde a alojamientos tipo hotel y un 24% a posadas turísticas.



Hotel Ayolas. Fuente: Inmark Europa S.A.

<sup>7</sup> SENATUR no cuenta con un registro estadístico único.

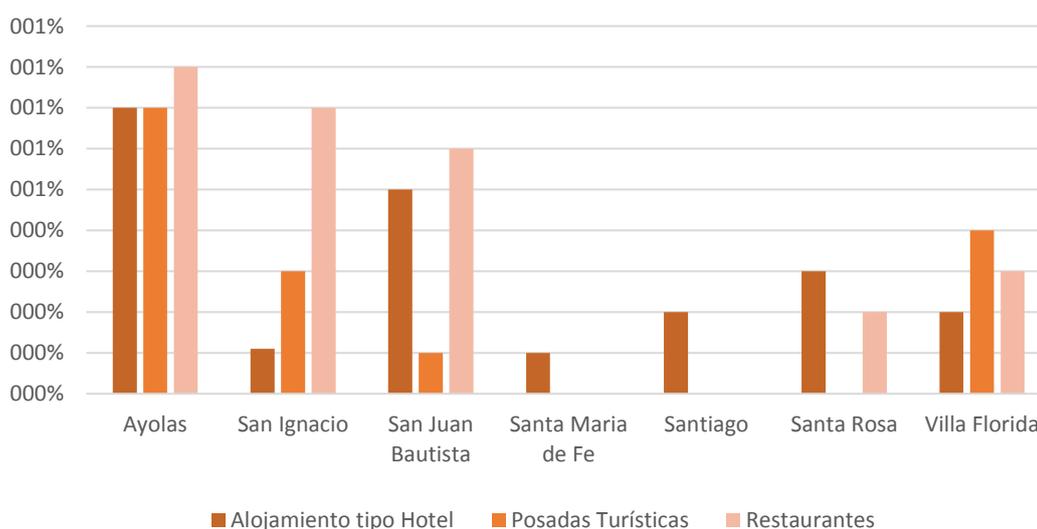
**Ilustración 3. Porcentaje de prestadores turísticos en el departamento, por tipo de prestador**



Fuente: Inmark Europa S.A. elaborado a partir de piezas promocionales

Sin embargo, existe una alta concentración de prestadores en algunos municipios, tal como se muestra en la siguiente ilustración.

**Ilustración 4. Distribución de prestadores de servicios turísticos por tipo de prestador/ciudad**



Fuente: Inmark Europa S.A. elaborado a partir de piezas promocionales

La más alta concentración de prestadores corresponde a la ciudad de Ayolas seguida por San Ignacio y San Juan Bautista. Los demás municipios registran pocos establecimientos asociados a los prestadores de servicios turísticos, lo cual puede ser o no una debilidad, dependiendo del grado de especialización y articulación de un producto turístico bien diseñado.

En cuanto a la **infraestructura hotelera**, se consideran dos tipos de alojamientos: aquellos que obedecen a una **oferta tradicional** que ofrecen servicios de alojamiento en habitaciones con baño privado y comodidades esenciales y, los **tipos hostel o que forman parte de la red de posadas turísticas** de Paraguay.

Para los del primer tipo, San Ignacio Guazú y San Juan Bautista son las ciudades que ofrecen este tipo de alojamientos y sobresalen en el contexto de departamento. Algunos establecimientos cuentan con parqueaderos, ascensor (cuando se requiere) y desayuno incluido. EL servicio de wifi es incipiente o inexistente y si bien los desayunos ofrecen productos de la gastronomía local, ésta no se oferta como algo sobresaliente.

La calidad en general (limpieza, camas, tendidos, amoblamiento, baños, servicio de habitaciones, wifi, etc.), se califica en términos generales como media, adecuada para turismo local de gasto medio, pero aún distante de estándares internacionales. El segundo tipo (hostales o posadas), ofrecen servicios básicos para un segmento de gasto bajo. Algunos municipios solo ofrecen este tipo de alternativas.

## 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 (EE. UU.).

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

Ilustración 5. Turismo internacional 2017



Fuente: © Panorama 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.

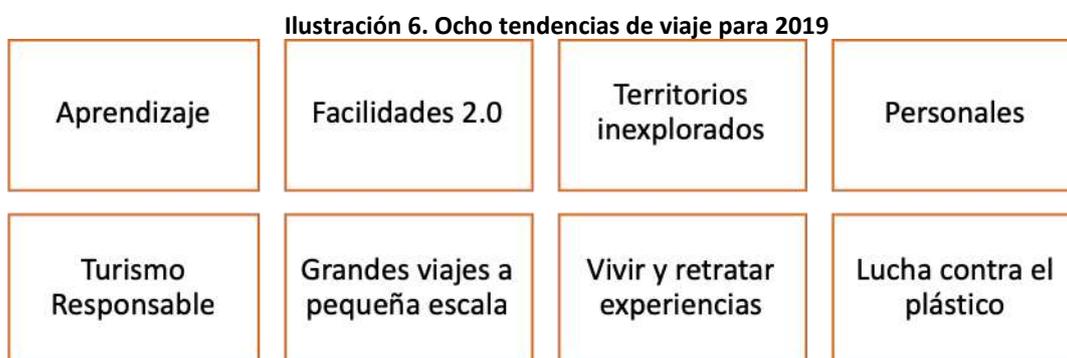
El crecimiento experimentado por América equivale a USD \$326.000 millones.

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.



Fuente: Booking.com

Así mismo, [TrekSoft](https://www.trekksoft.com)<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.*

---

<sup>8</sup> TrekSoft es un proveedor de programas informáticos de reservas y pagos en línea para empresas de actividades de ocio. Se trata de una compañía de servicios de programación afincada en Interlaken, Suiza.

- 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 agrosostenibles, entre otras.</p> <p>Se buscarán formatos novedosos de formación online, con cursos más cortos, más específicos y diseñados para mejorar las competencias profesionales.</p>
<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. 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>
<b>Territorios inexplorados</b>	<p>Búsqueda de la novedad: nuevos territorios por descubrir donde el componente de aventura sea más importante; alojamientos más singulares o atractivos, pintorescos y en lugares extremos; o los viajes espaciales que ya se proyectan, con alojamiento (la NASA construirá una estación espacial en la luna, para 2022).</p>
<b>Información personalizada</b>	<p>La información de las guías será cada vez más personalizada gracias a la inteligencia artificial. Los contenidos serán más escuetos, pero más atractivos, más segmentados y de mayor calidad.</p>
<b>Bleisure</b>	<p>Tendencia en aumento es el “bleisure”, viajes que combinan negocios con placer. Según una encuesta reciente de Avis, el 87% de los viajeros de negocios dicen que es probable que la pongan en práctica.</p>
<b>Turismo de salud y bienestar</b>	<p>Según el Global Wellness Institute, el turismo de salud y bienestar crecerá dos veces más que el turismo general y alcanzará USD\$ 919 mil millones en 2022 frente a los USD\$ 639 mil millones de 2017. No sólo serán los alojamientos, sino las experiencias turísticas ofertadas.</p>
<b>Vacaciones instantáneas</b>	<p>Ya sea que se trate de experiencias artísticas como Art Basel o lugares hermosos que, el turismo se inspira y perdura en el recuerdo, cada vez más, gracias a las redes sociales. En un estudio de Schofields, más del 40% de los encuestados menores de 33 años consideraron que "Instagram" es el influyente más importante para elegir destino.</p>
<b>Turismo responsable y sostenible</b>	<p>Creciente sensibilización, interés y compromiso por temas sociales como los derechos humanos, la igualdad, las condiciones laborales o el respeto al entorno que se cuestionan no sólo en destino, sino a la hora de elegirlo. Mayor atención de los viajeros por analizar cómo destinos y proveedores turísticos tratan el tema de la sostenibilidad. La OMT señala en su estudio <i>Tourism and the Sustainable Development Goals Good Practices in the Americas</i> que el 73 % de los millennials están dispuestos a pagar más por políticas, programas, productos, experiencias bien definidos y específicos y la comercialización del turismo bajo criterios de sostenibilidad, en comparación con el 51 % de los “baby boomers”,</p>

<p><b>Seguridad</b></p>	<p>Los turistas quieren viajar con total seguridad, independientemente de su género, etnia u orientación sexual. Plataformas como Destination Pride utilizan distintas fuentes de datos para ofrecer a los viajeros un ranking de las leyes, derechos y aceptación social de la comunidad LGBT+ en destinos de todo el mundo, mientras que otras organizaciones y destinos están mejorando el apoyo que ofrecen a las mujeres que viajan solas.</p>
<p><b>Destinos turísticos contra el plástico</b></p>	<p>Durante 2019 aumentará la concienciación global sobre el daño que el plástico está generando en los océanos de todo el mundo, incitando a la acción. Millennials y Centennials buscarán experiencias sostenibles en el destino y proveedores que tengan políticas activas para reducir su uso de plástico y mejorar sus credenciales de sostenibilidad. Esta nueva orientación de los viajeros se reflejará en el desarrollo de apps que mostraran el registro medioambiental de diferentes destinos y proveedores turísticos o el desarrollo de actividades en destino que permitan reducir el impacto medioambiental que generan durante su viaje (como participar en batidas de limpieza en playas para retirar plásticos y residuos).</p>
<p><b>Vivir una experiencia auténtica</b></p>	<p>Experiencias nuevas, auténticas y diferentes. Fue una de las mayores tendencias de viaje en 2018 y en 2019 seguirá siendo igual. “Hacer algo” tendrá la misma importancia que “ir a algún sitio”, si no más. Vivir experiencias ya es más importante que tener posesiones materiales para el 62% de los viajeros. En 2019 habrá viajeros disfrutando de experiencias auténticas y diferentes.</p>

Fuente: Inmark Europa S.A.

#### 5.4.2. Análisis de la Demanda

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

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

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

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

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

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

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

#### 5.4.2.1. Análisis del turismo receptivo<sup>9</sup>

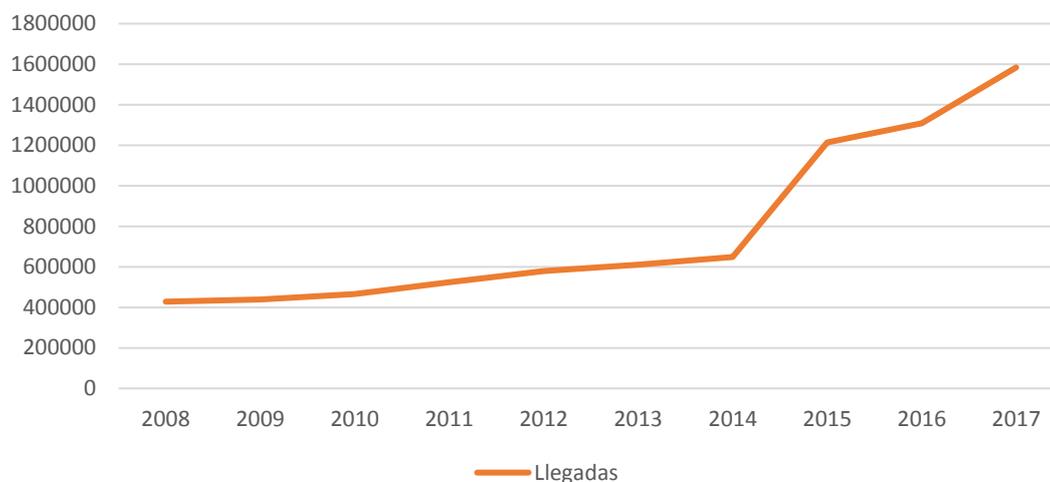
De acuerdo con cifras del Sistema Informático de Control de Entrada y Salida del Paraguay – SICESPAR y procesadas por SENATUR a corte de diciembre de 2017, la llegada de turistas internacionales alcanzó la cifra de 1.583.937 personas con un gasto total de USD \$555.961.887, así como 3.160.266 excursionistas, 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, equivalente al 2% del PIB.

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.

---

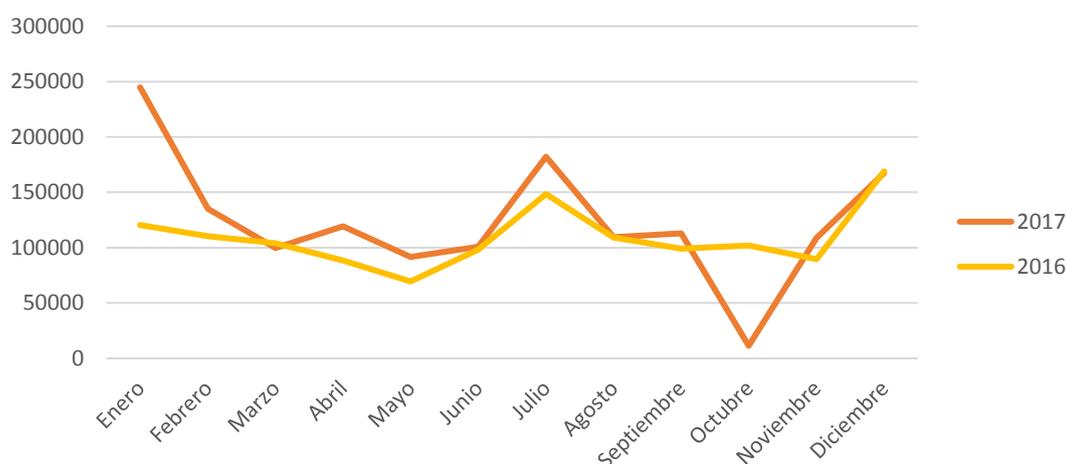
<sup>9</sup> Toda la información analizada en el presente documento tiene como fuente, SENATUR.

**Ilustración 7. Llegadas de turistas internacionales**



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

**Ilustración 8. Llegadas mensuales de turistas internacionales**



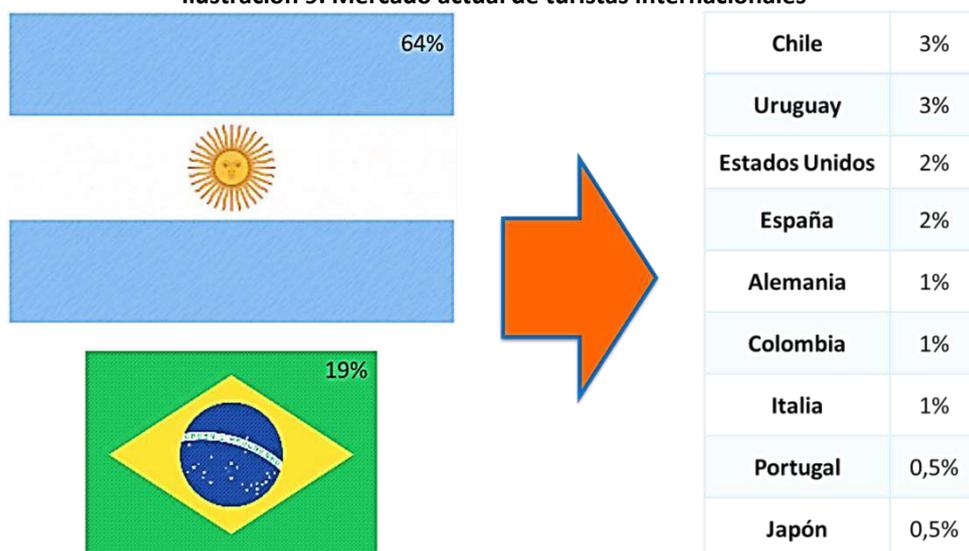
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

## ■ 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 9. Mercado actual de turistas internacionales**



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

#### ■ Vías de acceso

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

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

**Tabla 3. Puntos de control migratorio terrestre**

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

Fuente: SENATUR, Observatorio de Estadísticas Turísticas.

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

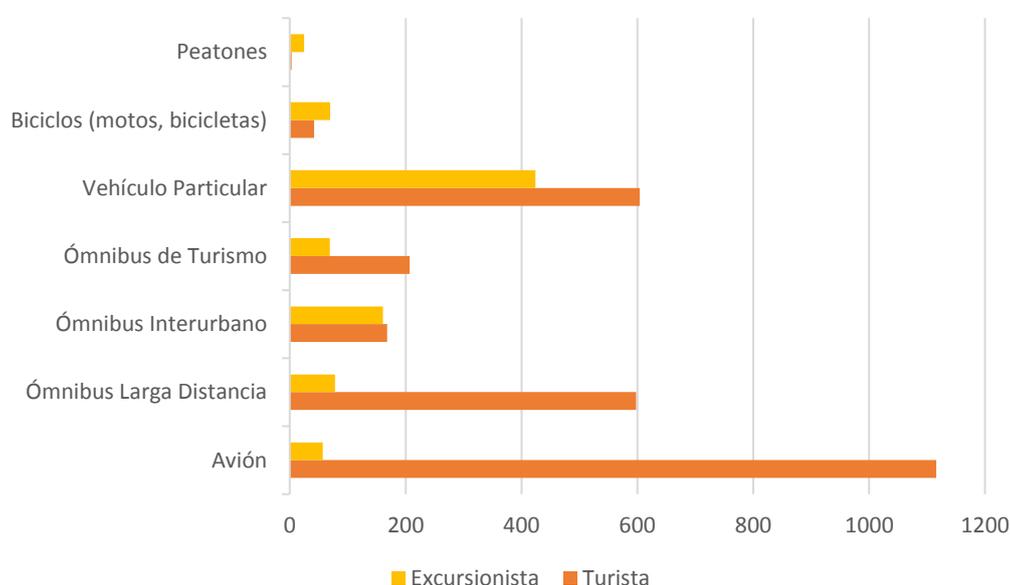
**Tabla 4. Visitantes ingresados al Paraguay según puntos de ingreso**

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). Procesado por 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.



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

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

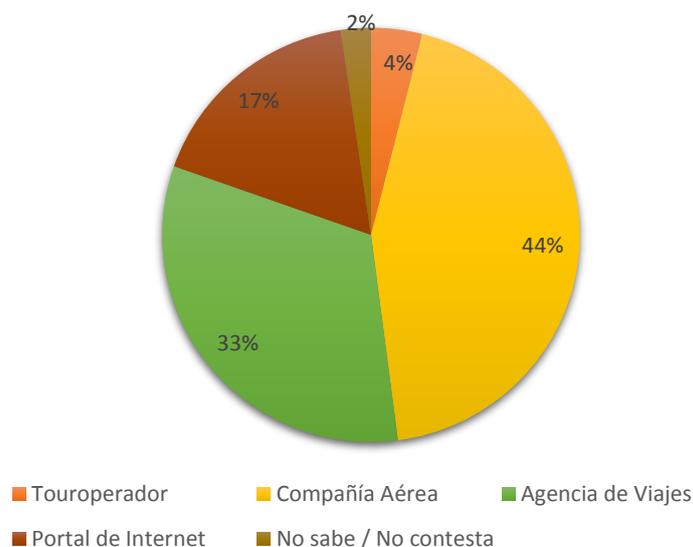
De acuerdo con una encuesta aplicada entre enero y julio de 2017, los visitantes destacaron otros factores relevantes en la elección del destino, como el clima, la tranquilidad, la seguridad, el relax que se percibe en el país, los paisajes y atractivos de naturaleza, las facilidades de traslado y la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

## ■ Comportamiento del turista

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

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

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



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

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

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

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

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

La vecindad del Departamento de Misiones con Itapúa puede resultar favorable.

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.

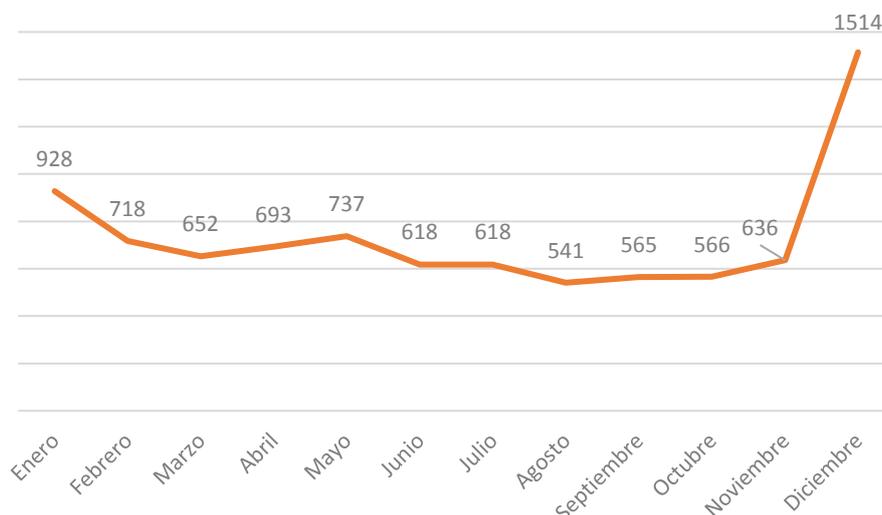
Existe una actividad que genera polémica, que aun cuando no se realiza con frecuencia, se debe considerar como elemento de análisis. Se trata de la cacería de palomas, actividad valorada con un puntaje bajo por parte de los turistas y que, por otro lado, puede atentar contra la imagen misma del destino,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

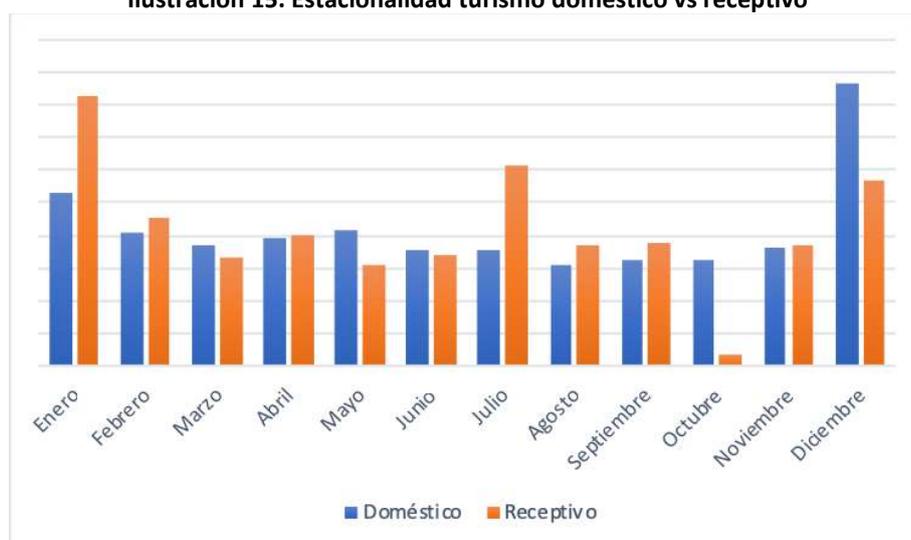
**Ilustración 14. Movimiento mensual de turistas domésticos**



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

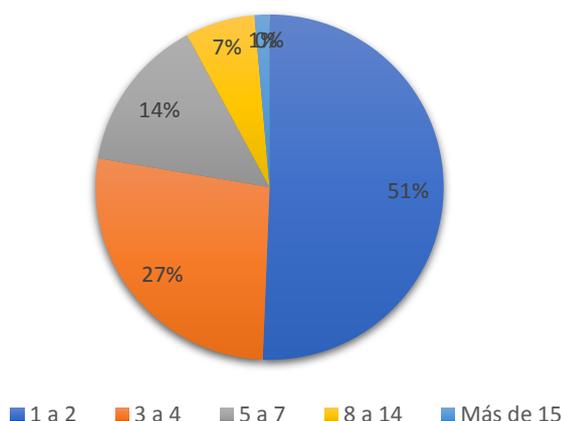
La mayoría de los turistas encuestados (85.5%), manifestó que su principal motivo de viaje fue por razones personales; se destacan la visita a parientes y amigos (53.5%); ocio, recreo y vacaciones (16.4%); negocios (13.8%); y, más atrás, tratamientos de salud (9.3%) y motivos religiosos (4%).

### ■ 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. Son pocos los turistas domésticos que utilizan la infraestructura de alojamiento y hospedaje del destino y se alojan, ya sea en casa de parientes y amigos, o en segunda vivienda. Tan solo algunos se hospedan en hoteles y otra cantidad, utilizan establecimientos extra-hoteleros.

Ilustración 16. Estadía promedio



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

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

### ■ Satisfacción del turista

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

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

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

**Ilustración 17. Satisfacción de la experiencia**



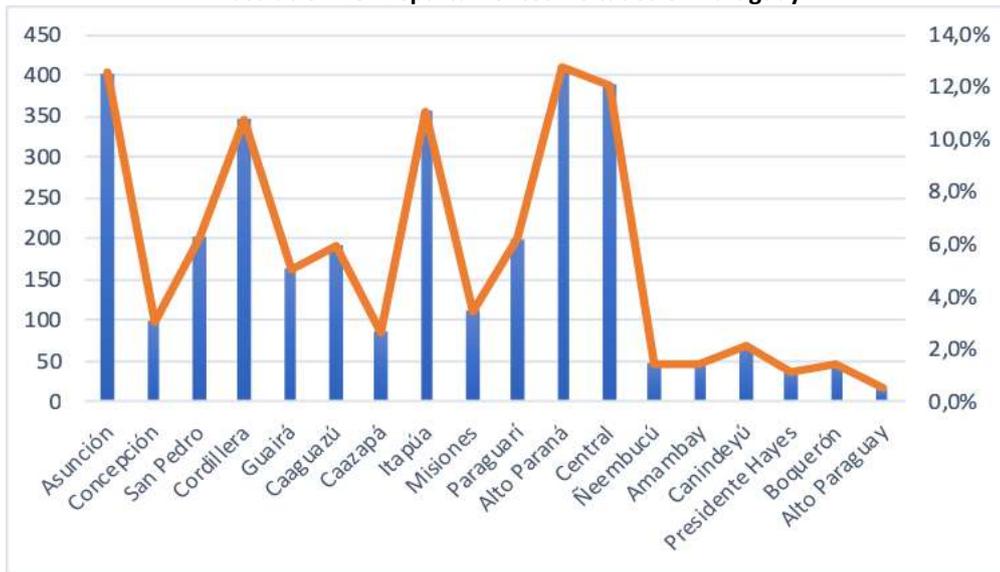
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR

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

#### ■ 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, Itaigua, 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.

Como se observa, el Departamento de Misiones se equipará con Concepción, Caazapá y Caaguazú ubicándose en la media frente a otros departamentos más visitados como Asunción (como Capital), Cordillera, Itapúa, Alto Paraná y Central, en los cuales claramente se observa la influencia de la frontera. Sin embargo, se destaca el plan de marketing del producto internacional Ruta Jesuítica

A nivel doméstico y con cifras de SENATUR a 2017, los principales atractivos turísticos del país, por lo menos los más visitados, fueron: la Costanera y las Playas de río de San José en Encarnación de Itapúa, el Arroyo Yhaguy en Cordillera, el Balneario San Roque en Paraguari, así como los diferentes Tajamares que hay en el país.

Causa curiosidad que los principales atractivos turísticos visitados por los turistas domésticos difieren en gran medida con los visitados por el turista extranjero. De hecho, la mayoría de los atractivos visitados son los arroyos y balnearios que hay repartidos en el país. Ciudad del Este y Asunción, principales destinos turísticos para el mercado internacional, son frecuentados, pero no con el mismo interés. Valdría la pena explorar algunos de estos atractivos locales que, en su momento, pueden llegar a convertirse en íconos para el turismo internacional y aportar al desarrollo de las regiones aledañas.

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



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

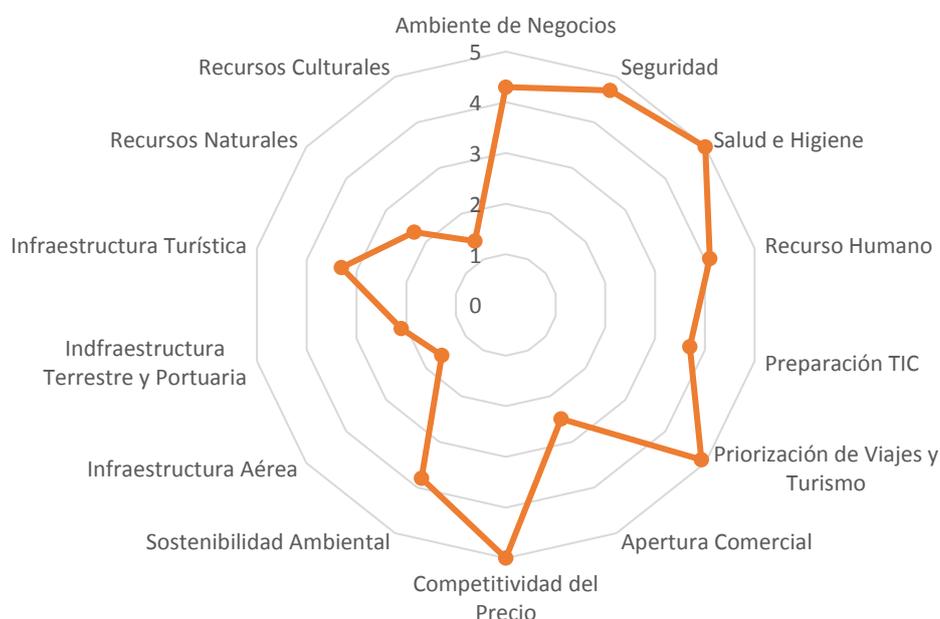
Entre las actividades realizadas por los turistas domésticos en sus viajes se destacan la visita a áreas recreativas con un 19%, visita a familiares con un 14%, bañarse o tomar el sol por 13% y visita a zonas rurales con 11%. El 9% de los turistas domésticos hacen compras, una actividad importante para la dinámica económica local. Hay otras actividades, quizás menos frecuentes, tales como la participación en actividades deportivas (7%), en actividades culturales o visita a parques o áreas naturales (6%), la asistencia a eventos culturales (5%), así como la visita a centros de artesanías (5%), entre otras (8%). La mayoría de las actividades realizadas son pasivas, lo que hace pensar en que se requiere de trabajo y de generación de valor agregado para crear experiencias enriquecedoras que motiven más viajes y generen niveles de satisfacción más alta en los turistas.

#### 5.4.2.3. Análisis de la Competitividad Turística de Paraguay

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

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

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



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

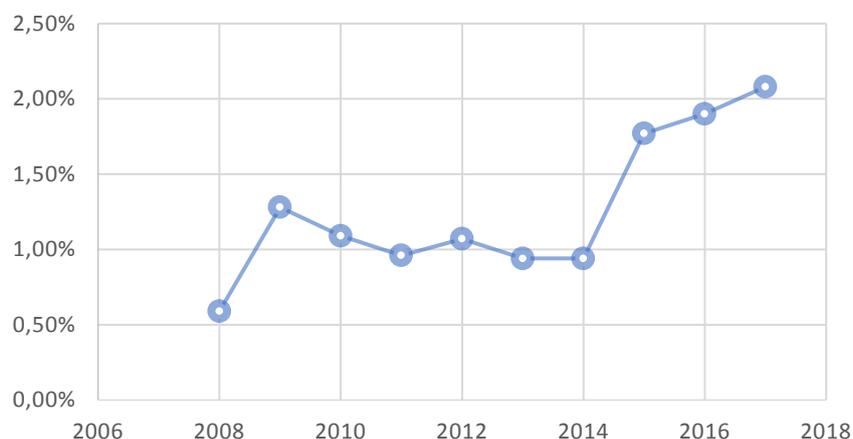
Sorprende que uno de los rezagos más grandes esté en el subíndice Recursos Naturales y Culturales, el cual captura las principales “razones para viajar”, en especial en recursos naturales donde ocupa el puesto 116 entre 136 economías, pese al gran potencial, por lo cual cabe una revisión del indicador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

### 5.4.3. Demanda en Misiones

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

Los turistas que llegan a **Misiones** lo hacen por diversas entradas físicas al territorio, vinculadas a las rutas nacionales, por de tierra, en coche propio transporte público o vehículo de agencia de viaje principalmente desde Asunción, o por la ciudad de Encarnación (Capital del Departamento de Itapúa con frontera con Argentina), a través de agencias de viajes que operan en esa ciudad como Guaraní Travel. ASATUR y la Asociación de Hoteleros y Operadores Turísticos de la Pesca Deportiva (Ayolas), contribuye a organizar flujos. También se usan (aunque con menor asiduidad) pistas de aeropuertos menores.

El mercado nacional es importante. También llegan turistas extranjeros provenientes de Europa más hacia la ruta jesuítica, brasileños interesados en pesca deportiva en Ayolas, también japoneses que van de paso.

Los **atractivos** que visitan los turistas en el Departamento de Misiones son:

Patrimonio Urbano/ cultural	Patrimonio Natural	Patrimonio Industrial
<ul style="list-style-type: none"><li>• Fiestas de Tañarandy en Semana Santa</li><li>• Fiesta de la Tradición Misionera en enero.</li><li>• Museo Diocesano en San Ignacio</li><li>• Museo Jesuítico de Santa Rosa</li><li>• Museo de Arte jesuítico de Santa María de Fe</li><li>• Museo de Tesoros Jesuíticos de Santiago</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ayolas Coratei</li><li>• Playas de Ayolas</li><li>• EBY (Yacyretá)</li><li>• Cerro Kurusú</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Exclusas de Yacyretá</li></ul>

Fuente: INMARK a través de los datos aportados en el taller celebrado en Misiones 02.20  
Se aclara que los museos e iglesias reciben flujos dependiendo de si están o no abiertos.

Tabla 5. Flujos de turistas en Misiones

Flujo	Descripción	Oferta	Demanda	Motivación	Desafíos
1	<p><b>Turismo nacional (escolares/universidades/Turistas culturales)</b>                      Historia y cultura                      Pueblos Jesuíticos-Guaraní.                      Excursiones mayoritariamente de un día desde Asunción y Encarnación, excepto en fiestas de Tañarandy y Tradición Misionera que logran pernoctaciones mayores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas culturales y religiosos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudiantes, familias</li> <li>Investigadores europeos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Historia y patrimonio cultural, espiritualidad y bajos precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayor y mejor oferta de alojamientos</li> <li>Capacitar al personal que presta servicios turísticos</li> <li>Aumentar la frecuencia y la estadía</li> <li>Mejorar el estado de conservación del patrimonio cultural y lograr horarios regulares de atención.</li> </ul>
2	<p><b>Turismo Nacional (principalmente) e internacional /Estudiantes excursionistas y familias.</b>                      Naturaleza y patrimonio industrial</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familia</li> <li>Estudiantes e investigadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familia</li> <li>Estudiantes, extranjeros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ecoturismo, conocimiento, bajos precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar acceso al Cerro Kurusú</li> <li>Involucrar más a las autoridades y a la población para el cumplimiento de las normas ambientales.</li> <li>Que la EBY (Yacyretá) se involucre más con el Departamento.</li> </ul>
3	<p><b>Turismo internacional</b> Ruta Jesuítica-Guaraní, iglesias, museos, naturaleza, sector productivo, gastronomía y artesanía)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Universidades y expertos en patrimonio cultural, historiadores, artistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Francia, Alemania, España, USA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar completa la Ruta Jesuítica y fiestas religiosas. Bajos precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr que los sitios y atractivos turísticos se organicen con agencias de viajes y ofrezcan tures organizados.</li> <li>Escasa oferta de experiencias por circuitos locales que complementen la ruta jesuítica.</li> <li>Falta de guías formales.</li> </ul>
4	<p><b>Turismo internacional (principalmente)</b>                      Turismo fluvial y de pesca deportiva en Ayolas y Villa Florida.                      Turismo empresarial (piscicultura y ganadería)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deportistas</li> <li>Familias.</li> <li>Empresarios y hombres de negocios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brasil, Argentina, Paraguay</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pescar, negocios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la calidad de los servicios a través de la formalidad                      Eliminar la corrupción para combatir tala ilegal, pesca ilegal y tráfico ilegal de peces ornamentales y respeto por la veda.</li> <li>Vincular más a los pescadores para que dejen de ser pobres y se beneficien.                      Atractivos naturales distantes y con accesos no adecuados.</li> </ul>

Fuente: Inmark Europa S.A. a través de los datos aportados en el taller celebrado en Misiones 01.29

El Departamento de Misiones cuenta con cuatro flujos distintos de turistas:

El **primer flujo**, los **turistas nacionales**, conformados por familias, estudiantes de las escuelas y universitarios, los cuales podrían considerarse excursionistas pues en general no llegan a pernoctar en el destino. Llegan en coche particular o en buses alquilados y también transporte público. El consumo que hacen en el destino es mínimo y algunos generan basuras. El desafío sería poder ofrecer alojamientos y servicios de mejor calidad, aumentar la estadía, formalizar la prestación de servicios de guianza y lograr atractivos con horarios regulares de atención.

El **segundo flujo turístico son turistas nacionales e internacionales** (familias, estudiantes excursionistas e investigadores), **interesados en las ofertas de ecoturismo** como Cerro Kurusú y por conocer la EBY y lo que ofrece. La infraestructura es buena, pero se debe mejorar el guion del Museo y vincularse socialmente más con el departamento.

El **tercer flujo** son turistas internacionales que recorren los lugares de asentamientos de los jesuitas y los vestigios y reminiscencias de las reducciones jesuíticas-guaraníes de la época de la colonia. Se observa como destino de visita de turismo patrimonial principalmente debido al posicionamiento que adquiere la ruta jesuítica y las fiestas. Llegan extranjeros de Argentina, países europeos, japoneses. Llegan en coche particular o buses intermunicipales. Aquí se aprovecha la ruta multinacional para generar flujos. Los retos son los descritos en el flujo 1.

El **cuarto flujo** son los **turistas internacionales** (principalmente) motivados por la pesca deportiva y actividades fluviales en Villa Florida. Los internacionales son principalmente de Brasil y también nacionales que se motivan por pesca deportiva y negocios de piscicultura. El desafío es combatir la corrupción para proteger el medio ambiente y los ecosistemas, especialmente el tráfico ilegal de peces pequeños. Pagan altos precios, pero se debe procurar vincular a cadena de valor turístico a los pescadores de Ayolas y Villa Florida que son informales y pobres.

Se mencionan en Ayolas – Corateí el Hotel y Granja Doña Ramonita ubicado a orillas del Río Paraná, regado por uno de sus brazos y frente a una de las tantas islas del archipiélago del Paraná. Este hotel cuenta con la particularidad que es visitado por amantes de la aviación. En la entrada al Hotel Granja se encuentra un avión de la extinta línea aérea "Sol del Paraguay" con el prospecto de convertirse en un bar temático "Héroes del Chaco". Aprovechando el caudal del río, algunos visitantes llegan en hidroaviones y se ofrecen servicios de amarre y transporte fluvial y en hidroavión. Los visitantes son mayoritariamente paraguayos de medio y alto ingreso. Ambos ofrecen servicio integral de pesca.

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

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

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

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

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

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

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

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

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.

#### *5.4.4.1. Atractivos más promocionados de Misiones*

Cabe destacar que la iniciativa de posicionamiento turístico del Camino de los Jesuitas de Sudamérica con proyectos de infraestructura turística que según Programa Global de Crédito del BID ha venido desarrollándose entre los países que lo integran, se constituye como una oportunidad para impulsar el desarrollo turístico regional. El programa cuenta con el liderazgo en Paraguay de Cámara de la Ruta Jesuítica. Como parte de las estrategias de marketing Paraguay promueve en ferias y eventos internacionales este producto. Lo anterior se constituye en una gran oportunidad de posicionamiento turístico para el Departamento de Misiones.

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

#### **5.4.5. Análisis de la competencia: Benchmarking**

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

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

Las variables y subcategorías seleccionadas son:

- **Ranking en el índice de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial [FEM]** general y por apartados.
- **Conectividad aérea:** aeropuerto internacional más importante, la cantidad de vuelos internacionales del aeropuerto principal durante un 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)**

Subcategoría	Argentina	BOLIVIA	BRASIL	UruguayNatural	Paraguay
<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

Subcategoría	 Argentina	 BOLIVIA <i>paraguay del sur</i>	 BRASIL <i>Sensacional!</i>	 UruguayNatural	 Paraguay <i>hoy es mañana</i>
	<b>Conectividad</b>				
<b>Aeropuerto internacional principal</b>	Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini (Buenos Aires).	Aeropuerto Internacional 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	 Argentina	 BOLIVIA paraguay del sur	 BRASIL Sensacional!	 UruguayNatural	 Paraguay hoy es otro verano
<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 paraguay del sur	 BRASIL Sensacional!	 UruguayNatural	 Paraguay ¡Hay que sentirlo!
<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

Subcategoría	Argentina	BOLIVIA	BRASIL	UruguayNatural	Paraguay
<b>Atractivos y destinos turísticos reconocidos/ valoración</b>	<p><u>Misiones</u> Cataratas del Iguazú 5. Garganta del Diablo 5. Parque Nacional Iguazú 5. Costanera 4,5. Ruinas de San Ignacio 4,5.</p> <p><u>Corrientes</u> Parque Provincial Iberá 4,5. Esteros de Iberá 4,5. Costanera 4,5. Puente General Manuel Belgrano 4. Catedral de Corrientes 4.</p> <p><u>Formosa</u> Costanera de Formosa 4,5. Fuente de aguas danzantes 4,5. Iglesia catedral Nuestra Señora del Carmen 4. Herradura 4. Museo histórico regional Juan Pablo Duffard 4.</p>	<p>Salar de Uyuni 5. Urban Rush, La Paz 5. Teleférico, La Paz 4,5. Yungas Road, La Paz 4,5. Lago Titicaca, Copacabana 4,5. Cerro rico Potosí 4,5. Laguna Verde 4,5. Mirador Killi, La Paz 4,5. Plaza 25 de mayo, Sucre 4,5. Geiser Sol de la Mañana, Uyuni 4,5. Parque Nacional Toro 4,5.</p>	<p><u>Foz de Iguazú.</u> Cataratas del Iguazú 5. Parque Nacional Iguazú 5. Parque de las aves 4,5. Represa Hidroeléctrica Itaipú 4,5. Garganta del Diablo 5. Triple Frontera 4,5. Templo Budista 4,5. Lago Itaipú 4,5. <u>Bela Vista</u> Nhandipá 4. Museo de historia 4. <u>Punta Porá</u> Museo de la hierba Mate.</p>	<p>Rambla de Montevideo 4,5. Museo - Taller de Casa pueblo, 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 en el país con paquetes multidesestino</b>	6	4	3	3	3

**En relación con 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 llegadas y el segundo país con mayores ingresos por turismo internacional siendo Brasil su principal emisor, seguido de Chile y Paraguay. Los tres países fuera de la región con mayor porcentaje de llegada son EE. UU., España e Italia.

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 del país con menor cantidad de llegadas e ingresos por turismo internacional. Sus principales emisores de la región son Argentina y Perú. Los tres países fuera de la región con mayor emisión hacia Bolivia son EE. UU., España y Francia.

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 megadiversos.

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 país con mayores ingresos y el segundo en llegadas por turismo internacional. Su principal emisor es Argentina. Los tres países fuera de la región con mayor porcentaje de llegada son EE. UU., Francia y Alemania.

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 e ingresos por turismo internacional, la mayoría provenientes de Argentina. En menor proporción llegan turistas de Brasil. De los países que no son de la región, EE. UU. el que tiene mayor porcentaje; otros países no alcanzan a cubrir el 1%.

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.

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.

<sup>15</sup>://www.youtube.com/watch?v=TP6mcvW6dXI&list=PLmDEJtRKuMZXEAHfwIXuSjmiG1qupcz2v



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>.

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 del Brasil



Fuente: Vídeos de la campaña

<sup>16</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=goR8GRPILbE> y [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=11&v=c3Dc1fzfjTU](https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=c3Dc1fzfjTU)

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=c0DY6MOVDhU>



UruguayNatural

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 del Uruguay



Fuente: Vídeos 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.

Ilustración 26. Imágenes de la campaña turística del Paraguay



Fuente: Vídeo de la campaña

<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=WI--8eqTfzl>

## 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 multidesino, 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 6. Matriz de posicionamiento**

Atributos	Argentina	Bolivia	Brasil	Uruguay	Paraguay
Competitividad	(++)	(+)	(+++)	(+)	(=)
Conectividad	(++)	(-)	(+++)	(+)	(=)
Cuota de mercado	(+++)	(-)	(+++)	(+)	(=)
Ingreso turístico	(+++)	(+)	(+++)	(++)	(=)
Eficiencia de promoción	(+++)	(+)	(+)	(+)	(=)
Valoración de productos	(++)	(+)	(++)	(-)	(=)
Seguridad	(+)	(+)	(+)	(++)	(=)
Calidad de infraestructura	(++)	(-)	(++)	(+)	(=)
Precio	(-)	(+)	(+)	(-)	(=)
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>19</b>	<b>7</b>	<b>(0)</b>

Fuente: Inmark Europa S.A.

## 5.5. Gobernanza y competitividad

### 5.5.1. Marco Político y legal

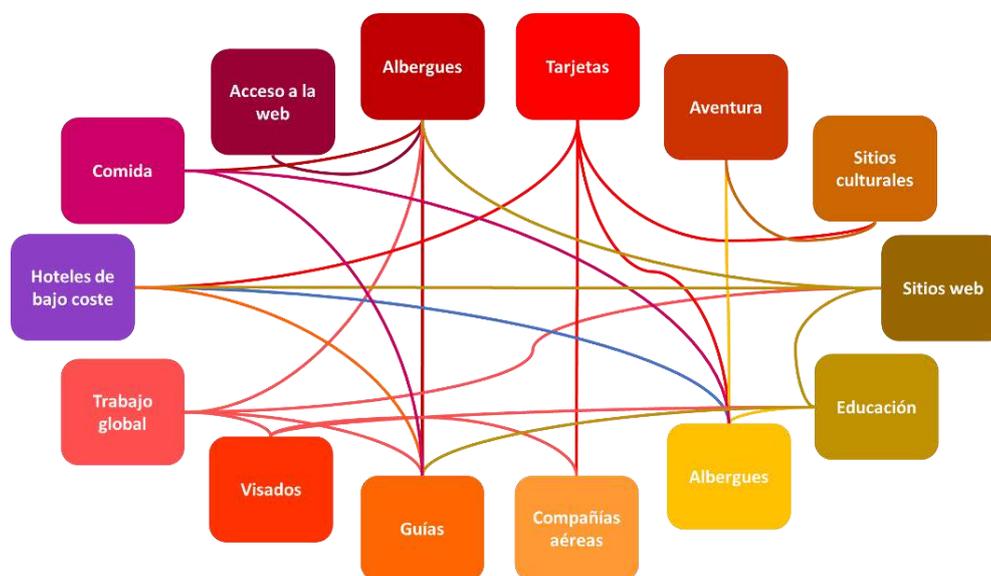
La tendencia actual en la gestión turística es a sobrepasar el sesgo cuantitativo de maximización de número de turistas como meta, a través de estrategias de promoción y mercadeo, a crear marcos competitivos que en el contexto de la Agenda Global 2030 y apostar por marcos de políticas públicas compatibles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

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 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.

<sup>20</sup> Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

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.

#### 5.5.1.1. Marco político y legal de Misiones

El Departamento de Misiones no dispone de normatividad a nivel local para turismo. En ese sentido, la normatividad que rige es la del nivel nacional. Lo mismo sucede para el caso de la normatividad en materia de declaraciones de bienes de valor patrimonial, con la legislación ambiental y del ordenamiento territorial.

Una de las preocupaciones manifestadas en los talleres realizados es la escasez de recursos de inversión para la conservación del patrimonio cultural material.

En el departamento, gracias al proyecto del Camino Jesuítico y la Ruta, se cuenta con señalética peatonal, sin embargo, debido a la falta de leyes estrictas para la conservación de patrimonios históricos, se corre el riesgo de pérdida de atributos y valores pues las intervenciones son tardías o lentas. En cuanto al PCI, estas leyes de preservación no solo son carentes en esta ciudad sino a nivel nacional donde cada vez se va perdiendo más las costumbres culturales e históricas.

Ley 5621 de 2016, Ley de protección del patrimonio cultural Bienes de Valor Patrimonial, establece que los mismos pueden ser declarados como de Valor Patrimonial por la Secretaría de Cultura, pero concede la potestad a los departamentos y municipios para que lo hagan. (Resolución 309 de 2018). No obstante, el problema principal es de recursos.

La misma ley establece (Artículo 8°) la contratación a título oneroso o gratuito de Asesorías *Ad Hoc* como instancia consultiva compuesta por expertos en diferentes ámbitos relacionados con el patrimonio cultural, e igualmente mecanismos de consulta ciudadana. El problema es que son normativas relativamente recientes, poco conocidas y apropiadas.

De otra parte, existe la Ley 3966/10 existen algunas atribuciones generales de preservación que no se tienen en cuenta. En el capítulo III, artículo 12 de la Ley 3966/10 Carta Orgánica Municipal establece que *“En materia de patrimonio histórico y cultural: a. la preservación y restauración del patrimonio cultural, arqueológico, histórico o artístico, y de sitios o lugares de valor ambiental o paisajístico; b. la formación del inventario del patrimonio de edificios y de sitios de valor cultural arqueológico, histórico o artístico, y de sitios o lugares de valor ambiental o paisajístico, entre otros.”*

Debido a que esta Ley Orgánica Municipal no se cumple (y recordemos que son varios los municipios de Misiones). Se ve la necesidad de crear de manera prioritaria criterios, procedimientos, formas de preservación y recuperación de los cascos urbanos históricos y la identidad local. Adicionalmente regular el uso del espacio público y generar circuitos peatonales.

De otra parte, frente a lo relacionado con el ecosistema de los ríos Paraná y Tebycuary en torno a la pesca, la Ley 799/96 establece que los recursos pesqueros en el Paraguay son administrados por la y el decreto número 15.487, que reglamenta dicha ley de pesca, siendo la Secretaría del Ambiente (SEAM), la actual autoridad de aplicación. Su principal función es la de fijar normas generales por las cuales se regula la pesca y sus actividades conexas en los ríos, arroyos y lagos que se encuentran bajo dominio público y privado, para impedir el ejercicio abusivo del derecho de pesca, en perjuicio de los recursos naturales del ambiente.

En el sector pesquero, muy importante para el Departamento de Misiones en términos de la economía de la zona sur, se consideran dos aspectos: el biológico (recurso pesquero en sí mismo) y, el social, constituido por los pescadores comerciales que utilizan el recurso como fuente de ingresos económicos de las familias. Entre estas medidas de protección se puede mencionar el tamaño mínimo de las especies comerciales, y el establecimiento de la época de veda. Sin embargo, entre las quejas surgidas en los talleres está el que la normatividad no se cumple, las vedas se violan y la corrupción para dar permisos ilegales es un problema que hay que afrontar.

No se cuenta con suficientes mecanismos de empoderamiento en lo local para hacer frente a las problemáticas.

### 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 turismo cultural del país. 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.

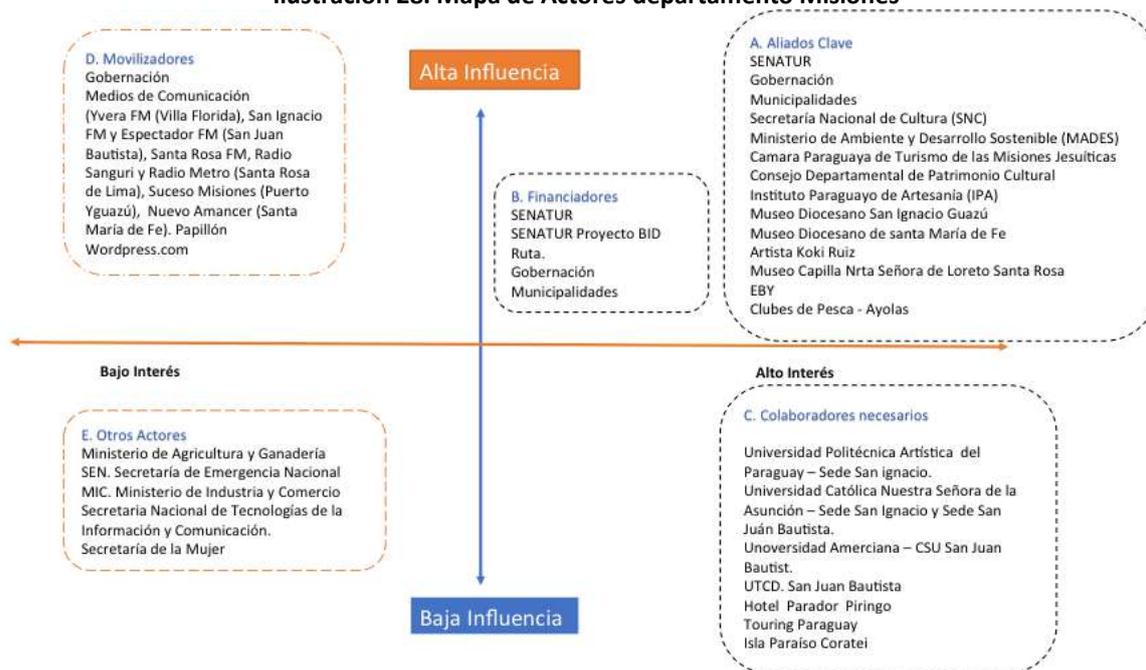
Se distinguen dos grupos: **actores primarios afectados y/o beneficiados** directamente por el desarrollo del proyecto y **actores secundarios o intermediarios** importantes también, pero en menor escala. Dependiendo de su capacidad de influencia (positiva o negativa), se le otorga una prioridad de alta, 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 de líneas de crédito.
3. **Colaboradores:** tienen interés en la propuesta, pero su capacidad decisoria está condicionada. Aportan conocimiento y experiencia
4. **Movilizadores:** tienen influencia en públicos que podrían motivarse a participar en la ejecución del Plan, pero no manifiestan interés, posiblemente, por desconocimiento.
5. **Actores:** pudiendo ser beneficiarios del proyecto, no manifiestan mayor interés. Contribuyen con conocimiento y experiencia.

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

**Ilustración 28. Mapa de Actores departamento Misiones**



Fuente: Inmark Europa S.A.

Tanto la tipología focal turismo patrimonial y religioso, como la tipología complementaria: turismo de naturaleza, pesca y fluvial, se configuran también en términos de localización territorial dentro del departamento, tal como se observa en los siguientes mapas:

**Tabla 7. Mapa de Actores. Rol-Expectativa**

Grupo	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Institucional	SENATUR	Encargados de promover, facilitar y regular el desarrollo del turismo en Paraguay, en beneficio de visitantes y ciudadanía en general.	<p>Como máxima autoridad en Turismo, debe facilitar los procesos para el desarrollo turístico del Departamento de Misiones, a través del apoyo técnico, seguimiento de procesos, capacitación especializada, sensibilización turística, etc.</p> <p>Se ocupará de gestionar la obtención de recursos en el marco de un acuerdo previo con la Gobernación o Municipio.</p>	Alta
Institucional	Secretaría Nacional de Cultura	Encargados de diseñar, regular e impulsar políticas públicas culturales; garantizando los derechos culturales de la ciudadanía; preservando, protegiendo y promoviendo el patrimonio cultural en su diversidad, a nivel nacional e internacional.	<p>Como máxima autoridad en cultura, debe proteger y recuperar el patrimonio histórico – cultural del Departamento de Misiones. Debe establecer mecanismos de comunicación, consulta y concertación con diferentes sectores de la sociedad en lo relativo a la gestión para la preservación y conservación del Patrimonio Cultural Materia y de la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Es clave que se genere una política pública para dinamizar de manera sostenible el legado jesuítico, valorar manifestaciones como el barroco guaraní y poner en valor el patrimonio cultural inmaterial y expresiones culturales representadas en fiestas populares, artesanía, gastronomía. Igualmente, facilitar declaraciones y asistencia técnica.</p>	Alta

Grupo	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 que son variadas especialmente en la zona sur de influencia de los ríos Paraná y Tebycuary, así como las zonas de influencia de la EBY y, regulación de la pesca.	Alta
Institucional	IPA	Encargados de promover el desarrollo de la artesanía nacional, estimular y proteger al artesano, buscar canales de comercialización e incentivar la formación de artesanos entre otras funciones. Es una entidad autárquica, descentralizada, con personería jurídica y patrimonio propio. Esta entidad estará sujeta a las disposiciones de derecho público. Es uno de los objetivos del Instituto "elevar el nivel de vida de las comunidades artesanales fortaleciendo el desarrollo de sus núcleos, capacidad productiva y de comercialización, generando alianzas de acuerdo con la demanda del mercado, por medio de la competitividad.	Promover la comercialización de la artesanía del Departamento de Misiones, 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 y, desarrollando esquemas de calidad y de denominación de origen.	Media
Gobierno Local	Gobernación	Generar oportunidades para mitigar las diferentes problemáticas en los sectores social, educativo, salud y productivo, acompañados de organizaciones públicas, privadas y fuerzas vivas, con presencia institucional efectiva, para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de los municipios del Departamento de Misiones.	Responsabilizarse del desarrollo Turístico del Departamento de Misiones, a través de la inversión en conservación del patrimonio cultural, en infraestructura, capacitaciones, inversión en emprendimiento, procurando espacios de apropiación del patrimonio cultural y natural, elaborando inventarios y desarrollo de capacidades y oportunidades para la población joven. Debe responsabilizarse de poner en funcionamiento la Mesa de Turismo.	Alta

Grupo	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Gobierno Local	Municipalidad	Generar oportunidades para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de las respectivas municipalidades del Departamento de Misiones.	Apoyar al desarrollo turístico de su municipio, promoviendo el diseño y puesta en valor de circuitos patrimoniales y turísticos en los municipios de la Ruta Jesuítica, como complemento y factor de competitividad.	Alta
Sector público/privado	Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas	Es la entidad encargada de la promoción y posicionamiento del destino Ruta Jesuítica a nivel nacional como internacional; planifica y desarrolla acciones de cara al mejoramiento y fortalecimiento del servicio y de la actividad turística del territorio de la Ruta Jesuítica. Está integrada socios del sector hotelería, gastronomía, transporte, guiatura y artesanía, como así también otras personas vinculadas a la actividad turística.	Fomenta el crecimiento económico de sus asociados sobre la base de mutua cooperación, fortaleciendo el destino y, busca el desarrollo turístico sostenible del destino Ruta Jesuítica y posicionarla como referente mundial.	Alta
Sector público/privado	EBY	La Entidad Binacional Yacyretá es administrada por un Consejo de Administración y un Comité Ejecutivo integrado por igual número de integrantes de Argentina y Paraguay. Su misión principal es generar energía eléctrica a través de la gran represa de Yacyretá. Asume proyectos de desarrollo sostenible mediante la custodia de áreas protegidas que pueden ser visitadas.	Apoyo y financiación a proyectos ambientales y de turismo de naturaleza para el Departamento de Misiones, enriqueciendo su oferta turística y generando programas de responsabilidad social empresarial. Ideal que formen parte de la Mesa de Turismo.	Alta
Asociaciones, ONG, corporaciones	Museos/Iglesias	Museos administrados por el clero en diferentes municipios del Departamento de Misiones. Responsables de custodiar, conservar y exhibir el patrimonio cultural mueble que enriquece la Ruta Jesuítica y que despierta interés académico y científico.	El clero debe contribuir con el establecimiento de alianzas para regularizar horarios y poner la oferta patrimonial en valor y uso académico, cultural y turístico.	Alta
Asociaciones, ONG, corporaciones	Clubes de Pesca	En Ayolas. Desarrollan turismo de pesca y fluvial.		Media
Asociaciones, ONG, corporaciones	Hotel Touring Club Paraguay – Villa Florida	Ubicado en el Km. 156 de la Ruta 1, a orillas del río Tebicuary, portal de entrada a la Ruta Jesuítica. Cuenta con Políticas de Responsabilidad Social Empresarial y desarrolla proyectos de infraestructura que contribuyen a mejorar la oferta turística.	Contribuir a dinamizar el desarrollo del turismo en el Departamento de Misiones.	Media

Fuente: Inmark Europa S.A.

### 5.5.3. Productos turísticos

El **análisis cualitativo** de la oferta actual de recursos turísticos del Departamento de Misiones se realiza con base en 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 estos.
  - **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 11 y 25 (sumatoria de aspectos evaluados entre 0 y 3). La valoración de cada ficha se halla en archivo Anexo.

Aparte de Yacyretá, las mayores puntuaciones se dieron en los atractivos relacionados con el barroco guaraní y el patrimonio cultural asociado a la Ruta jesuítica.

Es así como el análisis de los recursos/atractivos del Departamento de Misiones 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 bajo el criterio de búsqueda en medios y plataformas nacionales e internacionales para verificar la aparición o no del recurso/atractivo en dichas fuentes.

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 entre 22-25. Tienen atractivo, para uso inmediato o en el corto plazo, que apenas requieren inversiones.
- B. Calificación entre 18-21. Tienen alto atractivo, pero requieren acciones de medio plazo.
- C. Calificación entre 15-17. Tienen atractivo potencial, pero no es prioritario. Se requieren acciones o inversiones de largo plazo.
- D. Calificación entre 11-14. Desarrollos no rentables, no tienen mucho atractivo o su potencial demanda es reducida. No amerita grandes inversiones.

**Tabla 8. Valoraciones recurso/atractivo por municipio**

Municipio	Atractivo	Situación
<b>Ayolas</b>	Compañía Ayolas	C
	Dunas vegetadas	A
	Festival de Arary	D
	Festival de canoas	C
	Hidroeléctrica Yacretá	A
	Museo de la EBY	B (*)
	Isla Paraíso	B
	Playa de Ayolas	A
	Refugio de Atinguy	A
	Río Paraná	A
<b>San Ignacio Guazú</b>	Capilla Tañarandy	B
	Cuadros vivientes	A
	Expo Misiones	A
	Museo diocesano	A
	Museo semblanza de héroes	C
	Viernes santo Tañarandy en la Barraca Koki Ruiz	B
	Iglesia de San Ignacio Guazú	B
	Casa museo Mangoré	C (**)
<b>San Juan Bautista de las Misiones</b>	Fiesta de San Juan	B
	Fiesta del batiburrillo y chorizo	A
	Plaza Mariscal	B
<b>San Miguel</b>	Festival Ovechá Ragué	B
<b>San Patricio</b>	Fiestas Patronales de San Patricio	C
	Túnel verde	A
<b>Santa María de Fe</b>	Iglesia Santa María de Fe	B
	Cerro Kurusú	C
	Museo Diocesano de Arte Jesuítico	B
	Plaza central	B
	Cruz y Aljibe Ykua Teja	B

Municipio	Atractivo	Situación
<b>Santiago</b>	Centro Histórico	B
	Fiesta de la tradición Misionera	A
	Iglesia	B
	Museo tesoros	C
	Laguna San Isidro	B
<b>Villa Florida</b>	Artesanías	C
	Museo Casa-Oratorio Cabañas (***)	C
	Río Tebicuary	B
	Touring	B
<b>Yabebyry</b>	Refugio de vida silvestre	A
	Iglesias	C
	Río Yabebyry	A
	Acuífero Guaraní	A
	Casa de Indios	B
<b>Santa Rosa</b>	Iglesia Santa Rosa de Lima	A
	La torre roja	B
	Museo Loreto	B
	Plaza Mariscal Estigarribia.	

Fuente: Inmark Europa S.A.

(\*) Se recomienda una intervención en el cambio y modernización del montaje. Actualmente este tipo de museos y de centros de interpretación emplean montajes con guiones amigables con el ambiente, que generen conexión con el visitante y aprovechan la tecnología. Este museo con animales disecados no es coherente con el mensaje de conservación de la vida silvestre. El personal que brinda información es poco capacitado. El guion museográfico no comunica. La calificación media que se le otorga obedece más a que forma parte del conjunto integrado de Yacyretá, que por el museo en sí mismo.

(\*\*) Si bien es un predio privado, presta un importante servicio público. El museo es emblemático del país y es prácticamente el atractivo principal de la capital de Departamento de Misiones. Se recomienda buscar mecanismo de apoyo en aspectos de conservación del inmueble patrimonial, en montaje y guion museográfico.

(\*\*\*) Se incluye excepcionalmente porque popularmente se asocia con Villa Florida si bien geográficamente pertenece al municipio de Caapucu, Departamento de Paraguari. La separación física no es evidente para la demanda a causa del acceso.

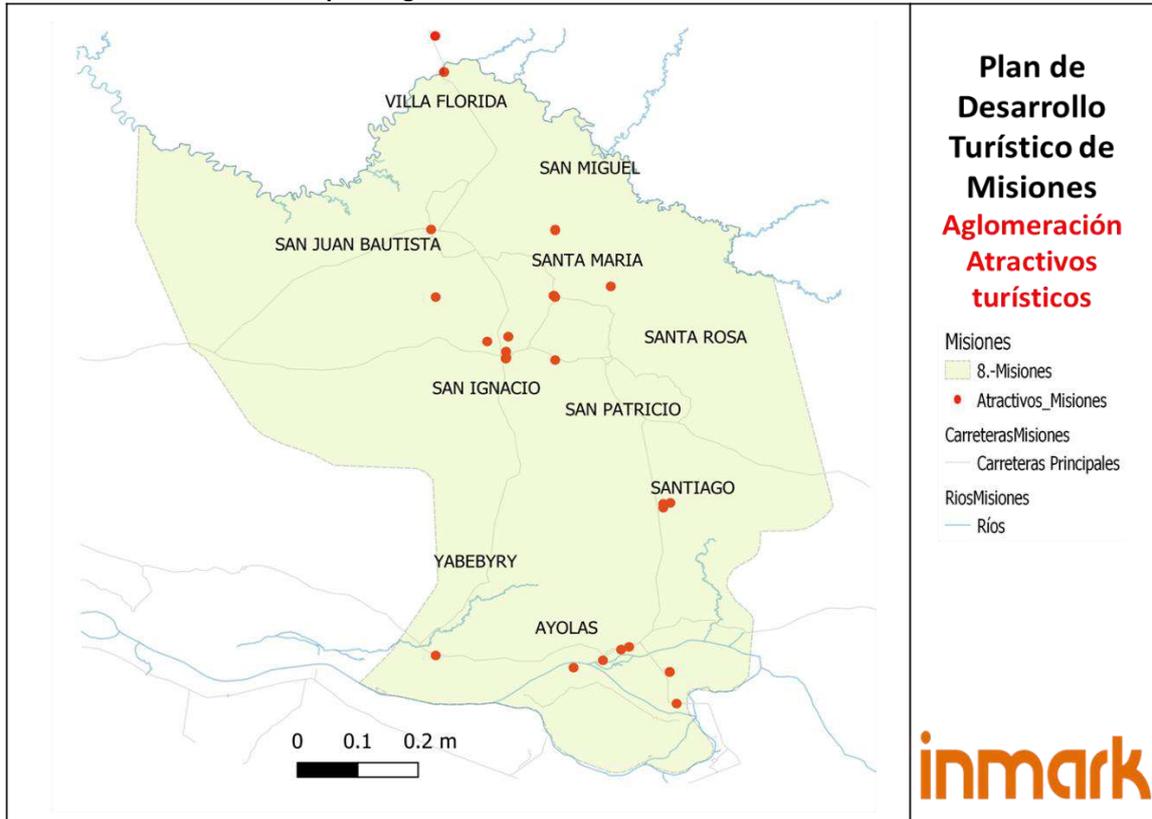
**Tabla 9. Atractivos/ Recursos ofrecidos en Misiones**

Productos	TripAdvisor	LonelyPlanet	Internacionales	Nacionales
EBY Yacyretá	X		X	X
Compañía Ayolas				X
Dunas Vegetadas				X
Festival del Aray				X
Festival de Canoas				X
Isla Paraíso				X
Playa de Ayolas	X			X
Museo Diocesano de San Ignacio Guazú	X			X
Museo Diocesano de Santa María de Fe	X			X
Capilla – Campanario Santa Rosa de Lima	X		X	X
Tañarandy (viernes santo, barraca de Koki Ruiz, Capilla y Cuadros Vivos)				X
Museo Semblanza de Héroes – San Ignacio Guazú.				X
Iglesia de San Igancio Guazú	X			
Cerro Kurusú				X
Casa Museo Mangoré – San Juan Bautista			X	X
Fiesta de San Juan				X
Festival Ovecha Ragué				X
Fiesta Patronales de San Patricio				
Tunel Verde				X
Fiesta de la tradición misionera				X
Iglesia de Santiago Apóstol				X
Refugio vida silvestre Yabebyry				X
Yabebyry – Dos Iglesias				X
Acuífero Guaraní			X	X

Fuente: Inmark Europa S.A.

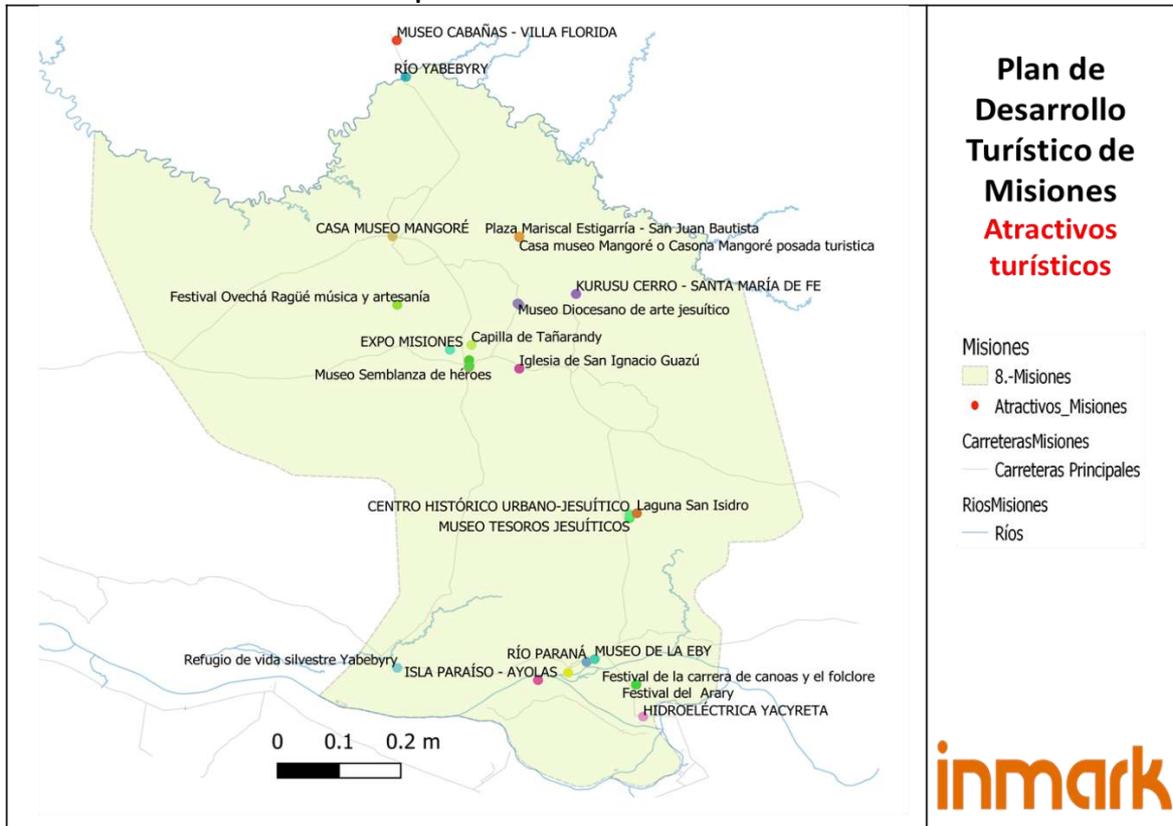
Tanto la tipología **focal turismo patrimonial y religioso**, como la tipología **complementaria: turismo de naturaleza, pesca y fluvial**, se configuran también en términos de localización territorial dentro del departamento, tal como se observa en los siguientes mapas. Así, en la zona norte del departamento se presenta la mayor aglomeración de los atractivos que se integran a la tipología *turismo patrimonial y religioso*, en tanto la zona sur del departamento, con marcada influencia del río Paraná, se presenta la mayor aglomeración de atractivos que se integran a la tipología *turismo de naturaleza, pesca y fluvial*.

**Mapa 8. Aglomeración atractivos turísticos Misiones**



Fuente: Inmark Europa S.A.

**Mapa 9. Atractivos turísticos Misiones**



Fuente: Inmark Europa S.A.

El grupo focal de recursos/atractivos se relaciona con la Ruta Jesuítica. Los pueblos que se integran a la ruta cuentan con buena señalética temática que mejora la infraestructura turística. Esta fortaleza se observa en San Ignacio Guazú, San Juan Bautista, Santa Rosa de Lima, Santiago, Santa María de Fe. Sin embargo, la calificación en su conjunto es media y no alta por cuanto el reconocimiento de los pueblos jesuíticos de Misiones está dado y tiene dependencia del reconocimiento de la Ruta en las zonas geográficas donde se localizan Trinidad, Jesús de Tavarangüe (ambos Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad por Unesco) y, Cosme y Damián. Estos son los vestigios arqueológicos más sobresalientes por Paraguay dentro de la Ruta.

A los pueblos de Misiones les favorece el hecho de contar con carreteras buenas y ser relativamente cercanos a los sitios arqueológicos jesuíticos. Sin embargo, a pesar de poseer un elemento diferenciador de los antiguos pueblos (sitios arqueológicos), el cual consiste en ser pueblos vivos, este elemento no se hace visible, aun cuando es claro que su valor, con excepción de Santa Rosa de Lima, no reposa en buenos niveles de conservación arquitectónica y urbanística, pues los niveles se alejan de los parámetros de los criterios de declaratorias mundiales. Incluso en Santa Rosa, la iglesia y la torre llevan años en proceso de restauración sin fecha de conclusión de obras. Los pueblos jesuíticos de Misiones cuentan con buenas colecciones en los museos, pero se requiere de un trabajo museístico importante tanto para montajes como para guiones, para poder estar a la altura de ofertas similares en destinos turísticos exitosos. En tal sentido la valoración promedio es media.

Se destaca que, mayoritariamente, son pueblos limpios y tranquilos, lo cual podría ser una ventaja, sin embargo, la falta de oferta de agenda y actividades, incluyendo accesos limitados por horarios aleatorios los puede llegar a hacer poco atractivos para pasar más de un día en ellos. A lo anterior si además se suma que la oferta gastronómica, con excepción de San Ignacio y San Juan Bautista, es limitada y las artesanías no destacan sobre otras del departamento que además no se integran como producto a la oferta turística, producen en conjunto una calificación baja, a pesar del potencial.

Algunos pueblos cuentan con atributos importantes como la Capilla de Loreto en Santa Rosa de Lima, la cual formó parte del templo en la época de las reducciones jesuíticas. Ésta guarda los únicos frescos de la ruta, cuyas pinturas de gran valor artístico son atribuidas al sacerdote Jesuita Italiano, José Bersanelli (1659-1728), con elementos muy europeos que se combinan en una suerte de mestizaje del barroco jesuítico- guaraní con elementos indígenas. Su valoración es media y no alta, por la irregular accesibilidad al lugar. Este y otros atributos de los pueblos jesuíticos y en especial de las colecciones patrimoniales del barroco jesuítico no son lo suficientemente destacados en la comunicación de la oferta.

En general la gente es muy amable pero poco informada sobre los valores patrimoniales y aspectos turísticos. Las fiestas religiosas poseen elementos bastante atractivos y un factor importante consiste en el fuerte arraigo en la población. Suelen ser visitadas por turistas internacionales de la región y por nacionales, pero su integración a la ruta como parte de un producto turístico consistente, es débil. Se carece de aprovechamiento de las fortalezas y lugares muy publicitados por la comunidad local como el cerro Kurusú, es de difícil acceso y difícilmente se encuentra información sobre el mismo. En ese orden de ideas la puntuación es baja.

El grupo complementario se relaciona con la Represa Yacyretá y sus áreas protegidas, así como el río Paraná y el río Tebycuary que son el recurso más importante para Ayolas y Villa Florida, favoreciendo un turismo de naturaleza y de pesca.

Si bien la represa de Yacyretá posee una buena infraestructura de servicios y afluencia de visitantes (nacionales y argentinos principalmente), no es un producto tan reconocido como lo es la represa de Itaipú en Alto Paraná. En cuanto a variedad de actividades y logística para visitantes se clasifica en nivel medio pues si bien en cuanto a transportes están bien, su centro de visitantes no es dinámico y el museo, integrado a la oferta que se configura como sostenible, presenta animales disecados, elemento que, a la luz de las tendencias tecnológicas para este tipo de centros, no guarda coherencia. Tampoco es coherente con la priorización que promueven en cuanto al turismo sostenible.

En la ribera y áreas de influencia de los ríos Tebycuary y Paraná, se forman playas aptas para actividades que han dado origen a festividades en Ayolas y a camping en Villa Florida, se oferta un turismo fluvial de mediana calidad que carece de estándares internacionales. Se da un turismo de pesca interesante, que si llega a alcanzar estándares de calidad en el servicio puede convertirse en un buen producto turístico y mejorar la oferta del departamento. El problema es que existen problemáticas de regulación, controles, organización. Solo unos pocos prestadores de servicios turísticos han tenido la visión, principalmente brasileños que atraen demanda de ese país. La alta informalidad se presenta como un problema principal.

En términos generales, la calificación por niveles ubica al Departamento en nivel medio.

Los atractivos que más se ofrecen en el Departamento de Misiones son de lejos aquellos relacionados con el legado jesuítico representados en iglesias y museos. Sin embargo, la visibilidad internacional es muy alta. Se promociona la Ruta, pero las referencias no los incluyen en su mayoría. Se deduce que la inclusión del patrimonio cultural del barroco jesuítico-Guaraní del Departamento de Misiones dentro de la ruta es muy débil pues prácticamente la inclusión de Paraguay se limita a Jesús de Tavarangüe, Trinidad y Cosme y Damián que no pertenecen al departamento.

Llama la atención que incluso la EBY casi no se promociona internacionalmente. Frente a la Hidroeléctrica de Itaipú, es muy poco lo que se promociona Yacyretá. Por lo demás, el resto de los atractivos, incluyendo fiestas tradicionales y religiosas de relevancia ven limitada su promoción al nivel nacional.

Un atractivo nuevo que podrá incorporarse a la oferta es el Museo Jesuita Guaraní, una galería de arte que se proyecta para San Ignacio y que complementaría la oferta previamente identificada.

## 5.6. Instrumentos de análisis estratégico

### 5.6.1. FODA

El análisis DAFO, también conocido como análisis FODA o DOFA, es una herramienta de estudio de las características internas (Debilidades y Fortalezas) y la situación externa (Amenazas y Oportunidades) del destino, en una matriz cuadrada para planear una estrategia de futuro. Realizados los análisis interno y externo, la confección de la matriz DAFO ayuda a determinar las estrategias a emplear.

De la combinación de fortalezas con oportunidades surgen las potencialidades, las cuales señalan las líneas de acción más prometedoras; mientras las limitaciones, que integran debilidades y amenazas, colocan una seria advertencia y recomiendan acciones de prevención o superación. La combinación de los factores que componen las fortalezas y amenazas reflejan los riesgos y la de debilidades y oportunidades, los desafíos a abordar.

Las estrategias derivadas de este análisis y que se expondrán posteriormente, son de reorientación buscando transformar la situación actual haciendo cambios que minimicen o eliminen las debilidades detectadas y creen nuevas fortalezas, explotando las evidentes oportunidades que tiene el destino.

**FACTORES INTERNOS**

**DEBILIDADES**

- Carencia de servicios receptivos.
- Algunos servicios públicos deficientes.
- La mayoría de la planta no cumple con estándares para su internacionalización.
- Bajo impacto económico del turismo al ser principalmente excursionistas.
- No hay oportunidades de trabajo especialmente para jóvenes.
- Existe una alta dependencia del mercado argentino.
- Los niveles de capacitación son muy bajos o inexistentes.
- Los museos e iglesias de los pueblos jesuíticos no tienen horarios regulares al público. La apertura se maneja de una forma muy doméstica y a veces no se abren. Falta de interés por parte del clero para vincular los sitios religiosos a la ruta y de las municipalidades en los museos. Por inexistencia de mecanismos de sostenibilidad financiera.

**FORTALEZAS**

- Precios competitivos en servicios turísticos y en general que pueden favorecer la creación de empresas.
- Planta turística aceptable en algunos municipios.
- Hay reconocimientos mundiales por los patrimonios de la ruta jesuítica. La existencia de los pueblos jesuíticos en Misiones es una oportunidad en el contexto de la Ruta plurinacional para aprovechar mercados internos y mercados regionales con los países que integran la Ruta.
- La Ruta cuenta con muy buena señalética interpretativa en 4 de los pueblos del departamento.
- San Ignacio cuenta con una muy buena escuela taller de oficios tradicionales que atiende principalmente a jóvenes.
- Cuenta con varias de las más importantes fiestas de Paraguay, que gozan de reconocimiento, entre las que se destacan el Viernes Santo en Tañarandí y las Fiestas de la Tradición Misionera, las cuales además cuentan con alto sentido de pertenencia por parte de los locales.

**FACTORES EXTERNOS**

**OPORTUNIDADES**

- Recursos naturales con alto potencial, pero poco aprovechados (Cerro Kurusú, riqueza íctica, otros atractivos naturales)
- La pesca deportiva en Ayolas comienza a ser reconocida por el mercado brasileño. Así mismo se puede aprovechar la posibilidad de desarrollar turismo de bienestar, de aventura por creciente demanda de familias y estudiantes, nacionales, extranjeros).
- Aprovechar más el turismo religioso y espiritual.
- Eventos únicos como el Viernes Santo en Tañarandí y la Fiesta de la Tradición Misionera, son aprovechables por su prestigio y crece la demanda de extranjeros (europeos, americanos, brasileños) favorecen a Misiones por la voz a voz.
- Posibilidades para un turismo empresarial y de negocios con fundamento en la tradición equina, gaucha y la piscicultura.
- La intención de proveer fórmulas para poder remunerar a personal que atiende iglesias y museos de la Ruta Jesuítica.

**AMENAZAS**

- Cuenta con excelentes recursos naturales, pero no hay control de la tala ilegal de bosques y el tráfico ilegal de peces ornamentales.
- No hay respeto por las épocas de veda.
- Misiones cuenta con canteras de piedra cuya explotación no está regulada.
- La falta de controles y la corrupción propician la pesca ilegal.
- La informalidad es muy alta, especialmente en guías que hacen las veces de guías de turismo afectando la calidad y la seguridad.
- Falta de regulación y control de embarcaciones por el río Paraná
- La población joven es alta, es una promisoría fuerza laboral, pero está desmotivada por falta de oportunidades y está migrando.
- Acelerada pérdida de tradiciones y no se valora la producción local.
- Mucha descoordinación entre municipalidades, no hay planificación y la normatividad o está desarticulada o se desconoce.

**FACTORES INTERNOS**

**FACTORES EXTERNOS**

**DEBILIDADES**

- El departamento cuenta con atractivos culturales y naturales que son desaprovechados para el turismo. No se pone en valor el patrimonio cultural y no se aprovechan las playas y pesca deportiva en Ayolas, ni Yacyretá, para diversificar productos turísticos.
- Falta de diseño de producto turístico integral. Existen fiestas de tipo cultural – religioso que no se integran a productos consolidados como la Ruta Jesuítica.
- Carencia de programas y recursos financieros que impulsen la inversión en turismo y la promoción.
- Desinterés y falta de conciencia del turismo como factor de desarrollo tanto por parte de las autoridades como de la población local.
- No hay sentido de apropiación del patrimonio histórico, cultural y natural, especialmente entre la población joven.
- Existe la ruta jesuítica pero no hay circuitos locales en los municipios, que refuercen la ruta.
- Falta regulación para la protección, conservación y salvaguardia de los atractivos patrimoniales.

**FORTALEZAS**

- Los museos e iglesias conservan un excelente patrimonio histórico y religioso representado en objetos, artefactos, imaginería religiosa, murales y arquitectura.
- La existencia de la represa de Yacyretá (EBY) y sus áreas protegidas con recorridos ecoturísticos.
- Las playas de río en Ayolas y la buena reputación como lugares de pesca deportiva.
- Fiestas y eventos deportivos en Ayolas que potencializan el río Paraná.

**OPORTUNIDADES**

- Excelentes artesanías de trabajo en piedra en San Ignacio, tradición que no está muy difundida.
- El proyecto de elaboración de un plan de desarrollo turístico departamental.
- Construcción de puente entre Paraguay y Argentina en Ayolas, cruzando la represa de Yacyretá, lo que incrementaría los flujos turísticos a Misiones.

**AMENAZAS**

- Apatía por parte de la población hacia el turismo
- Inexistencia de un plan de ordenamiento para el departamento puede ocasionar un turismo desordenado.
- Que problemas en la EBY no permitan una mayor integración de ésta con el desarrollo turístico del departamento.

ESTRATEGIAS DERIVADAS DEL DAFO			
Supervivencia	Reorientación	Defensivas	Ofensivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer una mesa de articulación con el clero, que provea soluciones para que se involucre más en la Ruta Jesuítica, principalmente en la fijación de horarios regulares de atención en los sitios (iglesias y museos)</li> <li>• Fortalecer el diálogo intersectorial con el Ministerio de Cultura para consolidar programas a favor de la conservación y salvaguardia del patrimonio cultural.</li> <li>• Diseñar e implementar programas de formación en emprendimiento turísticos, asociatividad, y de calidad en la prestación de servicios que incluyan las escuelas e instancias de educación técnica y superior, escuelas taller, entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redefinir proyectos entre el Departamento, la Nación y el clero para la apertura regular de sitios en el marco de la Ruta jesuítica.</li> <li>• Crear la Cátedra Unesco de las Misiones jesuíticas Guaraní en escuelas y otros niveles de formación dirigidos a estudiantes y a la comunidad en general, e incluso ofertarla internacionalmente para un turismo académico.</li> <li>• Reorientar las convocatorias a capacitaciones técnicas para que se beneficien quienes las necesitan.</li> <li>• Fomentar el diseño y puesta en oferta de seminarios y estancias de investigación de la historia y el patrimonio cultural vinculando el clero, monasterios y a dueños de estancias, hoteles y posadas turísticas, como la Posada Mangoré que tiene biblioteca.</li> <li>• Formular y desarrollar producto turístico de pesca deportiva en Ayolas, en el marco de la normatividad legal vigente.</li> <li>• Articular con la EBY el desarrollo de productos de ecoturismo.</li> <li>• Desarrollar productos turísticos en torno a fiestas religiosas y populares.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar un programa de atracción de inversión.</li> <li>• Realizar propuestas a los gobiernos departamental y nacional para emendación y puesta en valor del patrimonio histórico que involucre las instituciones educativas.</li> <li>• Desarrollar programas de formación en historia y cultura dirigidas a los locales y a actores del turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar programas de fortalecimiento de las artesanías, entre ellas la artesanía de la piedra incluyendo el apoyo a escuelas taller que apadrinan a jóvenes</li> </ul>

### 5.6.2. Análisis de Impactos

Flujo	Impacto Ambiental	Impacto Social	Impacto Cultural	Impacto Económico	Intervención	Responsable
1	Basuras	No	No	Muy bajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hospedajes económicos (p.e. camping, conventos)</li> <li>Elaborar circuitos y actividades locales para la ruta jesuítica que motiven pernoctaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Departamento/ Municipalidades/ Colegios y universidades (educación).</li> </ul>
2	Basuras	No	No	Bajo medio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Control de normas ambientales</li> <li>Preparación de guías turísticos</li> <li>Adecuar acceso al Cerro</li> <li>Involucrar más a al EBY con el entorno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eby/Departamento.</li> </ul>
3	No	No	No	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinación municipal/departamental</li> <li>Coordinación departamento/SENATUR</li> <li>Elaborar circuitos locales</li> <li>Campañas de promoción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Departamento /SENATUR, Cámara Ruta Jesuítica</li> </ul>
4	Si	Si	No	Medio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Control de corrupción</li> <li>Capacitación y formalización de pescadores de la región.</li> <li>Frenar deterioro ambiental del río Yabebyry.</li> <li>Cumplimiento de normas ambientales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SENATUR/Departamento/ Municipalidad/empresarios</li> </ul>

### 5.6.2.1. Reflexiones del taller

El Departamento de Misiones cuenta con una serie de **atractivos turísticos bien definidos**. Algunos como el conjunto de atractivos relacionados con el legado jesuita, son conocidos por el mercado nacional y gracias a creciente promoción de la Ruta Jesuítica, por el mercado internacional, principalmente el regional. Sin embargo, los niveles de apropiación y conocimiento sobre su patrimonio cultural e histórico por parte de la población local son muy bajos y eso hace que se corra el **peligro del deterioro de la identidad cultural** y del estado de conservación de los atractivos patrimoniales materiales e inmateriales.

El **clero no se involucra** lo suficiente para consolidar un buen producto turístico, con horarios regulares, los museos abren sin un horario definido y se pierde mercado. Las municipalidades no se han preocupado por desarrollar circuitos turísticos locales, atractivos, que disminuyan el excursionismo que a veces solo deja basuras y poco gasto. Los bajos costos son un atractivo, pero a la vez generan desafíos pues el impacto económico es muy bajo y no se refleja en beneficios para la mayoría de la población local, entre otras cosas porque el promedio de estadía es muy bajo.

Otros atractivos con gran potencial asociados a recursos naturales como los ríos Paraná, Tebycuary, Yabebyry entre otros más arroyos y playas e islas fluviales, Cerro Kurusú, **no son apoyados suficientemente por las municipalidades, el departamento o la SENATUR**. Allí se desarrolla pesca deportiva, turismo fluvial, ecoturismo y tiene potencial para complementar la oferta turística del departamento. Los impactos ambientales se comienzan a sentir, pero no por el turismo sino por la tala y pesca ilegal de peces pequeños, pescadores que usan métodos no amigables con el ambiente y la corrupción y falta de controles.

En el taller se mencionó mucho a la EBY- Represa de Yacyretá, quienes no asistieron. Ellos tienen a su cargo manejo de ecosistemas, tours organizados, visitas a las obras de ingeniería, buena infraestructura de servicios turísticos, pero son muy independientes y podrían apoyar más procesos del departamento, al menos en lo referente a potencial turismo de naturaleza.

Durante el taller se hizo evidente que hay **escasos niveles de formación en turismo**, bajo tejido empresarial turístico, al menos en la convocatoria. Se destacó el deseo de la gobernación por involucrarse más en los procesos de la ruta jesuítica. Se hizo mucho énfasis en la visita de extranjeros europeos, pero sin claridad del volumen o impacto de estos mercados turísticos. Lo que sí se hizo evidente es el peso de los excursionistas.

Las mayores debilidades se observan en formación, sensibilización y capacitación, así como en articulación para mejorar el producto turístico. También se mencionó mucho la fuerza laboral joven que no halla oportunidades de trabajo en el departamento y por ende comienza a migrar.

## 5.7. Mesa de Turismo

Se convocó a los participantes para la conformación de una Mesa de Turismo, una figura de participación/ gestión público – privada.

Idealmente la Mesa de Turismo debería estar integrada por grupo entre 6 – 10 personas (SENATUR, instituciones, asociaciones, gremios, universidades, comunidades locales), siendo la encargada de gestionar, coordinar y revisar el correcto desarrollo de los PDTs. Y contar con un presidente y un secretario.

En el **Departamento de Misiones** se integró la mesa de turismo de la siguiente manera:

**Tabla 10. Integrantes mesa de turismo**

NOMBRE Y APELLIDOS	ENTIDAD/ CARGO	CELULAR	E-MAIL
Nicolás Corvalán (presidente)	Gobernación (turismo y cultura)	981673810	turismogobmisiones@hotmail.com
Gustavo Cáceres (VicePte.)	Municipalidad San Ignacio	972772376	cachiuc87@gmail.com
Gustavo Masacote (secretario)	Secretario de turismo, Municipalidad de San Ignacio	975625601	Sin dato
Lorena Escobar	Regional SENATUR	955370501	lorena.escobar8@gmail.com
Beatriz Arévalo	Cámara de la Ruta Jesuítica	595 71 205021 / 85952118	rutajesuiticapy@hotmail.com; rutajesuiticaparaguay@gmail.com
Oscar Colmán	Cámara de Comercio	975626271	oscarcolman0459@gmail.com
María helena Bravo	Comunidad	985500135	lafloresta555@hotmail.com
Juana Sanabria	Sin dato	975652464	juanitasanabrai58@gmail.com
Gerardo Centurios	Comunidad Santa Rosa	982772612	yerard1211@hotmail.com
Cayetana Maidana	Comunidad Santa María de Fe	985560144	Sin dato
Armando Arévalo	Academia	975775027	armandinho117@hotmail.com
Blanca Ojeda	Sin dato	985354195	blanca93ojeda@gmail.com
Ricardo Branchessi	Sin dato	975644745	branchessi7@hotmail.com

Fuente: Inmark Europa S.A. a través de los datos aportados en el taller celebrado en San Ignacio

## 6. Desarrollo del Plan

### 6.1. Modelo de desarrollo turístico y posicionamiento

El objetivo general de la **Planificación Estratégica Turística** es el establecimiento de una **propuesta de modelo territorial turístico para el espacio objeto de planificación**, aquella que se considere más adecuada desde la administración pública y que mejor responda al interés de los diferentes agentes involucrados que tengan presencia en la Región. 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>.



Fuente: Inmark Europa S.A

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

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

#### 6.1.1. Visión

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



La **Visión Territorial** para el **Departamento de Misiones**, fue trabajada a través de un proceso participativo, resultando la siguiente:

<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.

*Misiones es reconocido como el destino cultural y religioso de Paraguay y, dentro de la Ruta Multinacional Jesuítica por sus pueblos vivos de legado jesuítico-guaraní y manifestaciones de un rico patrimonio cultural inmaterial, que se complementan con los recursos patrimoniales naturales, hídricos e industriales de alto valor para el desarrollo sostenible*

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, cualitativos y cuantitativos y definir las directrices para el ordenamiento de la actividad turística. Durante el desarrollo del segundo taller de participación en Paraguay, se elaboró con los participantes el Modelo de Desarrollo del Destino de Misiones, así como los Escenarios de Futuro del destino a 5 y 10 años.

Para el Departamento de Misiones, el **modelo de desarrollo turístico por el cual se apuesta es un modelo de tipo inclusivo**, en función de que la población local participe activamente en el diseño, desarrollo, gestión y beneficios de la actividad. En ese sentido, la existencia de un **modelo marco de carácter multinacional y cultural de la Ruta multidestino de las Misiones Jesuíticas**, apoyado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el cual participan Argentina, Brasil, Bolivia, Uruguay y Paraguay, actuará como factor de impulso al desarrollo turístico sostenible del componente de la ruta en Paraguay bajo el liderazgo de SENATUR. Contempla la puesta en marcha de Entes Gestores de Destino (Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas) y el involucramiento de entidades privadas como Touring y Automóvil Club Paraguayo, que entran a complementarse junto con acciones resultantes de la presente consultoría, como la Mesa de Turismo, de conformación público-privada. También se apuesta por la diversificación del producto con base en las potencialidades de Misiones en materia de recursos naturales, fluviales y la ventaja que representa la Entidad Binacional Yacyretá (EBY), que además de ser una obra de ingeniería atractiva para el turismo, es una entidad gestora de áreas protegidas y conservación de vida silvestre.

La visión compartida apuesta por el fomento de la iniciativa empresarial local y otras acciones complementarias con foco en el aprovechamiento de los recursos naturales, áreas protegidas, riqueza hídrica, fluvial, potencialidades que ofrece la pesca deportiva. Para ello se requiere mayor involucramiento de actores clave en el desarrollo turístico -como el clero- y mayor expansión hacia el Departamento, de programas y acciones de cooperación con la Entidad Binacional Yacyretá (EBY).

De forma participativa, los actores del Departamento Misiones definieron las **ventajas y dificultades** que encuentran para su modelo de desarrollo turístico, siendo las más relevantes las siguientes:

#### **Ventajas**

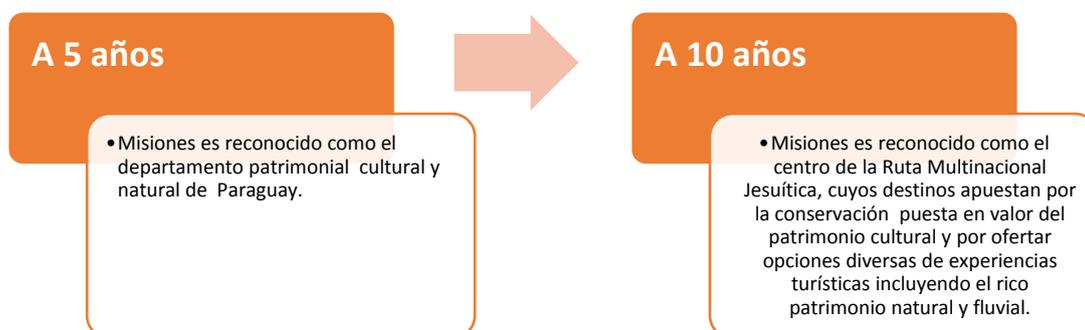
- ⇒ Patrimonio cultural y religioso e Imagen turística asociada a la Ruta Jesuítica.
- ⇒ Pueblos vivos de legado jesuítico-guaraní que, si bien han sufrido transformaciones, conservan características urbanísticas de las antiguas reducciones.
- ⇒ Fiestas asociadas a legado religioso católico de reconocimiento nacional.
- ⇒ Patrimonio natural y reservas asociadas al atractivo hidroeléctrico Yacyretá y riqueza fluvial con gran biodiversidad.
- ⇒ Condiciones para desarrollo de turismo comunitario.

#### **Dificultades para Crecer**

- ⇒ Desinterés de las autoridades locales y de los pobladores por potenciar el patrimonio cultural y el desarrollo turístico.
- ⇒ Normatividad desarticulada y poco interés por hacerla cumplir.
- ⇒ Escasa infraestructura de servicios turísticos.

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

Los escenarios de futuro para Misiones 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 Misiones es de 5 años, pero es necesario, de una forma sostenible, visualizar que ocurrirá con el destino 5 años después.



La **propuesta de posicionamiento** corresponde a una idea fuerza, una visión de lo que debe representar el desarrollo del turismo para el Departamento de Misiones, desagrupable en objetivos y alcanzable mediante una batería de estrategias, programas y acciones detalladas para su implementación en la práctica, según la cual **Misiones es el centro de la Ruta Multinacional Jesuítica**, cuyos destinos apuestan por la conservación puesta en valor del patrimonio cultural y por ofertar opciones diversas de experiencias turísticas de su rico patrimonio natural y fluvial.

La **propuesta de valor** que se deriva de este posicionamiento destaca que Misiones es un departamento que caracteriza y diferencia por el valor de su patrimonio histórico y cultural asociado al legado jesuítico-guaraní, con exponentes únicos del barroco desarrollado en Paraguay durante la época de la colonia, museos y **pueblos vivos** que conservan las estructuras urbanísticas de las antiguas reducciones. Misiones cuenta además con **festividades asociadas al legado religioso**, unas de naturaleza propiamente religiosa como el Viernes Santo en Tañarandy, de gran singularidad. De otra parte, la presencia del río Paraná y afluentes, sumado a formaciones naturales asociadas al entorno creado por la EBY (Hidroeléctrica Yacyretá), proporcionan recursos con potencial turístico de naturaleza que complementa y diversifica las posibilidades de desarrollo turístico de Misiones.

El patrimonio histórico, cultural y religioso asociado a legado jesuítico-guaraní tiene potencial para un turismo internacional, y su puesta en valor turístico a partir de la adecuación de atractivos y servicios, para mercados internacionales regionales en primera instancia y con perspectivas de un turismo internacional más amplio articulado con los avances que pueda presentar la Ruta jesuítica multinacional. Sin embargo, de no solucionarse los problemas de horarios y servicios, difícilmente se tendrá un producto turístico competitivo.

En cuanto al patrimonio natural y riqueza fluvial, éste se proyecta para un turismo nacional, pues tiene suficientes elementos de atracción (dunas vegetadas, islas fluviales, áreas protegidas, riqueza íctica), y también internacional con relación a las fronteras con Brasil y Argentina. Cabe mencionar también, entre otros atractivos, la obra de ingeniería que representa la hidroeléctrica Yacyretá, para mercado nacional y regional, principalmente con el mercado argentino. Sin embargo, el presente plan sugiere transformaciones necesarias para estar acorde con las tendencias globales que se basan en transformaciones tecnológicas. La EBY debe hacer esas inversiones, en particular se recomienda la intervención del museo.

Las gentes del departamento destacan en sus opiniones, la gastronomía y las artesanías. Sin embargo, no se encuentran fácilmente disponibles para que sean adquiridas o consumidas por los turistas. Algunas se consiguen sobre las vías terrestres como es el caso de aquellas que se apostan sobre las orillas de la carretera en San Miguel, lo cual no es suficiente para que sean incluidas en la cadena de valor turístico. Otros elementos interesantes como el taller de artes y oficios tradicionales en San Ignacio Guazú, que rememora las tradiciones de la época de los jesuitas, es poco comercializado y difundido, y el oficio de talla en piedra que es de excelente calidad estética, adorna restaurantes, pero no se observan espacios de comercialización, tampoco talleres demostrativos que pongan en valor de aprendizaje y comercial estos elementos del patrimonio cultural inmaterial.



1. Museo de la Eby, 2. Escuela Taller de Artes y Oficios de San Ignacio, 3. Balones artesanías y tejidos. Fuente: Inmark Europa S.A.

### 6.1.1.1. Objetivos del Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Misiones

Los objetivos propuestos son los que se detallan a continuación:

<b>Objetivo General</b>	→ <i>Convertir al departamento misiones en un destino turístico reconocido por su rico patrimonio histórico, cultural, religioso y festivo, relevante dentro del imaginario de la ruta jesuítica y por su riqueza natural y fluvial.</i>
<b>Objetivo 1</b>	•Mejorar la Gobernanza turística, la participación entre el sector público, el sector privado, el clero, la EBY y las comunidades locales.
<b>Objetivo 2</b>	•Incrementar el número de turistas que acuden a los diferentes municipios de Misiones, así como el gasto per cápita.
<b>Objetivo 3</b>	•Fomentar en la población local el conocimiento y sentido de apropiación del patrimonio histórico y cultural de Misiones.
<b>Objetivo 4</b>	•Potenciar el desarrollo de circuitos y productos en cada unos de los municipios relacionados con el legado jesuítico-guaraní como complemento de la ruta jesuítica.
<b>Objetivo 5</b>	•Potenciar el desarrollo del turismo de naturaleza, fluvial y pesca deportiva como atractivos complementarios al turismo del departamento.
<b>Objetivo 6</b>	•Fomentar el emprendimiento empresarial turístico sobre la base de formación con calidad y articulación con el producto turístico.
<b>Objetivo 7</b>	•Aumentar la calidad, cantidad y variedad de infraestructura y planta turística.
<b>Objetivo 8</b>	•Fortalecer la promoción y comercialización de Misiones como destino turístico

## 6.2. Pilares y Estrategias del Plan

El Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Misiones 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. 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 un ordenamiento del territorio 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 los espacios turísticos y con potencial del Departamento de Misiones y sentar estos principios de cohesión territorial.

Misiones, **debe enfocar sus acciones a ordenar y conservar de forma sostenible su patrimonio cultural material e inmaterial, así como las áreas protegidas y recursos naturales** fluviales, puesto que, a pesar de estar integrado a programas asociados a la Ruta Jesuítica, a contar con buena señalización en espacios público sobre el acervo jesuítico-guaraní, la integración espacial desde lo conceptual con este imaginario es deficiente y desarticulada.

En cuanto a las áreas protegidas y patrimonio natural, el ordenamiento del territorio sostenible se integra a Yacretá, en tanto los demás lugares carecen de un ordenamiento territorial. Un claro ejemplo es el cerro Kurusú, de alto nivel de apropiación por parte de los locales, pero sin buenos accesos, delimitaciones de áreas, manejo de basuras, etc. Algo similar sucede con las riberas de los ríos, especialmente con la ribera del río Paraná en el cual compiten formas de explotación de los recursos ícticos de forma irregular, significando con este calificativo el hecho de no aplicar legislación de usos de suelo y del recurso, ni temporal ni espacialmente, de tal forma que se garantice su sostenibilidad en el tiempo. Lo mismo acontece con el uso de las playas.

### → **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 la Mesa de Turismo, el trabajo articulado con instancias como la Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas y, la creación de otras figuras de participación** tales como consejos locales y unidades gubernamentales de turismo. Un objetivo clave es trabajar la gestión organizativa y la gobernanza en el Departamento de Misiones.

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 orientadas a lograr niveles óptimos de gestión organizativa y gobernanza. En ese sentido el presente documento contiene propuestas concretas para el Departamento de Misiones, de tal suerte que éste sea comprendido como una realidad territorial y sectorial creando un marco para la gestión turística la cual junto con la participación departamental y local sea receptora de aportes en la caracterización del turismo en el Departamento.

En ese sentido se debe lograr que los actores crean, participen y se apropien del Plan de Desarrollo Turístico. Así, la participación como elemento organizativo y de gobernanza es importante en tanto contribuye a conformar redes de conocimiento e introduce herramientas que elevan las capacidades de liderazgo de la ciudadanía, de los técnicos y de las instituciones, siendo ésta una de las debilidades identificadas por los actores durante la etapa de talleres DAFO.

Así mismo, la participación se comporta como un mecanismo de control al transversalizar la influencia de los actores en todas las fases del Plan de Desarrollo Turístico, siendo a la vez generadora de espacios de diálogo y construcción de acuerdos.

Por otra parte, se requiere que la gestión del destino se soporte, para el proceso de toma de decisiones y lineamientos estratégicos, en información confiable, actual y contrastada.

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

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

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

Otro factor de competitividad muy débil es el tecnológico. En términos generales el sector no ha asumido el contexto y exigencia global que demanda la revolución tecnológica. No se ha emprendido una transformación digital que facilite la conectividad on line ni permita desarrollos empresariales en torno a las TIC y la llamada economía creativa (naranja). Existe un atraso que comienza por entidades y negocios que deberían tener dominios propios para correos electrónicos, y personas que incluso carecen de él, existiendo tantas facilidades gratuitas. Ello se refleja por ejemplo en la escasa información a través de web, portales, etc. En la actualidad, un destino y un negocio que no esté conectado no tiene éxito.

### → **Pilar 4. Orientación al mercado**

El turismo es un negocio. Un destino turístico debe aspirar a desarrollar productos aprovechando sus recursos y potencialidades para ganar participación en el mercado, orientados a la satisfacción de las necesidades y gustos de los consumidores, sin perder de foco el equilibrio del proceso de crecimiento, para que éste, garantice la sostenibilidad ambiental y sociocultural. Esto implica posicionarse mediante la promoción, comercialización y distribución multicanal, bajo un ejercicio dinámico de adaptación, teniendo como premisa que el mercadeo es una inversión, no un costo.

Misiones cuenta con algunos productos diseñados en el contexto marco de la Ruta Jesuítica, sin embargo, carece de productos turísticos que intervengan la ruta y sean capaces de generar suficientes niveles de atracción hacia determinados municipios, lugares, eventos y festividades. El **valor diferencial** reposa en el imaginario del legado Jesuítico-Guaraní con aspiraciones globales en el contexto internacional de reconocimiento de su patrimonio cultural. Su vecindad con el departamento de Itapúa y las Misiones Jesuíticas de Trinidad y Jesús de Tavarangué, ambas con declaratorias Unesco, así como la frontera con Argentina y la conectividad con Brasil, favorece la potencialidad para un turismo internacional regional, pero requiere establecer sinergias.

A su vez, la buena conectividad vial lo convierte en un destino de fácil acceso y atractivo para el turismo nacional, para el que debe proyectarse, además de como un destino cultural, religioso y festivo, como un espacio de biodiversidad.

### → **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 electricidad, tratamiento de residuos sólidos y urbanos, acceso a educación y sanidad, etc. Son fundamentales para alcanzar un desarrollo turístico del destino. Por ejemplo, en cuanto a la inversión en infraestructuras que mejoren la accesibilidad, como por ejemplo la **mejora de las carreteras secundarias** y/o rurales que son las que acceden a la mayoría de los recursos naturales, generaría un mejor acceso a estos y por tanto su inclusión en los productos turísticos a desarrollar.

Se debe considerar aquí las necesarias **infraestructura de comunicación**. La revolución 4.0, eminentemente tecnológica se da en el contexto del mundo de los datos y está transformado las formas de comercializar y hacer turismo. Es una necesidad para Paraguay en general y para el caso particular del Departamento de Misiones: generaría una mejor 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, con o por ejemplo, puntos de acceso wifi, tecnologías para mejorar las experiencias de los guiones museográficos tanto de los pueblos jesuíticos, como del museo de la EBY ; proveyendo de información organizada para el uso adecuado de los recursos naturales y fluviales, facilitando la programación de itinerarios, la consulta del estado de vías, las condiciones climáticas, la disponibilidad de plazas o los eventos y festividades y con el fin último de mejora las experiencias de los visitantes y turistas.

En Misiones, se debe tener en cuenta la dotación de **señalética vial** que integre a toda la ruta jesuítica, que complemente la señalética peatonal actual. Así mismo se deben señalar y mejorar los accesos a lugares de peregrinación asociados a festividades y eventos religiosos con el fin de integrarlos al concepto más amplio del patrimonio cultural jesuítico-guaraní.

Los pueblos del legado jesuítico que se integran a la Ruta deben contar con recursos financieros para realizar intervenciones profesionales e idóneas en materia de **restauración y conservación del patrimonio cultural material mueble e inmueble**.

Adicionalmente en el ámbito del turismo de naturaleza, más allá de las infraestructuras con las que cuenta la EBY para el acceso a áreas protegidas, **los municipios ribereños deben prioritariamente mejorar y dotar los lugares de infraestructuras turísticas** como por ejemplo pantanales para el desarrollo de circuitos fluviales, sobre los cuales ya existen experiencias en Corateí; miradores, senderos y observatorios de aves, acciones clave para la complementación y diversificación del producto turístico del departamento.

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

La inteligencia turística es una forma de entender la investigación de mercados desde una perspectiva moderna, actual e innovadora. El turismo es un sector que puede beneficiarse de la cantidad de datos que hay disponibles para volverlos información útil para la toma de decisiones estratégicas. No se pueden desarrollar productos y servicios sin la consideración cierta de los gustos, necesidades y expectativas de los turistas.

Los destinos inteligentes son aquellos que incorporan la sostenibilidad y la tecnología en cada una de las fases de su cadena de valor. Facilitando además la interacción e integración del visitante en el entorno con el fin de garantizar que la experiencia del usuario durante su estancia sea única e inmejorable. En Misiones, el rezago competitivo en materia de transformación digital, como ya se dijo, es evidente y esto se constituye en una desventaja presente y futura.

Por su parte, la calidad, pese a ser un concepto amplio y en permanente evolución, nunca se aleja de tres puntos: rentabilidad, sostenibilidad y satisfacción del cliente. Esto implica el mejoramiento continuo de la calidad y el aprovechamiento de la información disponible del mercado para mejorar constantemente los productos ofrecidos, es decir, la experiencia general del turista en el destino.

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

En el futuro la competitividad del territorio se establecerá por su capacidad para desarrollar modelos sostenibles. Misiones tiene que ser un referente de sostenibilidad. Tácticas como la atracción de turismo de mayor valor añadido debe relacionarse con una mayor sostenibilidad económica, social y ambiental.

La gestión del territorio no es sencilla ya que a menudo se encuentra con importantes dificultades fruto de la disparidad de objetivos, visiones y cultura organizativa y modos de trabajo entre los agentes implicados, diferencias en la capacidad económica, así como las reticencias a compartir el poder de decisión y las inercias administrativas de la administración pública (Vera et al., 2013).

El turismo puede y debe contribuir, directa o indirectamente, a los Objetivos de Desarrollo Sostenible que están respectivamente relacionados con el desarrollo económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles (Organización Mundial de Turismo y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, 2016).

Las [estrategias para el Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Misiones](#) 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 el Departamento de Misiones, requiere de la aplicación de un modelo de gobernanza turística adecuado que determine qué instrumentos, personas y organizaciones deben asumir responsabilidades concretas, como la puesta en marcha, gestión y seguimiento del plan.

Desde la Gobernación de Misiones, como por las propias municipalidades es necesario un mayor involucramiento con el desarrollo turístico del Departamento, de manera articulada, liderando el proceso e invirtiendo en recursos financieros y humanos para un óptimo desarrollo sector.

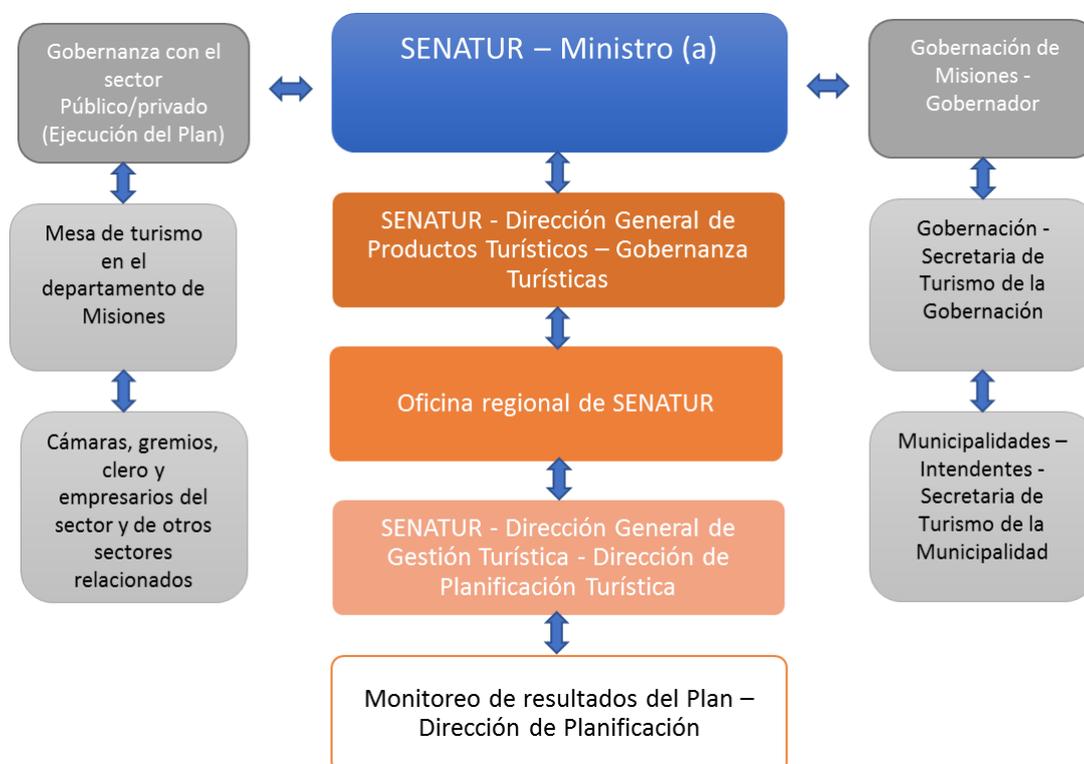
Los principios sobre los que se basa el modelo de gobernanza turística son los siguientes:

- **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 y/o articulación con otras instancias privadas gremiales y asociativas que aglutinan iniciativas de desarrollo turístico.
- **Articulación, compromiso y participación activa** del sector público y privado del Departamento de Misiones.
- **Emprendimiento empresarial.** Impulsar el desarrollo territorial, empresarial y productivo del Departamento de Misiones.
- **Gestión y financiación.** Dotar al sector turístico de mecanismos para la gestión de proyectos y para la captación de recursos de capital.

Del mismo modo, es necesario fortalecer a todos los actores locales, sensibilizar a la población, capacitarla, hacerle entender que es un destino turístico, cómo se comporta y cuál es la vocación turística principal del departamento. Para el caso específico de Misiones, la presencia de la Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas, el Clero, la EBY y el sector académico (Universidades), se deben considerar como factor clave en el mapeo de actores del sistema de gobernanza.

Sumado al fortalecimiento de todos los actores que participan en el sector turismo vinculado al Departamento de Misiones, está la necesidad de establecer los mecanismos necesarios para la implementación del Plan, y así ejecutar las acciones contempladas.

### Modelo de Gobernanza Turística del Sector Turístico del Departamento de Misiones



Fuente: Inmark Europa S.A

### *Estrategia 2. Mejora de la Competitividad*

El éxito en el mantenimiento de los beneficios de turismo para contribuir con la mejora de la calidad de vida de los habitantes y a objetivos de reducción de la pobreza solo se logra a través de la continua diversificación, innovación y actualización de los destinos turísticos, así como a través del fortalecimiento de capacidades e instituciones. Se habla entonces de conseguir destinos con calidad integral, de **establecer una estructura de gestión permanente que vele por el incremento de la competitividad de las empresas turísticas del destino, de ofrecer un nivel de calidad homogéneo** en todos los servicios turísticos, incrementando la satisfacción de los turistas y fomentar la fidelización de estos. Así mismo, es necesario incrementar la **implicación y participación** de los empresarios y de actores clave, en el desarrollo turístico del destino.

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

La creación de **productos turísticos novedosos, adecuados y rentables**, se presenta como uno de los retos más interesantes en el proceso de desarrollo del Departamento de Misiones como un 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 trabajo articulado entre el sector privado turístico, junto con el apoyo del sector público - en este caso SENATUR, intendencia y gobernación- deben 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.

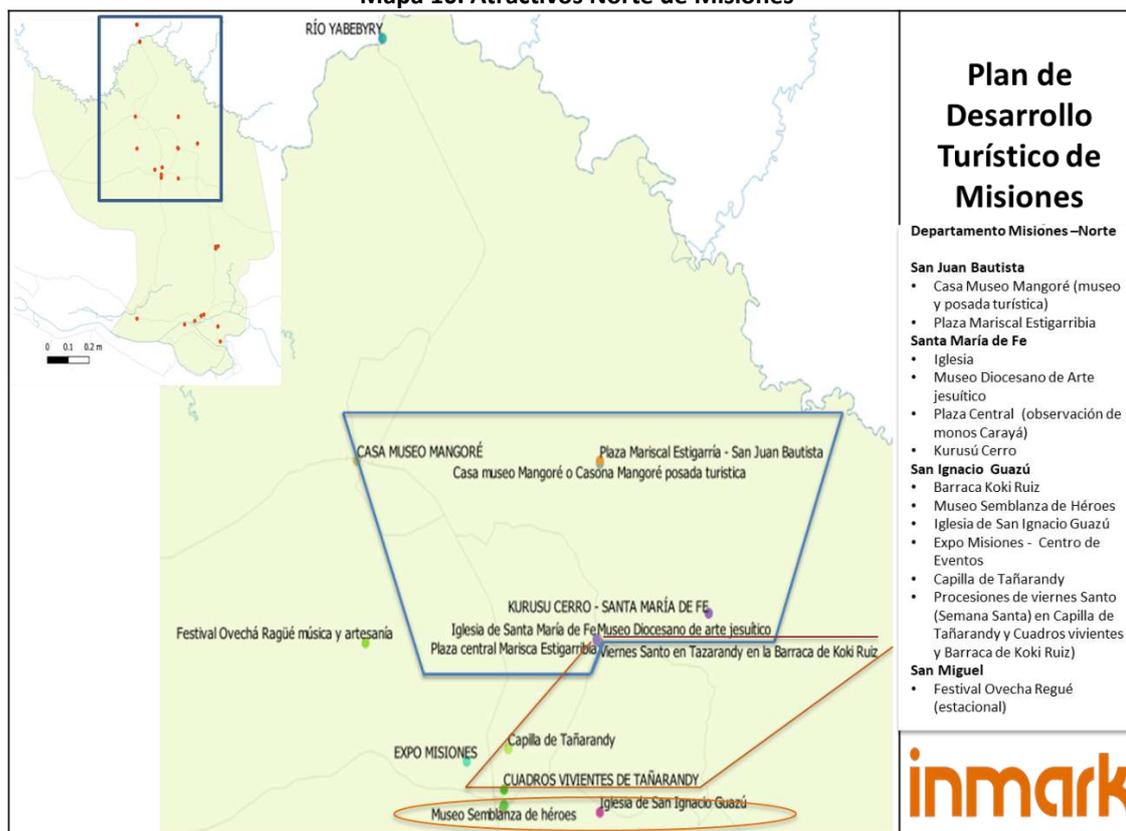


Fuente: Inmark Europa S.A

Se debe romper con el mito de que para ser innovadores se deben hacer altas inversiones.”. En Misiones está la materia prima, pero es preciso trabajar el valor agregado.

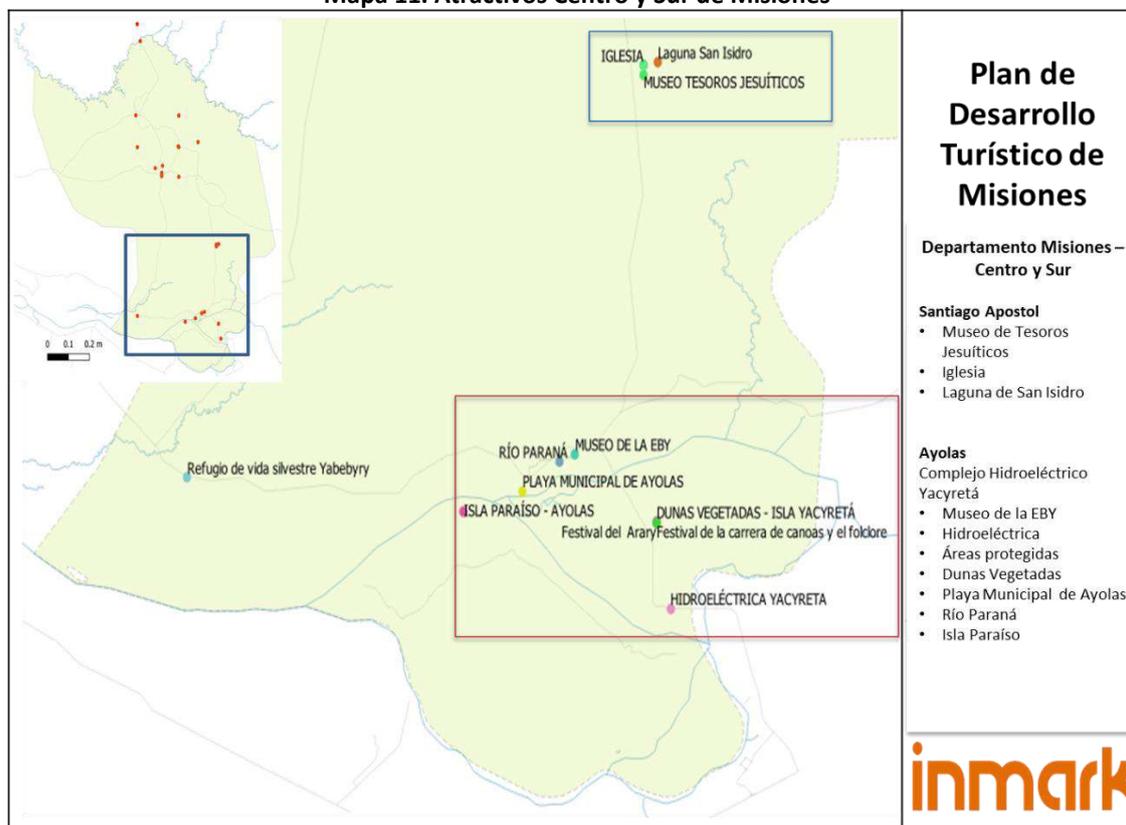
Los atributos patrimoniales materiales permiten la creación de circuitos turísticos permanentes e integrados por la cercanía entre municipios conectados por vías terrestres en buen estado. Sin embargo, en casos como el de Santa María de Fe, es previsible que la mayoría de las visitas sean de un solo día por la deficiencia en planta de alojamientos. De otra parte, el patrimonio inmaterial permite pensar en combinaciones estacionales, principalmente durante la Semana Santa. El carácter religioso y determinante desde dos enfoques: el primero de práctica y devoción asociada con lo espiritual y, el segundo, de naturaleza académica y de aprendizaje, más enfocado hacia el patrimonio histórico.

Mapa 10. Atractivos Norte de Misiones



Fuente: Inmark Europa S.A.

Mapa 11. Atractivos Centro y Sur de Misiones



Fuente: Inmark Europa S.A.

Las otras aglomeraciones se hallan al sur y tienen relación directa con el río Paraná y con la presencia de la EBY y su intervención sobre el territorio natural. Aun cuando con mayores distancias entre atractivos, es posible pensar en circuitos con actividades. El ambiente es propicio para circuitos fluviales por el río, para visitar u observar las áreas protegidas, algunas de las cuales ofrecen servicios de acogida. EL conector natural es el río. Ya se realizan algunos recorridos y se presta ese tipo de servicios, pero la innovación consiste en la observancia y diseño de un producto integrado con contenidos que incluso atraiga inversiones en embarcaciones, embarcaderos, etc. que deberán contribuir a suplir las falencias en infraestructura. Siendo el río el conector, la articulación entre la EBY y la municipalidad de Ayolas, es necesaria.

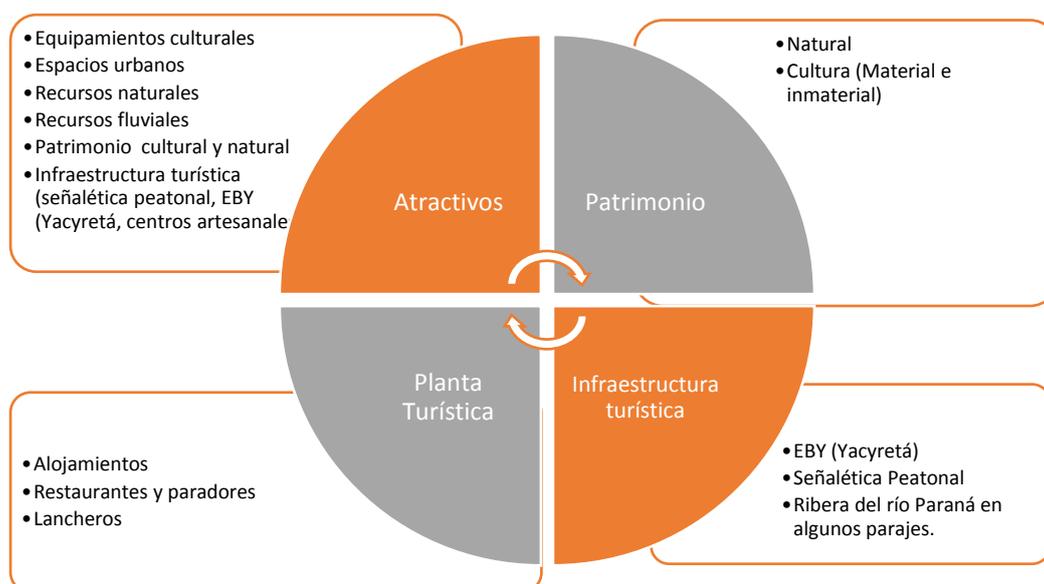


#### Estrategia 4. Mejora del entorno y de la capacidad receptiva del destino

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 Misiones, 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. Lo mismo ocurre con la planta turística: los alojamientos en Misiones tienen una distribución dispar entre los municipios.

La mayor concentración la tienen Ayolas, la capital, san Juan Bautista y San Ignacio Guazú. En los demás municipios la presencia de planta turística de alojamientos es escasa. Igual ocurre con la tipología. En cuanto a restaurantes, la distribución geográfica es similar a la de alojamientos y en algunos municipios es bastante precaria. La escasez de tour operadores es generalizada y la de guías turísticos formales precaria, y refleja en altos niveles de informalidad.

Adicionalmente, los museos, iglesias y lugares de atractivo patrimonial religioso cuentan con poco presupuesto, débil institucionalidad para la gestión sostenible de los mismos y requieren de intervenciones museográficas y restaurativas para su puesta en valor. Ocurre parecido con los recursos naturales, acuíferos y fluviales que demandan infraestructura para un mejor aprovechamiento. Ello se logra a través de donde a través de fondos de financiación, cooperación y programas de atracción de inversión.



Fuente: Inmark Europa S.A

Es fundamental fortalecer los destinos mejorando sus infraestructuras, equipamientos, accesibilidad, información disponible y conectividad. Por un lado, mejorar la señalización turística que orienta a los visitantes durante su recorrido, brindándole información precisa y anticipada de los atractivos. Por otro lado, incrementar la información sobre el destino a través de centros (puntos) de información turística.

Conocer el destino turístico, los movimientos de los flujos turísticos, el perfil del turista actual y potencial de Iguazú es fundamental. Así mismo, 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 también necesidades de información. La conjunción de metodologías de análisis permite orientar con mayor acierto a los destinos y las empresas en la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes.

---

### *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. Misiones como destino turístico se encuentran en un momento inicial de desarrollo con algunos avances, es un destino emergente y, como tal, debe generar su posicionamiento de mercado mediante acciones encaminadas a desarrollar conocimiento de mercado y mejora de la comunicación, información y comercialización turística, entre otras. Convertirse en un destino turístico competitivo, es un proceso a largo plazo, pero se pueden ir dando pequeños pasos para alcanzarlo.

La forma en que un destino desarrolla y promueve sus productos o servicios consiente conseguir los objetivos de desarrollo 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 han de reflejar las demandas y tendencias del mercado, amén de los valores propios, diferenciales, del territorio. Por tanto, **se plantea la necesidad de disponer de una estrategia de mercadeo** que garantice el posicionamiento y la comercialización.

Misiones 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 sobre la oferta y las especificidades del destino 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. Estos principios tienen como propósito minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno sociocultural, ambiental y empresarial. Cada vez son más los gobiernos y organizaciones responsables de los destinos turísticos que apuestan por una gestión de la actividad basada en principios de sostenibilidad.



Fuente: Inmark Europa S.A

La **conservación del patrimonio cultural material e inmaterial, el patrimonio natural, el medio ambiente y los recursos naturales, constituyen una necesidad y un desafío** para el sector turístico del Departamento de Misiones. Es necesaria la implementación de buenas prácticas y medidas preservacionistas, como quiera que son estos elementos los pilares de los atractivos de Misiones.

La implementación de éstas permitirá a Misiones realizar un desarrollo responsable y que contribuya a la conservación de los recursos turísticos (naturales y culturales) en el mediano y largo plazo y, por ende, a garantizar la sostenibilidad económica 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 29. Cinco ámbitos clave del turismo frente a los ODS



Fuente: UNWTO, 2017 Año del Turismo Sostenible.

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.

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

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

### 6.3. Programas y Acciones

#### 6.3.1. Descripción y priorización de programas

Estrategia N°1. Gobernanza eficiente		
Programas	Subprogramas	Acciones
E1.1. Fortalecimiento Sector Privado y Público	E1.1.1. Fortalecimiento de la Mesa de Turismo	E1.1.1.1. Establecer una estrategia de apropiación para la Mesa de Turismo por parte de la comunidad de actores del turismo y la cultura.
E1.2. Fortalecimiento alianzas público/privadas	E1.2.1. Fortalecimiento de la Mesa de Turismo	E1.2.1.1. Desarrollo de un Plan de Acción para la Mesa de Turismo en función del Plan de Desarrollo Turístico de Misiones.
E1.3. Herramientas de Gobernanza	E1.3.1. Cooperación público-privada.	E1.3.1.1. Fomentar la formación de figuras de cooperación público – privada en el Sector Turístico del Departamento de Misiones.

Estrategia N° 2. Mejora de la competitividad		
Programas	Subprogramas	Acciones
E2.1. Competencias sector Privado y Público	E2.1.1. Capacitación Especializada	E2.1.1.1. Elaboración e implementación de un Programa de formación especializado para Sector Privado y público.
E2.2. Herramientas de Fortalecimiento Empresarial	E2.2.1. Dinamización empresarial.	E2.2.1.1. Crear programas de emprendimiento y fortalecimiento empresarial en el Sector Turístico.
	E2.3.2. Calidad empresarial.	E.2.3.2.2. Implementación de Estrategias de Calidad en el Sector turístico.

Estrategia N°3. Desarrollo de portafolio de productos innovadores		
Programas	Subprogramas	Acciones
E3.1. Mejora de los Atractivos Turísticos	E3.1.1. Protección y gestión del Patrimonio material histórico, cultural y religioso	E3.1.1.1. Adecuación de atractivos patrimoniales históricos y religiosos a la demanda nacional e internacional.
	E3.1.2. Salvaguardia, difusión y gestión del Patrimonio cultural inmaterial	E3.1.2.1. Fortalecimiento de estrategias de difusión y uso turístico sostenible del patrimonio cultural inmaterial.
	E3.1.3. Patrimonio Natural – Fluvial	E3.1.3.1 Adecuación de atractivos naturales - fluviales a la demanda nacional e internacional.
E3.2. Diseño de Producto Turístico	E3.2.1. Productos y Circuitos locales complementarios a la Ruta Jesuítica	E3.2.1.1 Diseño de Circuitos del patrimonio cultural en los municipios de legado jesuítico-guaraní.
	E3.2.2. Producto de naturaleza, fluvial y de pesca deportiva	E3.2.2.1. Diseño de temporadas e itinerarios de turismo fluvial y pesca deportiva.
		E3.2.2.2. Articulación, integración y diseño de nuevos circuitos de áreas protegidas y acuíferos.
E3.2.3. Eventos y festividades	E3.2.3.3. Fortalecimiento y mejora de productos y servicios turísticos asociados a las festividades, eventos religiosos y eventos culturales.	

<b>Estrategia N°4. Mejora del entorno y de la capacidad receptiva del destino</b>		
<b>Programas</b>	<b>Subprogramas</b>	<b>Acciones</b>
E4.1. Creación de instrumentos de ordenamiento y planificación del espacio turístico	E4.1.1. Señalización e interpretación turística	E.4.1.1.1. Diseño e implementación de la Señalización turística vial e interpretativa del patrimonio cultural y natural para la demanda nacional e internacional.
E4.2. Planta Turística	E4.2.1. Estimación de la Demanda	E4.2.1.1. Evaluación de las necesidades de aumento y mejora de planta turística.
E4.3. Dinamización del destino	E4.3.1. Información turística	E4.3.1.1. Apertura de un Centro de interpretación del patrimonio cultural de la Ruta Jesuítica en el Departamento de Misiones.

<b>Estrategia N°5. Posicionamiento y comercialización</b>		
<b>Programas</b>	<b>Subprogramas</b>	<b>Acciones</b>
E5.1. Posicionamiento del Destino	E5.1.1. Cultura e identidad turística	E5.1.1.1. Fortalecimiento de la cultura Turística del Departamento de Misiones
		E5.1.1.2. Desarrollo de una Marca turística para el Departamento de Misiones, independiente y a la vez contextualizada con marcas complementarias.
		E5.1.1.3. Elaboración de la Web de turismo del Departamento de Misiones.
E5.2. Fortalecimiento del Destino	E5.2.1. Gestión del Conocimiento e Inteligencia de Mercado	E5.2.1.1. Diseño y generación de metodologías y herramientas de levantamiento, tratamiento y análisis de información y variables estadísticas turísticas.
	E5.2.2. Instrumentos y metodologías con enfoque de ordenamiento territorial	E5.2.2.1. Diseño de un SITT, Sistema de Información Territorial Turístico para el Departamento.
E5.3. Promoción del destino	E5.3.1.	E5.3.1. Diseño de la estrategia de Promoción y comercialización multicanal.

<b>Estrategia N°6. Gestión sostenible</b>		
<b>Programas</b>	<b>Subprogramas</b>	<b>Acciones</b>
E6.1. Gestión Sostenible del Destino	E6.1.1. Protección y puesta en valor y uso de equipamientos culturales y del patrimonio religioso	E6.1.1.1. Crear programas de sensibilización a empresarios y actores del sistema turístico de Misiones en sostenibilidad ambiental económica y sociocultural.
	E6.1.2. Sostenibilidad de Destino Turístico Departamento de Misiones	E6.1.2.1. Establecer Criterios de Sostenibilidad para el Destino con base en los ámbitos de actuación del turismo frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
		E6.1.2.2. Certificaciones en Sostenibilidad.
E6.1.3. Responsabilidad Social y códigos de ética	E6.1.3.1. Formación en responsabilidad social y empresarial y código de ética para el Destino.	

### 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 del Departamento de Misiones, las municipalidades 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
<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>E1.1.1.1. Establecer una estrategia de apropiación para la Mesa de Turismo por parte de la comunidad de actores del turismo y la cultura.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Institucionalizar la Mesa de Turismo del Departamento.</li> <li>Elaborar un Plan de difusión y comunicaciones de la nacionalidad y funcionalidad de la Mesa</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. La Mesa de Turismo es un espacio de gestión público-privado que tiene como objetivo colaborar y cooperar para el desarrollo turístico de los destinos a través de los Planes Estratégicos de Desarrollo Turístico.

Es por ello, que la Mesa de Turismo del Departamento de Misiones debe ganar y posicionar el reconocimiento necesario que la dote de legitimidad para apoyar el desarrollo del Plan de Turismo.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SENATUR
- Responsable de financiación:** Gobernación de Misiones con apoyo de las municipalidades.
- Colaboradores:** Gobernación, municipalidades, medios de comunicación y emisoras locales, Cámara Paraguaya de la Ruta Jesuítica, EBY, universidades

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito departamental
- Descripción:** Elaboración del Plan de difusión para el reconocimiento y apropiación de la nacionalidad y funcionalidad de la Mesa de Turismo del Departamento de Misiones, para legitimar el papel como promotor del Plan de Desarrollo Turístico.
- Desarrollo:** Acompañamiento de SENATUR para la elaboración y puesta en marcha del plan:
  - Convocatoria a colaboradores
  - Reunión de trabajo para la definición del plan de difusión
  - Elaboración de boletines de prensa y comunicados

#### CRONOGRAMA

	Año 1		Año 2				Año 3				Año 4				Año 5			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T		
Estrategia de apropiación	■	■	■	■														
Convocatoria a colaboradores	■	■																
Reunión de trabajo para la definición del plan de difusión	■	■																
Elaboración de boletines de prensa y comunicados			■	■														

#### INDICADORES

- Valor del publicity y número de apariciones en medios on/off line - of line (comunicados, entrevistas y menciones) / periodo.

#### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades
- Cámara Paraguaya de la Ruta Jesuítica
- EBY (Yacyretá)
- Touring Automóvil Club Paraguayo

ACTUACIÓN	<b>E1.2.1.1. Desarrollo de un Plan de Acción para la Mesa de Turismo en función del Plan de Desarrollo Turístico de Misiones.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar un Plan de Acción para la Mesa de Turismo del Departamento de Misiones,</li> </ul>	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-60	

### JUSTIFICACIÓN

La Mesa de Turismo debe funcionar como un órgano asesor en materia de turismo para el territorio donde se va a realizar la planificación, así como debe controlar la regulación de su composición, organización y funcionamiento.

Es por ello, que la Mesa de Turismo del Departamento de Misiones necesita dotarse de un Plan de Acción para implementar acciones concretas que van a facilitar su desarrollo turístico. Este plan debe hacerse en función del Plan de Desarrollo Turístico del departamento.

### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación con apoyo de las municipalidades
- **Colaboradores:** Gobernación, municipalidades, medios de comunicación y emisoras locales, Cámara Paraguaya de la Ruta Jesuítica, EBY, universidades

### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Se trata de la elaboración del Plan de Acción de la Mesa de Turismo del Departamento de Misiones, con acciones concretas para su ejecución.
- **Desarrollo:** Asesoría de SENATUR para el acompañamiento y elaboración del Plan de Acción.
  - Convocatoria de la Mesa de Turismo de Misiones.
  - Reunión para la definición del Plan de Acción. Trabajo participativo construyendo una tabla con las acciones a desarrollar, tiempos, presupuesto y responsables.
  - Se establecen acciones a implementar sencillas y alcanzables.
  - Definir el Cronograma del Plan de Acción a un año. Cada año debe ser evaluado para monitorear el cumplimiento de las acciones.
  - Se establece el calendario de reuniones de la Mesa de Turismo. Al menos una vez al mes.

### CRONOGRAMA

	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
Desarrollo de un Plan de Acción para la Mesa de Turismo																				
Convocatoria de la Mesa de Turismo y reunión de trabajo																				
Establecimiento de acciones alcanzables y definición de cronograma																				
Definición de calendario de reuniones de la mesa de turismo																				

### INDICADORES

- Número de proyectos ejecutados por la Mesa de Turismo / período de tiempo

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades
- Cámara Paraguaya de la Ruta Jesuítica
- EBY
- Touring Automóvil Club Paraguay

ACTUACIÓN	<b>E1.3.1.1. Fomentar la formación de figuras de cooperación público – privada en el Sector Turístico del Departamento de Misiones.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articular la cadena de valor del Sector Turístico en el Departamento</li> <li>• Fomentar la cooperación entre el sector público y privado (asociaciones público – privadas APPs) y dentro de los mismos sectores.</li> <li>• Creación de unidades municipales público/privadas de apoyo a la gestión.</li> <li>• Institucionalizar dichas figuras al interior de la Mesa de Turismo</li> </ul>	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-6	

### JUSTIFICACIÓN

SENATUR, como principal entidad de Turismo en Paraguay debe fortalecer la Cadena de Valor del sector turístico en los territorios. Dinamizar el sector privado, contribuir a la cooperación y colaboración entre prestadores es esencial para articular un destino. Asimismo, 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 con apoyo de las municipalidades
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidades, Mesa de Turismo, Sector privado del Departamento, Clero, Universidades

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental
- **Descripción:** Se trata de fomentar la Cadena de valor del sector turístico del Departamento de Misiones e incentivar la formación de Asociaciones Público – Privadas (APPs).
- **Desarrollo:** Es parte de SENATUR la implementación de varias reuniones de trabajo con el sector privado, el Clero y la Academia (Universidades en el Departamento), 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.

Convocatoria por la SENATUR del Sector Público, Privado, Clero y Academia (Universidades) en el Departamento de Misiones, como parte de las acciones de la Mesa de Turismo. Explicación de la Gobernanza, formas de asociatividad e incentivar a la organización de APPs.

- Para el Sector Público se recomienda a nivel municipal la conformación de unidades municipales público/privadas de apoyo, que trabajen de la mano con la Mesa de Turismo.

### CRONOGRAMA

	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		
<b>Fomento de la formación de figuras de cooperación público – privada</b>																						
Convocatoria por parte de SENATUR al sector público y privado																						
Reunión de trabajo sector Público- Privado																						
Establecimiento de acuerdos y convenios de cooperación																						

### INDICADORES

N.A.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

6.3.2.2. E2. Mejora de la Competitividad

ACTUACIÓN	<b>E2.1.1.1. Elaboración e implementación de un Programa de formación especializado para Sector Privado y público.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar en turismo a los actores del sistema -públicos y privados- con el fin de afianzar el conocimiento del sector.</li> <li>• Contar con un sector turístico idóneo para la toma de decisiones y desempeño de su empresa en el contexto territorial.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-12	

**JUSTIFICACIÓN**

Dando respuesta a la problemática manifiesta durante el desarrollo de talleres participativos, referida a la necesidad de orientar los criterios, beneficiarios y contenidos de las diversas capacitaciones que se reciben, puesto que muchas veces se pierde el esfuerzo. Ayudará a fortalecer capacidades y comprender la gestión y la empresa en el contexto territorial de destino, para un desarrollo turístico armónico en el cual cada actor se empodere de su rol individual y colectivo.

Requiere un alto nivel de innovación y empoderamiento sobre la responsabilidad con el territorio, que cree comunidad y capacidades de gestión e idoneidad para la toma de decisiones.

**COLABORADORES/ AGENTES**

- **Responsable de ejecución:** SENATUR, Gobernación y Universidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidades
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidades, Mesa de Turismo, Sector Privado del Departamento, Universidades

**DESCRIPCION Y DESARROLLO**

- **Destinos:** Ámbito departamental
- **Descripción:** Profesionalización del sector turístico público/privado del Departamento, a través de un Programa de formación para la gestión territorial del turismo y el rol empresarial.
- **Desarrollo:** Programa de formación con perfiles y contenidos para actores públicos y privados con responsabilidades de la toma de decisiones, propietarios/administradores de empresas y negocios consolidados en el Departamento.
  - a) Contenidos del programa de formación para la gestión territorial del turismo (legislación turística, cultural y ambiental en relación con el turismo, gobernanza, contenido del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Paraguay, tendenciase innovación en turismo)
  - b) Selección de actores beneficiarios (definición de perfiles e identificación)
  - c) Definición de docentes
  - d) Convocatorias (entre los asistentes deben estar los miembros de la mesa)
  - e) Desarrollo del curso

**CRONOGRAMA**

	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
Programa de formación especializado para Sector Privado y público																				
Contenidos del programa de formación																				
Selección de actores beneficiarios																				
Definición de docentes																				
Convocatorias y desarrollo del curso																				

**INDICADORES**

- Horas formación impartidas/ periodo
- Número de personas/ gremios capacitados

**FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN**

- SENATUR
- Gobernación

ACTUACIÓN	<b>E.2.2.1.1. Crear programas de emprendimiento y fortalecimiento empresarial en Sector Turístico.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reforzar la Cadena de Valor de manera consecuente con una evaluación de las necesidades, en especial en el ámbito rural.</li> <li>Reforzar las capacidades del sector privado, resultado de un análisis de necesidades.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 25,0000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-12	

#### JUSTIFICACION

Una de las debilidades es la carencia de cierto tipo de prestadores de servicios en municipalidades y áreas rurales donde se requieren, y el mejoramiento de la calidad de emprendimientos emergentes o incluso que llevan cierto tiempo de funcionamiento. Es necesario brindar y proporcionar las herramientas y habilidades requeridas para implementar los PDTs en el territorio, y así poder 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. Debe estar enfocado en proyectos o empresas que tengan un potencial de crecimiento rápido, rentable y sostenido, con un alto nivel de innovación, que a futuro logren impulsar el crecimiento económico del Departamento,

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR y Universidades
- **Responsable de financiación:** SENATUR, Gobernación y municipalidades
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidades, Mesa de Turismo, Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas. EBY, Sector Privado, Universidades

#### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Se trata de la activación del sector empresarial turístico en el Departamento de Misiones 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 o asociados a la cadena de valor del turismo. Esta va dirigida al sector privado y comunitario con emprendimientos del Departamento de Misiones, para fortalecer sus habilidades y conocimientos en el sector turístico y brindar apoyo a la consecución de créditos blandos y capital semilla. La idea es desarrollar un programa de varios meses con apoyo en capacitación, herramientas técnicas.
- **Desarrollo:** Establecer un convenio de cooperación con una universidad que imparta temáticas relacionadas con los temas propuestos que cubren las necesidades de formación. El objetivo es diseñar el programa de formación y emprendimiento.
  - a) Contendidos del programa de formación:
    - Sensibilización y cultura turística (conocimiento y valoración del territorio y su patrimonio cultural y natural).
    - Principios de guianza e interpretación del patrimonio.
    - Finanzas básicas
    - Entendiendo el Producto Turístico
    - Principios básicos de internet, Windows, dominios, web, portales, redes sociales.
    - Conceptos básicos de marketing y comercialización turística on line (digital) y of line (elaboración de material informativo y comercial).
    - Idioma inglés esencial

- Servicios de acogida al turista
  - Calidad turística
- b) Programa de Emprendimiento. Éste se estructura de la siguiente manera:
- Convocatoria y selección de beneficiarios
  - Asesoría grupal y personalizada para la creación de empresa o idea de negocio.
  - Organización y desarrollo de una rueda financiera para la posibilidad de obtención de créditos blandos o capital semilla según sea el caso.

### CRONOGRAMA

	Año		1		2		3		4		5	
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
<b>Programa de emprendimiento empresarial en sector turístico</b>												
Diseño del programa de emprendimiento												
Selección de emprendimientos												
Asesoría y asistencia técnica especializada												
Selección para capital semilla												

### INDICADORES

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

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación Internacional
- Entidades de financiación: Crédito Agrícola de Habilitación, Fundación Paraguaya.

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E.2.3.2.2. Implementación de Estrategias de Calidad en el Sector turístico</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar al Departamento de Misiones como un destino turístico de calidad.</li> <li>• Implementar procesos de calidad en el empresariado turístico.</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 38.000	
<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/ SENATUR
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidades, Sector Privado

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

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

#### CRONOGRAMA

	Año 1		Año 2				Año 3				Año 4				Año 5			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T		
Implementación de estrategias de calidad en el sector turístico					■	■	■	■										
Solicitud de asistencia a PROCALTUR/ SENATUR					■	■	■	■										
Sensibilización y proceso de adhesión						■	■	■										
Definición de un mecanismo de ayudas/subvenciones							■	■										
Aplicación de un programa de formación de Calidad con asistencia técnica colectiva								■	■									
Fomento de acceso al sistema de reconocimiento									■	■								

#### INDICADORES

- **Ratio:** número de empresas del sector turístico adheridas al SNCT y las distinguidas o certificadas en relación con el total de empresas registradas.
- **Número de trabajadores del sector turístico formados en calidad:** variación interanual.

#### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

6.3.2.3. E3. Desarrollo de Portafolio de Productos Innovadores

ACTUACIÓN	<b>E3.1.1.1. Adecuación de atractivos patrimoniales históricos y religiosos 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 del patrimonio religioso.</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 cultural.</li> <li>• Mejorar la sustentabilidad y sostenibilidad.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 180,000 no incluye obra civil ni equipamientos	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

**JUSTIFICACIÓN**

La promoción turística del Departamento de Misiones requiere, para su articulación como producto y destino turístico, la puesta en valor y uso turístico del patrimonio cultural histórico y religioso, su difusión y accesibilidad al visitante. Este tipo de recursos requiere contar con planes de manejo y protección, así como como esquemas financieros que garanticen su adecuado mantenimiento y sostenimiento, que no están bien definidos.

Es así como algunos pueblos del legado jesuíta son pintorescos, limpios, tranquilos y así muchos no conserven completos antiguos conjuntos religiosos y hayan sufrido intervenciones y modificaciones a lo largo de los años, aún conservan los trazados urbanísticos propios de las antiguas reducciones. Sin embargo, estos lugares carecen de producto turístico que retenga al visitante con actividades a realizar, aumentando a su vez el gasto turístico.

Existen museos de raigambre histórica, con historias importantes para la memoria del Paraguay, la mayoría privados o del clero y, por falta de recursos, sus montajes están lejos de la innovación museística que podría darles un alto valor para el turismo internacional y nacional.

Gente muy mayor es la que atiende muchos de estos lugares, lo cual es un valor para la transmisión de conocimiento, que no parece aprovecharse para vincular población joven. Se observa, salvo en algunos casos, ausencia de jóvenes, lo cual se relaciona con la problemática emanada de los talleres de falta de oportunidades para este colectivo.

En el caso de Misiones se detectó que además existe un problema y la necesidad de proveer soluciones a la irregularidad de horarios de estos lugares como precondition para que se puedan diseñar y desarrollar unos productos turísticos.

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

**COLABORADORES/ AGENTES**

- **Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura) / SENATUR /Clero
- **Responsable de financiación:** SNC/ SENATUR /Clero
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidades
  - c) Congregaciones y órdenes religiosas de museos y conventos
  - d) Propietarios de Museos
  - e) Mesa de Turismo

**DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO**

- **Destinos:** Ámbito departamental con apoyo de las municipalidades.
- **Descripción:** Adecuación de la oferta y normalización de los horarios.
- **Desarrollo.** Se plantean las siguientes sub-acciones:

- a) Creación y desarrollo de buenos contenidos y material para sitios web y un plan de medios que incluya acciones de difusión y apropiación del patrimonio entre los locales (emisoras comunitarias) y promoción turística a nivel nacional e internacional.
- b) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales y religiosos.
- c) Fortalecimiento del personal de los museos y de guías turísticos a través de formación especializada en Interpretación del Patrimonio cultural; formación para los guías y desarrollo de contenidos interpretativos, en museología y museografía.
- d) Mejorar los servicios ofrecidos por los museos históricos y religiosos:
  - o Museo Semblanza de Héroes (San Ignacio Guazú). Cobrar una entrada para el nacional y para el internacional, el local está exento. Modernizar el guión y el montaje. Normalizar los horarios y días de apertura. Definir y comunicar una agenda de exposiciones y actividades por mes y por anualidad, que coincida con fechas importantes históricas, fiestas y eventos. Diseño de la página Web del Museo. Creación de una Tienda de Souvenirs y libros históricos que contribuya con el recaudo de fondos y la difusión del patrimonio histórico.
  - o Museo Diocesano de Arte Jesuítico Cuaraní (San Ignacio Guazú). Cobrar una entrada para el nacional y para el internacional, el local está exento. El guión y el montaje son adecuados, sin embargo, es posible modernizarlo mediante la implementación de herramientas TIC que permitan actividades interactivas. Normalizar los horarios y días de apertura. Definir y comunicar una agenda de exposiciones y actividades por mes y por anualidad, que coincida con fechas importantes históricas, fiestas y eventos. Diseño de la página Web del Museo.

El museo cuenta con talleres de formación en oficios para jóvenes y venta de objetos religiosos artesanales. Sin embargo, se propone el establecimiento de un convenio de cooperación con la AECI (Agencia Española de Cooperación Internacional) y/o con Gobierno de Colombia para la implementación del modelo “Escuelas Taller”, que además prestaría un servicio a todo el Departamento de Misiones en materia de restauración, recuperación de oficios y proyección comercial de éstos a manera de emprendimientos productivos para la población. Además, apoyan la formación del relevo generacional.
  - o Casa Mangoré (San Juan Bautista). Este es uno de los principales museos de San Juan Bautista, Capital del Departamento, pero el Museo es una iniciativa privada, filantrópica y el estado de conservación de la casa patrimonial es crítico. Se debe buscar una figura jurídica que permita a la Nación, al departamento y a la municipalidad, obtener e invertir fondos para mejorar el aspecto de la casa y del montaje museográfico. Se propone una gestión de Cooperación Internacional.

Se propone cobrar una entrada para el nacional y para el internacional, el local está exento; modernizar el guión y el montaje; normalizar los horarios y días de apertura; definir y comunicar una agenda de exposiciones y actividades por mes y por anualidad, que coincida con fechas importantes históricas, fiestas y eventos que incluya tertulias musicales en honor al músico emblemático; diseño de la página Web del Museo; mejoramiento y promoción del espacio de biblioteca de consulta y dinamización con agenda de actividades que armonice con los servicios de Posada Turística; creación de una Tienda de Souvenirs y libros históricos que contribuya con el recaudo de fondos.
  - o Museo Diocesano de Arte Jesuítico (Santa María de Fe). Siendo Santa María de Fe, la capital de la calma y la espiritualidad de las misiones jesuíticas y siendo el museo un exponente de ese reconocimiento, amerita la concepción de una agenda mensual y anual de actividades académicas con uso de herramientas TIC que mejoren la experiencia del visitante, que se integren a portafolios de la Ruta Jesuítica, habida cuenta de la magnífica colección de imaginería religiosa y la estructura de la antigua casona jesuítica que posee.

- Museo Tesoros Jesuíticos (Santiago Apóstol). Regularizar horarios.
- Museo-Iglesia de Nuestra Señora de Loreto (Santa Rosa de Lima). Esta municipalidad cuenta con un plan de desarrollo turístico propio cuyas acciones deben armonizarse con las del departamento.
- e) Regularizar los horarios de Iglesias históricas que forman parte de las visitas dentro de la Ruta Jesuítica.
- f) Establecer fondos para la atención permanente al estado de preservación y conservación de estos patrimonios y declaratorias de patrimonios nacionales pertinentes por parte de la SNC.
- g) Crear un Pase Cultural, que combine el Circuito Histórico- Cultural con las entradas a los museos, tanto en circuitos locales como de la ruta multidestino.

### CRONOGRAMA

	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		
Adecuación de atractivos patrimoniales históricos y religiosos																						
Contenidos y material para sitios web y plan de medios																						
Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos																						
Plan de adecuación definido para cada atractivo identificado																						
Adecuación de los atractivos																						
Formación de guías y desarrollo de contenidos interpretativos de los atractivos																						

### INDICADORES

- Grado de satisfacción manifestado por los turistas mediante consulta
- Número de turistas que visitan cada museo
- Número de turistas que hacen el Circuito Cultural / municipio

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Municipalidad
- Gobernación
- SNC
- Fundación Paraguaya
- Cooperación Internacional
- BID (Proyecto Ruta Jesuítica)

ACTUACION	<b>E3.1.2.1. Fortalecimiento de estrategias de difusión y uso turístico sostenible del patrimonio cultural inmaterial.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el sentido de apropiación de la comunidad local sobre sus valores patrimoniales, en tanto son el pilar del turismo.</li> <li>• Complementar los productos turísticos añadiendo valor.</li> <li>• Implementar un programa de Gestión Cultural para la formación de gestores individuales y de asociaciones promotoras de la cultura.</li> <li>• Mejorar el sentido de identidad y producción con calidad del patrimonio gastronómico y artesanal.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 20,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-36	

#### JUSTIFICACION

Según definición de la UNESCO, entendemos por Patrimonio Cultural Inmaterial las tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos, técnicas vinculados a la artesanía y gastronomía tradicionales. Como uno de los pilares de la promoción turística del Departamento de Misiones, el patrimonio cultural inmaterial principalmente aquel asociado a festividades religiosas, para el cual se establece una estrategia independiente. Algunas fiestas de origen religioso son hoy fiestas que comportan tradiciones de la cotidianidad ancestral. Tal es el caso de las fiestas de la Tradición Misionera que comportan tradiciones gastronómicas y congregan tradiciones artesanales, requiere, para su articulación como producto turístico, su puesta en valor, difusión y accesibilidad para el visitante.

Igualmente es clave y prioritario generar estrategias y acciones que estimulen el relevo generacional para la continuidad de estas tradiciones y el aprovechamiento de las mismas para desarrollar acciones que se deben articular con las acciones de calidad que se proponen en este plan, para el mejoramiento de la calidad de los restaurantes y prácticas gastronómicas que abundan en torno a estas fiestas populares.

Se debe considerar la poca difusión de la artesanía de talla en piedra, que puede alcanzar un alto reconocimiento artístico y mejorar la calidad de las artesanías de tejidos de algodón y centros de ventas artesanales.

Por último, dar mayor relevancia a la escuela –taller del Museo Diocesano de Arte Jesuítico Cuaraní del Museo del Municipio de San Ignacio, como un elemento interesante de tradición artesanal y de oficios del legado jesuita, incluyéndola formalmente en portafolios de circuitos y productos turísticos.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura) / SENATUR /Gobernación/ Sector privado y comunitario
- **Responsable de financiación:** SNC/ SENATUR
- **Colaboradores:**
  - a) Gobernación
  - b) Municipalidades
  - c) Asociaciones y gestores de festividades y eventos
  - d) Mesa de Turismo

## DESCRIPCION Y DESARROLLO

**Destinos:** Ámbito departamental con apoyo de las municipalidades.

**Descripción.** Reforzamiento recíproco: el Departamento de Misiones aprovecha la Ruta multinacional y la Ruta Multinacional vería enriquecido su producto turístico añadiendo valores propios del patrimonio cultural inmaterial.

**Desarrollo,** sub-acciones:

- Creación y desarrollo de buenos contenidos y material para sitios web y un plan de medios que incluya acciones de difusión y apropiación del patrimonio entre los locales (emisoras comunitarias) y promoción turística a nivel nacional e internacional.
- Creación y puesta en marcha de un programa de Gestión Cultural para la formación de gestores individuales y de asociaciones promotoras de la cultura.
- Inclusión de la escuela-taller de oficios artesanales de remembranza jesuítica del Museo del Municipio de San Ignacio.
- Capacitación de personal vinculado con la manufactura de artesanías y a la preparación de culinarias tradicionales.

## CRONOGRAMA

	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
<b>Estrategias de difusión y uso turístico sostenible del patrimonio cultural</b>																				
Creación y desarrollo de buenos contenidos y material para sitios web y plan de medios																				
Creación y puesta en marcha de un programa de Gestión Cultural																				
Inclusión de la escuela-taller de oficios artesanales																				
Capacitación de personal																				

## INDICADORES

- Número de apariciones y activaciones del patrimonio cultural inmaterial en medios de comunicaciones y redes
- Número de asistentes al programa de formación en gestión cultural
- Número de personas capacitadas en gastronomía y artesanía.

## FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades
- Fundación Paraguaya
- Cooperación Internacional
- BID (Proyecto Ruta Jesuítica)

ACTUACIÓN	<b>E3.1.3.1 Adecuación de atractivos naturales - fluviales a la demanda nacional e internacional.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articular la gestión de atractivos con los productos y acciones de la EBY como plataforma de desarrollo y expansión territorial.</li> <li>• Mejorar la visibilidad y reconocimiento de los atractivos.</li> <li>• Mejorar la experiencia de la visita.</li> <li>• Mejorar la sustentabilidad.</li> <li>• Diversificar e innovar con productos sostenibles e innovadores en torno a la riqueza de recursos naturales.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 95,000 no incluye ejecución	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-60	

### JUSTIFICACIÓN

La necesaria puesta en valor y uso turístico de los recursos, incluyendo el patrimonio natural y fluvial del Departamento de Misiones, requiere, para su articulación como producto turístico, su puesta en valor, difusión y accesibilidad para el visitante. Adicionalmente del acatamiento y fortalecimiento de normatividad que apoye la sostenibilidad ambiental de dichos recursos como precondition para un buen desarrollo turístico, con excepción del complejo de la EBY que puede ser un enclave de formación en buenas prácticas y sin embargo se percibe como un sistema cerrado.

El patrimonio natural de Misiones se encuentra mayoritariamente asociado a las reservas naturales que forman parte del complejo industrial, hídrico y natural de la EBY (Yacyretá). Otros recursos naturales se vinculan con la ribera del río Paraná (principalmente), tales como playas e islas fluviales (Coratei, Ayolas, Isla Paraíso, Tebycuary-Touring Automovil Club Paraguayo, entre otras públicas y de explotación privada), así como otros ríos como el Tebycuary, que propician el desarrollo del turismo de pesca deportiva y circuitos con posibilidades de uso de hidroaviones. Pese a su potencial, el desarrollo turístico es irregular, entre la formalidad, la informalidad y la falta de acatamiento de normatividad ambiental. También posee acuíferos (una porción del gran acuífero Guaraní), de los que se derivan reservas naturales excepcionales poco conocidas, de difícil acceso y, algunos lagos como la Laguna san Isidro en Santiago Apóstol.

Estos recursos serían el perfecto complemento para un buen desarrollo de turismo de naturaleza y deportivo, que añade valor al turismo cultural histórico y religioso.

### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Paraguay (MADES) / SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/MADES/ SENATUR
- **Colaboradores:** EBY (Yacyretá), Gobernación, Municipalidades, Mesa de Turismo

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental con apoyo de las municipalidades
- **Descripción:** Para poner en valor su patrimonio natural – fluvial (que con excepción del complejo EBY no se encuentran puestos en valor) y dinamizar el turismo de naturaleza, fluvial y deportivo, pudiendo articular circuitos naturales y fluviales, Misiones deberá invertir en muelles y embarcaderos e infraestructuras públicas (incluyendo infraestructuras para acuatizajes), en equipamientos de servicios y seguridad para playas y apoyar a los privados a diseñar circuitos y actividades fluviales, creando las condiciones necesarias para su uso y disfrute turístico, mejorando la experiencia del visitante.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación de esta acción, se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
  - a) Desde la Gobernación de Misiones y las receptivas municipalidades, junto con algunas instituciones como MADES y SENATUR, además del sector privado (EBY – Yacyretá), 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 y fluviales integrados a un concepto territorial.
  - Acuerdo gubernamental y privado (Entidades, negocios y asociaciones formales) con asociaciones y grupos informales de pescadores para establecer acciones de formalización, acatamiento de normas y formación como factor humano de apoyo y complementario al desarrollo turístico.
  - Acuerdo gubernamental con entes públicos de control para el cumplimiento de normas.
  - Acuerdo de Colaboración público - privado para el acatamiento de normatividad.
  - Acuerdo de colaboración con la EBY (Yacyretá) para la transmisión de conocimiento y creación de una red de conocimiento de buenas prácticas de turismo sostenible.
- b) Creación de un programa de formación para los guías en contenidos de comunicación e interpretación del patrimonio natural.
- c) Proponer y concertar con la EBY, la reconversión del Museo en un gran centro de interpretación del patrimonio natural e historia de la tierra relativa al territorio biodiverso y ecosistemas del Departamento de Misiones (visto como territorio geográfico), a la vez manteniendo los espacios de comunicación de las reservas naturales a cargo de la entidad binacional y su vinculación con la hidroeléctrica.
- d) Diseño de un Circuito Fluvial con atractivos naturales en condiciones ideales de conservación. Diseño de un circuito fluvial, para realizar en embarcaciones, que contenga varias paradas para observar la biodiversidad y paisajes.
- e) Búsqueda de financiación para la mejora de los accesos atractivos turísticos naturales (reservas y acuíferos), y fluviales (muelles, embarcaderos, malecones).
- f) Gestión ambiental. Mejora del tramo fluvial objeto de ser visitado; gestión y ordenación de los usos del suelo, limpieza y puesta en valor de los atractivos naturales.
- g) Aprovechamiento del ámbito económico que se mueve en torno a la pesca, el cual es de carácter internacional principalmente con Brasil, para potenciar el turismo de pesca deportiva.

## CRONOGRAMA



## INDICADORES

- Número de turistas nacionales e internacionales motivados por turismo de naturaleza y fluvial
- Número de proyectos de mejoramiento de infraestructura implementados
- Número de asistentes a programas de formación en interpretación del patrimonio natural

## FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades
- EBY
- Cooperación Internacional
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	<b>E3.2.1.1 Diseño de Circuitos del Patrimonio cultural en los municipios de legado jesuítico-guaraní.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner en valor el patrimonio histórico –cultural y religioso de los municipios de San Juan Bautista, San Ignacio Guazú, Santa María de Fe, Santiago Apóstol y Santa Rosa.</li> <li>• Incorporar los circuitos al proyecto multinacional de la Ruta Jesuítica (BID)</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 90,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 3-18	

#### JUSTIFICACIÓN

El diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino. Establecer productos turísticos que dialoguen con la Ruta Jesuítica, la fortalezcan y a la vez posicionen a los municipios de manera integral dentro de la misma, es una tarea urgente. Los pueblos jesuíticos de Misiones tienen singularidades que ofrecer dentro del contexto de la ruta multinacional pero la carencia de producto y circuitos dificultan su posicionamiento. Se debe dotar al municipio de productos turísticos auténticos, con actividades enriquecedoras, donde la parte histórica, cultural y religiosa cobren vida para ofrecer una experiencia inolvidable, como parte del imaginario que se puede aprovechar, de ser pueblos vivos y tranquilos.

El Departamento de Misiones recibe su nombre por haber sido territorio de enclaves de reducciones jesuitas durante la colonia. Conserva como legado una serie de pueblos fundacionales que, pese a las transformaciones arquitectónicas sufridas a lo largo del tiempo, mantienen sus estructuras urbanísticas y un rico legado de patrimonio material, testimonio del barroco jesuítico-guaraní, así como todo un legado representado en el patrimonio cultural inmaterial. Por su naturaleza, se integra a contextos más amplios del imaginario jesuítico, que trasciende fronteras. Es por este potencial que se requiere del desarrollo de un Circuito Patrimonial con visión de conjunto.

#### COLABORADORES/ AGENTES

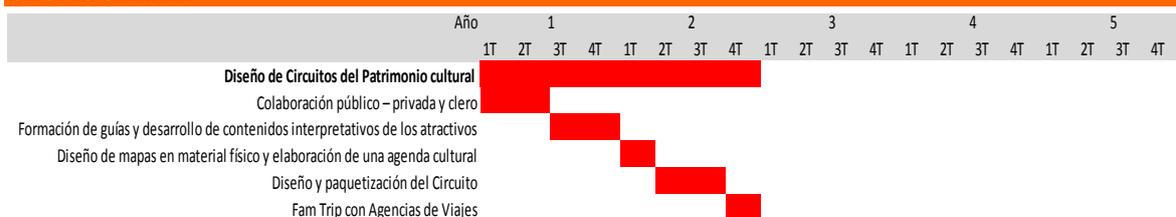
- **Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura) / SENATUR
- **Responsable de financiación:** SNC/ SENATUR
- **Colaboradores:** Gobernación, municipalidades, Cámara paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas, Clero, museos, Mesa de Turismo

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental y municipalidades
- **Descripción:** Diseño y promoción de un circuito turístico patrimonial para cada municipio de los mencionados.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación mediante las siguientes sub-acciones:
  - a) Colaboración público – privada y clero para la mejora y puesta en valor de los atractivos patrimoniales.
  - b) Fortalecimiento de los museos ya mencionados en la ficha E3.1.1.1. “Adecuación de atractivos patrimoniales históricos y religiosos a la demanda nacional e internacional” (articular acciones).
  - c) Diseño del guion del circuito incluyendo espacios físicos para lo estacional, calendario de eventos, fiestas y ferias.
  - d) Formación de guías de turismo para los circuitos (formación integral)
  - e) Diseño de mapas en material físico y virtuales para uso digital y apps de cada circuito.
  - f) Elaboración y puesta en servicio al interior de iglesias y museos de herramientas TIC que proporcionen experiencias virtuales históricas de la usanza de la época como complemento a visitas guiadas.

- g) Elaboración de una agenda cultural mensual de visitas gratuitas para la población local.
- h) Elaboración de una agenda cultural departamental que incluya representaciones teatralizadas y activaciones de modalidad *flashmob* en espacios público e interiores.
- i) Diseño de una agenda cultural de eventos académicos en torno al patrimonio, al menos 1 evento académico institucionalizado por año.
- j) Diseño del Circuito a través de Visitas Teatralizadas. Diseño del guión interpretativo.
- k) Diseño y paquetización del Circuito.
- l) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción y Encarnación.

### CRONOGRAMA



### INDICADORES

- Número de turistas que realizan el circuito turístico patrimonial en cada municipio.
- Número de asistentes a eventos de agenda (cada evento).

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación (proyecto BID)
- Gobernación
- Municipalidades
- SNC
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	<b>E3.2.2.1. Diseño de temporadas e itinerarios de turismo fluvial y pesca deportiva.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimizar la potencialidad turística de las áreas protegidas, caudales y riqueza íctica en el departamento de Misiones.</li> <li>• Generar corresponsabilidad con actores del territorio con relación a los usos de los cuerpos de agua en el departamento.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 18,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

#### JUSTIFICACIÓN

Diversificar el portafolio de productos es el objetivo de esta propuesta que debe articularse con el contenido de la ficha E3.1.3.1 “Adecuación de atractivos naturales - fluviales”, aprovechando la vecindad con Argentina y Brasil para captar y consolidar esos mercados con ofertas novedosas y estructuradas que aprovechen en gran potencial que tiene Misiones en áreas protegidas, caudales de río y riqueza íctica. Estas actividades se combinan con circuitos fluviales por playas e islas y conectadas con la EBY (Yacyretá).

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/MADES
- **Responsable de financiación:** SENATUR/Gobernación
- **Colaboradores:** Municipalidades, EBY (Yacyretá), Mesa de Turismo, sector privado (entidades como Touring Automóvil Club Paraguayo y empresarios), Cooperación Internacional

#### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental y municipalidades.
- **Descripción:** Investigación y estudio para el diseño de un portafolio de productos asociados a temas de clima, estacionalidad y legales en torno a los recursos naturales fluviales.
- **Desarrollo,** mediante las siguientes sub-acciones:
  - a. Acuerdo entre SENATUR, la Gobernación, el MADES, EBY y universidades para recopilación de información sobre biodiversidad, geografía, clima y marco legal.
  - b. Documentar para las temporadas de lluvias y de vedas de especies ícticas, datos climáticos, de biodiversidad y de legislación.
  - c. Capacitar a los actores locales involucrados con las actividades náuticas y pesca.
  - d. Inventariar actores informales para insertarlos en la cadena de valor del turismo (barqueros, pescadores, empresas de hidroaviones).
  - e. Fortalecer la Asociación Misionera de Canoas y Kayaks para la práctica de actividades náuticas deportivas en el departamento y crear un sistema de fomento para el turismo doméstico e internacional, para que visiten el departamento y practiquen actividades deportivas.
  - f. Implementar una reglamentación para la pesca deportiva que coontenga, por lo menos:
    - i. Acuerdo que garantice el desarrollo sostenible de la actividad, así como de los recursos pesqueros, lo que implicará la regulación tanto de los artes, como de los métodos de pesca, así como las zonas en donde será permitida la actividad, las temporadas, etc. Adicionalmente, se deben establecer criterios mínimos de alojamiento, alimentación y otros servicios como acompañamiento local, con el fin de garantizar la plena satisfacción de la actividad, así como el equilibrio ecosistémico.
    - ii. Acuerdo que defina que la actividad de la pesca deportiva no puede generar lucro por medio de la venta de los especímenes capturados, lo que daría pie a una actividad de pesca comercial, distinta al deporte que se busca promover en Yacyretá.
    - iii. No se permitirá la extracción de más de 15 kilos diarios de recursos pesqueros por cada pescador.

- iv. La pesca deportiva solamente se puede ejercer bajo la modalidad de “Línea de Mano”, es decir, una línea de nylon armada en su extremo con un anzuelo y accesorios, o bien, con “caña”, que consta de una vara armada con una línea de nylon con carnada natural o artificial al extremo.
- v. Para la práctica de la pesca deportiva como actividad turística, debe haber un registro de cada pescador, en donde un club debidamente establecido acorde con las leyes paraguayas, le de su correspondiente aval para la práctica deportiva en las zonas definidas para tal fin.
- vi. Ante situaciones de crisis en las que se vea amenazado el equilibrio ecosistémico, la pesca deportiva podrá quedar prohibida de manera transitoria, hasta el momento en el cual se normalice la situación.
- g. Creación de una red de paradores, restaurantes, alojamientos y prestadores de servicios que se dedican a comercializar la pesca deportiva como actividad turística.
- h. Elaborar un portafolio completo de actividades fluviales y pesca deportiva, que incluya pautas de sostenibilidad y ética.
- i. Elaborar material impreso (incluye material fotográfico de buena calidad) y digital con contenidos para web y redes sociales.
- j. Paquetizar el portafolio de actividades náuticas y de pesca deportiva para el turismo.
- k. Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción, Brasil y Argentina.
- l. Press Trip con generadores de opinión en medios especializados en este tipo de ofertas.

#### CRONOGRAMA

	Año		1		2		3		4		5	
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
Diseño de temporadas e itinerarios de turismo fluvial y pesca deportiva												
Acuerdo entre SENATUR y otras entidades para recopilación de información												
Creación de una red de prestadores de servicios												
Diseño y paquetización del portafolio												
Fam Trip con Agencias de Viajes y generadores de opinión												

#### INDICADORES

- Número de turistas que realizan actividades.
- Número de prestadores que se integran al portafolio.

#### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación y cooperación internacional.
- Entidad Nacional Yacyretá.
- Asociación Misionera de Canoas y Kayaks.
- Empresarios turísticos del departamento.
- Clubes de pesca en Misiones.

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E3.2.2.2. Articulación, integración y diseño de nuevos circuitos de áreas protegidas y acuíferos.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potenciar el turismo de naturaleza, con énfasis en reservas naturales y acuíferos.</li> </ul>	BAJA
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 40,000	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 18-36	

### JUSTIFICACIÓN

La propuesta de esta ficha de debe articularse con el seguimiento a las propuestas consignadas en la ficha E3.1.3.1 “Adecuación de atractivos naturales - fluviales a la demanda nacional e internacional”, con miras al aprovechamiento de recursos naturales poco tenidos en cuenta para el turismo y que pueden contribuir al desarrollo de productos innovadores.

### COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SENATUR/MADES
- Responsable de financiación:** SENATUR/Gobernación
- Colaboradores:** Municipalidades, EBY (Yacyretá), Mesa de Turismo, Cooperación Internacional

### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito departamental y municipalidades.
- Descripción:** Elaboración y difusión de un portafolio de posibles actividades ecoturísticas en espacios y áreas habilitadas en áreas protegidas y acuíferos que incluya pautas de sostenibilidad y ética.
- Desarrollo:** Mediante las siguientes sub-acciones:
  - Acuerdo entre SENATUR, la Gobernación, el MADES, EBY y universidades para:
    - Investigar sobre clima, estacionalidad y aspectos legales para el diseño de un portafolio de productos asociados a recursos del tipo reservas naturales y acuíferos, destinados a turistas internacionales (europeos, norteamericanos) ecoturistas y avituristas.
    - Documentar temporadas de lluvias, datos climáticos, de biodiversidad y de legislación ambiental.
    - Inventariar y caracterizar asociaciones, entidades públicas, ONG, que desarrollen productos de turismo de naturaleza.
    - Identificar e inventariar reservas naturales públicas y de la sociedad civil, incluyendo su biodiversidad y las debilidades y fortalezas que permitan perfilar su vocación turística, acceso y comercialización.
  - Diseño y paquetización del portafolio. Elaborar material impreso (incluye material fotográfico de buena calidad) y digital con contenidos para web y redes sociales.
  - Fam Trip de generadores de opinión en medios especializados en este tipo de ofertas.

### CRONOGRAMA

	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
Articulación, integración y diseño de nuevos circuitos de áreas protegidas y acuíferos																				
Acuerdo entre SENATUR y otras entidades para recopilación de información																				
Diseño y paquetización del portafolio																				
Fam Trip de generadores de opinión																				

### INDICADORES

- Número de turistas nacionales/ internacionales llegados, motivados por la oferta.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Cooperación internacional.

ACTUACIÓN	<b>E3.2.3.3. Fortalecimiento y mejora de productos y servicios turísticos asociados a las festividades, eventos religiosos y eventos culturales</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Articular los eventos religiosos como productos estacionales dentro de la Ruta Jesuítica (Proyecto multinacional del BID).</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 60,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

### JUSTIFICACIÓN

El patrimonio cultural inmaterial asociado a festividades religiosas es valor para el Departamento de Misiones pero no han sido suficientemente puesto en valor para el turismo internacional, especialmente de procedencia de los países vecinos con los cuales se trabaja la Ruta Jesuítica.

### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura) / SENATUR
- **Responsable de financiación:** SNC/ SENATUR
- **Colaboradores:** Gobernación, municipalidades, gestores culturales privados, comunidad, Mesa de Turismo, Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental con apoyo de las municipalidades
- **Descripción:** Fortalecimiento de las festividades y eventos que se celebran en Departamento de Misiones, para que sean más atractivas para el turismo, especialmente para un turismo de procedencia de los países vecinos con los cuales se trabaja la Ruta jesuítica.
- **Desarrollo:**
  - A través de la Mesa de Turismo, organización de actores clave y creación de una instancia de coordinación con los gestores culturales relevantes de cada festividad y evento.
  - Búsqueda de patrocinadores.
  - Elaboración de un portafolio de fiestas y eventos.
  - Realización fam trips de periodistas e influenciadores de opinión de mercados de países vecinos y para Latinoamérica en el caso de las festividades de Semana Santa, con el fin de movilizar en medios impresos, digitales y redes, estos eventos (al menos 1 fam por año durante 3 años. Los fam deben tener lugar durante el evento y se debe hacer seguimiento). Esta tarea es de SENATUR con apoyo de la Mesa de Turismo.

### CRONOGRAMA



### INDICADORES

- **Publicity:** número y valor de veces de aparición en medios impresos, digitales/ período.
- **Número de turistas internacionales asistentes a las fiestas y eventos.**

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidades
- SNC
- Fundación Paraguaya
- Cooperación Internacional.

6.3.2.4. 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 del patrimonio cultural y natural 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 vial, complementaria a la peatonal urbana para el Departamento de Misiones.</li> <li>• Definir los atractivos para la señalización interpretativa.</li> <li>• Señalizar los circuitos locales a comercializar</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 80,000 no incluye ejecución	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-36	

**JUSTIFICACIÓN**

La señalización turística orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindando información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos. Dado que existen diversas formas de recorrido, la señalización puede ser de dos tipos: direccional para el visitante en vehículo o a pie es aquella que informa estando en movimiento; e interpretativa con contenido acerca de los atractivos.

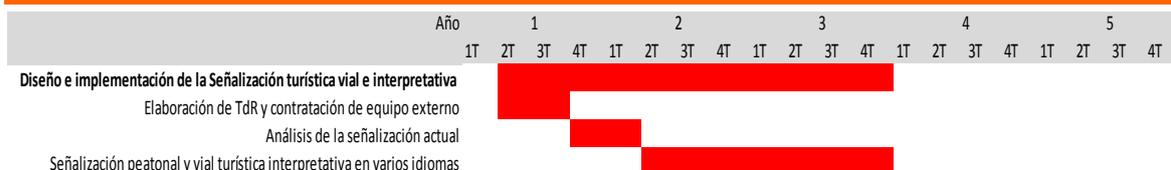
**COLABORADORES/ AGENTES**

- **Responsable de ejecución:** Gobernación/ Municipalidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** Gobernación

**DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO**

- **Destinos:** Ámbito departamental / municipal.
- **Descripción:** Misiones como destino turístico necesita señalar la localización de sus atractivos, así como la interpretación de estos.
- **Desarrollo:** Contratación de una consultoría externa para el análisis y valoración de un plan de señalización vial e interpretativo, su diseño e implementación.
  - Elaboración de TdR.
  - Contratación de un equipo externo.
  - 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 rutas susceptibles de ser señalizados.
  - Plan de señalización vial para indicar los principales atractivos turísticos.
  - Plan de señalización interpretativa en español e inglés (al menos). El fin es garantizar la interpretación para mejorar la experiencia de visita. Debe determinar las necesidades en los principales museos, atractivos e instalaciones, incluyendo el fomento del uso de audioguías tematizadas; paneles informativos o folletos.

**CRONOGRAMA**



**INDICADORES**

N.A.

**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>
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer las necesidades de planta turística en Misiones en función de necesidades detectadas y del crecimiento de demanda.</li> </ul>	<b>MEDIA</b>
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 17,000 solo estudio	
<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. El Departamento de Misiones se localiza entre Asunción y el departamento de Itapúa cuya capital es Encarnación, tercera ciudad más grande de Paraguay. Ello ha generado un nivel de desarrollo de la planta turística que se define entre alojamientos económicos y de gasto medio, con mayores concentraciones en San Juan Bautista, Ayolas y San Ignacio.

Cabría explorar otro tipo de alojamientos asociados a conventos que puedan ofrecer un valor añadido a la estancia en el destino para turistas interesados en la Ruta Jesuítica. Misiones cuenta varios paradores en ruta, algunos de ellos con alojamientos como Piringos y pueden articularse con espacios para camping con buena dotación.

### COLABORADORES/ AGENTES

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

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito departamental / municipal.
- Descripción:** Es necesario evaluar, según la demanda, las necesidades de ampliación y mejora de la planta turística del Departamento de Misiones (alojamientos, espacios para retiros espirituales, restaurantes, centro de interpretación (articular con el plan del Municipio de Santa Rosa), centros artesanales, recintos feriales) que contribuyan a aumentar, junto con otros factores, el flujo turístico.
- Desarrollo:** Para esta acción, las sub-acciones necesarias serían:
  - Análisis del estado, calidad y necesidades futuras de planta turística.
  - Reunión de SENATUR, la Mesa de Turismo y el Sector Privado junto con la Gobernación y el Clero, para definir oportunidades de inversión.
  - Desarrollo de incentivos fiscales y económicos.
  - Búsqueda de financiación e inversión privada.

### CRONOGRAMA

	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		
<b>Evaluación de las necesidades de aumento y mejora de planta turística</b>																						
Análisis del estado, calidad y necesidades futuras de planta turística																						
Reunión para definir oportunidades de inversión																						
Desarrollo de incentivos fiscales y económicos																						
Búsqueda de financiación e inversión privada																						

### INDICADORES

- Grado de ocupación/ plazas/ subsegmento/ municipio/ periodo
  - Crecimiento de la oferta número plazas/subsegmento/ municipio/ variación interanual
- Articular estos indicadores con el Municipio de Santa Rosa de Lima.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E4.3.1.1. Apertura de un Centro de Información e interpretación del patrimonio cultural de la Ruta Jesuítica en el Departamento de Misiones</b>	<b>PRIORIDAD</b> ALTA
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un centro de interpretación del patrimonio cultural jesuítico en Santa Rosa de Lima.</li> <li>• Aumentar la calidad de infraestructura cultural y turística de la Ruta de las Misiones Jesuíticas en el Departamento de Misiones.</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 80,000, sin obra civil ni equipamientos	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 13-48	

#### JUSTIFICACIÓN

La infraestructura turística hace posible que el turismo se desarrolle. Cuando los atractivos turísticos están caracterizados por ser patrimonio cultural o natural singular, la tendencia es la de dotar los destinos de centros de interpretación.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR / Gobernación/ Municipalidad de Santa Rosa de Lima
- **Responsable de financiación:** SENATUR/ Gobernación/ Municipalidad de Santa Rosa de Lima
- **Colaboradores:** Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas, Mesa de Turismo, Clero, museos, universidades

#### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental / municipal
- **Descripción:** apoyar el desarrollo de los circuitos turísticos asociados a la Ruta de las Misiones Jesuíticas, mediante inversión en infraestructura turística moderna y acorde con este tipo de recursos, si se quiere desarrollar de manera competitiva.
- **Desarrollo.** Para esta acción, las sub-acciones necesarias serían:
  - a) Establecer una instancia de coordinación del proyecto conformada por SENATUR, gobernación, municipalidad y concejo de Santa Rosa de Lima, para definir un espacio donde será la sede del centro y para definir fuentes de financiación.
  - b) Elaborar términos de referencia para la ejecutoria del proyecto (infraestructura/sede, investigación para el guion y montaje del centro de interpretación, programa de formación del recurso humano responsable de administrar y atender el centro y plan de negocios y sostenibilidad del centro).

#### CRONOGRAMA

	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
Apertura de un Centro de Información e interpretación del patrimonio cultural																				
Instancia de coordinación del proyecto																				
Elaboración de términos de referencia para la ejecutoria del proyecto																				

#### INDICADORES

- Número usuarios /período

#### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación (BID)
- Gobernación
- Municipalidad de Santa Rosa de Lima

6.3.2.5. E5. Posicionamiento y comercialización

ACTUACIÓN	<b>E5.1.1.1. Fortalecimiento de la Cultura Turística del Sector Turístico del Departamento de Misiones</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> <li>• Promoción turística del Departamento por recomendación.</li> <li>• Compromiso con la sostenibilidad del Patrimonio natural y cultural</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 18,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-24	

**JUSTIFICACIÓN**

Misiones, como destino, presenta grandes debilidades en cuanto a la apropiación, concienciación y sensibilización, tanto del sector público como privado y comunidad en general en Cultura turística. Esto se traduce en la falta de conocimiento y valoración de su patrimonio y escasa experiencia en servicios de acogida y atención al visitante y/o turista.

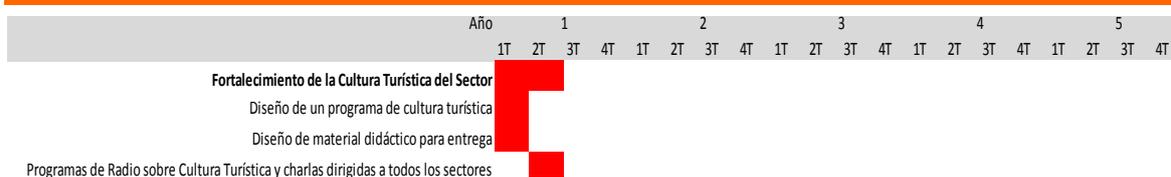
**COLABORADORES/ AGENTES**

- **Responsable de ejecución:** SENATUR / Gobernación (Municipalidades)
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** Gobernación, municipalidades, Mesa de Turismo

**DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO**

- **Destinos:** Ámbito departamental / municipal.
- **Descripción:** Es necesario contar con un programa de concienciación y sensibilización turística dirigido al sector público, privado y la población local.
- **Desarrollo:** Para esta acción se proponen varias sub-acciones:
  - a) Diseño de un programa de cultura turística para el Departamento de Misiones.
  - 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.

**CRONOGRAMA**



**INDICADORES**

- Número de asistentes a las charlas de cultura turística/ sector (público/privado/ comunitario)

**FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN**

- Gobernación
- Municipalidades
- Fundación Paraguay

ACTUACIÓN	<b>E5.1.1.2. Desarrollo de una Marca turística para Misiones, independiente y a la vez contextualizada con marcas complementarias.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar una estrategia de marketing del Departamento de Misiones asociada a una marca para el destino turístico.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 50,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

### JUSTIFICACIÓN

Según la 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.

Para el caso del Departamento de Misiones, es deseable que la marca sea compatible con otras marcas complementarias, por ejemplo, la de la Ruta de las Misiones Jesuíticas.

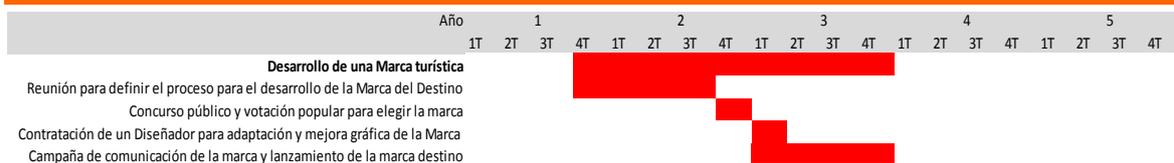
### COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SENATUR/ Gobernación
- Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- Colaboradores:** Mesa de turismo, sector privado del Departamento de Misiones, universidades, población local

### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito departamental.
- Descripción:** 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 de las universidades presentes en el Departamento de Misiones para el acompañamiento técnico en el desarrollo de la Marca del destino turístico.
  - Reunión de SENATUR, universidades y Mesa de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Marca del Destino.
  - Concurso público dirigido a la población local, sector privado, donde describir cómo debería ser la Marca Destino.
  - Votación popular para elegir la Marca y test de mercado emisor.
  - Contratación de un diseñador para adaptación y mejora gráfica de la Marca.
  - Campaña de comunicación de la marca; definir público objetivo, canales, elementos a comunicar, visuales y gráficos.

### CRONOGRAMA



### INDICADORES

- Test de recordación. Resultados.
- Reputación del destino. Valoración mediante encuesta.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E5.1.1.3. Elaboración de la Web del Destino turístico Departamento de Misiones</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		ALTA
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo una web para el destino turístico Misiones como soporte a la implementación de una estrategia de marketing online para el destino turístico Departamento de Misiones.</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 40,000	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 12-36	

### JUSTIFICACIÓN

La innovación tecnológica es clave para la evolución y desarrollo turístico. Para cualquier destino turístico es esencial tener presencia 2.0 a través de una Web de destino adaptada a todas las plataformas on-line, que consienta gestionar y mantener los perfiles en redes sociales y realizar campañas de marketing online. Tener web propia es esencial para convertir a Misiones en un destino competitivo.

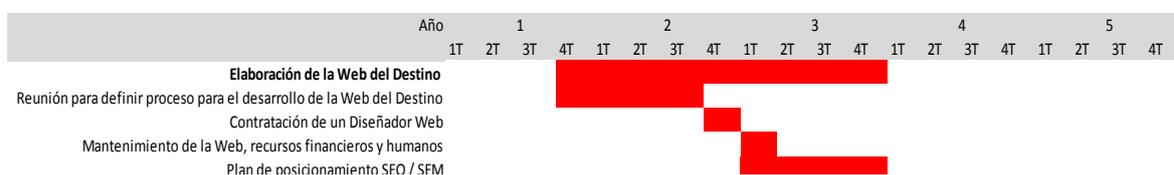
### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR / Gobernación
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidades

### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental
- **Descripción:** La creación de una web ayuda al destino a posicionarse mejor.
- **Desarrollo:** Acuerdo entre SENATUR y alguna de las universidades para el acompañamiento técnico en el desarrollo de la Web del destino turístico Misiones.
  - Reunión de SENATUR, Universidades y Mesa de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Web del Destino. Tipo de Web, contenidos, información, material audiovisual, Idiomas de la Web, optimización de buscadores, etc.
  - Contratación de un Diseñador Web.
  - Definición del Mapa Web y Funcional.
  - 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 Gobernación con apoyo financiero propio y externo.
  - Plan de posicionamiento SEO / SEM.

### CRONOGRAMA



### INDICADORES

- Número visitas a la Web / periodo.
- Número 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 Misiones.</li> <li>• Realizar registros normalizados de los turistas que visitan Misiones.</li> </ul>	
PRESUPUESTO	USD 80,000 incluido campo	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -48	

#### JUSTIFICACION

Para la toma de decisiones informadas sobre planificación, producto y demanda, Misiones 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
- **Colaboradores:** Gobernación, universidades

#### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Es esencial contar con datos estadísticos del sector turístico por ello el Departamento de Misiones necesita conocer más acerca del perfil de turista que llega a los diferentes destinos que conforman el departamento, a través de registros en los accesos a lugares turísticos y procesos de encuestación que complementen información cualificada.
- **Desarrollo:** Se podría establecer un acuerdo entre SENATUR y alguna de las universidades para la elaboración de encuestas. Así mismo sería importante definir un Registro unificado de visitantes para los distintos museos, lugares turísticos y hoteles, y realizar un análisis mensual de los turistas que los visitan.
  - Elaboración de encuestas turísticas dirigidas al Turismo Internacional y Nacional (destino visitado, motivo del viaje, tipo de alojamiento y transporte y actividad principal, clasificadas por origen).
  - Elaboración de encuestas para conocer el Gasto turístico del turista internacional y nacional (alojamiento, alimentación, transporte interno, artesanías).
  - Elaboración de encuestas por parte de los establecimientos de alojamiento a sus huéspedes (perfil del turista, satisfacción, destinos visitados)
  - Diseño de un Registro de Visitantes acompañado de programas de capacitación y entrenamiento de personal a cargo de la recolección de información.

#### CRONOGRAMA

	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
<b>Herramientas de levantamiento, tratamiento y análisis de información</b>																				
Elaboración de Encuestas Turísticas dirigidas al Turismo Internacional y Nacional																				
Elaboración de encuestas por parte de establecimientos de alojamiento a huéspedes																				
Diseño de Registro de Visitantes estandarizado para museo y parques																				

#### INDICADORES

- Resultados de la encuesta anual en temporada baja y alta

#### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E5.2.2.1. Diseño de un SITT, Sistema de Información Territorial Turístico para el Destino.</b>	<b>PRIORIDAD</b>
		MEDIA
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almacenar y gestionar la información turística del territorio a través de un Sistema de Información Turístico</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 100,000 incluye desarrollo	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 36-60	

### JUSTIFICACIÓN

El uso de las TICs en el sector del turismo se ha convertido en una herramienta fundamental que permite, entre otras cosas, una mayor y más eficiente comunicación con el turista. El denominado turista 2.0 es aquel que, de manera transversal, hace uso de las TICs en todas las fases del viaje, es decir antes, durante y después del mismo. Es por ello por lo que desde el destino se hace indispensable apostar por las nuevas tecnologías y desarrollar sistemas de información turística a través de geoplataformas.

### COLABORADORES/ AGENTES

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

### DESCRIPCION Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental con apoyo municipal.
- **Descripción:** Creación de una Geo plataforma Turística (sistema de información territorial turístico)
- **Desarrollo:** Contratación de una consultoría externa para el desarrollo de la Geoplataforma
  - Creación y puesta en marcha de mecanismo de recolección de información turística del Departamento de Misiones a cargo de la Mesa de turismo y las municipalidades.
  - Trabajo coordinado entre la gobernación, Mesa de Turismo, SENATUR y personal contratado para el desarrollo de la GeoPlataforma Turística.

### CRONOGRAMA

	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5			
	1T	2T	3T	4T																
<b>Diseño de un SITT</b>																				
Creación y puesta en marcha de mecanismo de recolección de información turística																				
Desarrollo de la Geo Plataforma Turística																				

### INDICADORES

- Número de usuarios mensuales de la GeoPlataforma turística.

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- MITIC
- Gobernación

ACTUACIÓN	<b>E5.3.1.1. Diseño de la estrategia de promoción y comercialización multicanal para el destino.</b>	PRIORIDAD
		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 Misiones debe orientarse en primer lugar al mercado nacional, en particular a Asunción y Encarnación; eeguidamente al mercado internacional, empezando por los destinos regionales, vecinos.

La implementación de la estrategia de mercadeo deberá coincidir con los tiempos en los cuales los principales operadores turísticos ajustan su programación También conviene señalar que los periodos de maduración son distintos para cada destino. Una vez implementadas las estrategias de marketing, previsiblemente no habrá resultados significativos hasta transcurrido, al menos, 6 meses desde su puesta en marcha

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Sector Privado/ SENATUR / Gobernación
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:**
  - Gobernación
  - Mesa de Turismo
  - Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas
  - EBY

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito nacional e internacional
- **Descripción:** Desarrollar una estrategia de promoción y comercialización para el destino Departamento de Misiones, basada en los circuitos turísticos desarrollados y el público objetivo.
- **Desarrollo:** Para esta acción deberían realizarse las siguientes sub-acciones:
  - MATRIZ PRODUCTO-MERCADO:** qué producto vender, a quien (segmento u ociotipo) y en qué mercado. Elaboración de argumentarías comerciales.
  - RR.PP. Y COMUNICACIÓN PROMOCIONAL:** Publicity (Gabinete de prensa y Relaciones Públicas), Press y Fam Trips, Bartering y Sponsoring, Hermanamientos. Esta plataforma de comunicaciones debe ser establecida por la Gobernación. Será la encargada de crear cuentas en redes (al menos Twitter, Instagram, Facebook), movilizar mensajes y contar con un community manager que movilice mensajes y haga seguimiento y mediciones.
  - PUBLICIDAD:** off y online, primando esta última.
  - 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.

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.





<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E6.1 2.1. Establecer criterios de sostenibilidad para el Destino</b>	<b>PRIORIDAD</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conseguir que el Departamento de Misiones se convierta en un destino turístico sostenible</li> </ul>	BAJA
<b>PRESUPUESTO</b>	N.A.	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 48-60	

#### JUSTIFICACIÓN

El Consejo Global de Turismo Sostenible, es el órgano internacional encargado de definir los criterios de turismo sostenible para aplicar en los destinos turísticos. Autoridades del sector público en Turismo y gestores de destinos internacionales recurren a los Criterios GSTC para Destinos para guiarse en el desarrollo de políticas, generar conciencia, llevar a cabo capacitaciones, y usarlos como marco de referencia para estándares sostenibles nacionales o locales. El GSTC invita a autoridades y gestores de destino a comprometerse con la adhesión a los Criterios GSTC para Destinos. Los Criterios fueron desarrollados sobre la base de conceptos centrales de turismo sostenible desarrollado en el 2005 por la OMT y posteriormente complementados por un proceso participativo, donde periódicamente un grupo de expertos revisa y aporta cambios.

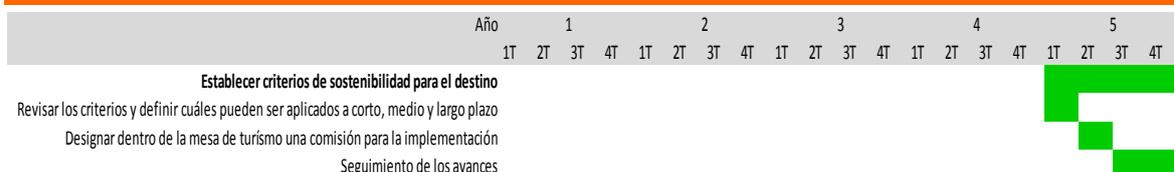
#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** GSTC, Mesa de Turismo

#### DESCRIPCION 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 Mesa de Turismo y la municipalidad, pueden definir qué criterios puede comenzar a implementar el destino, y de una forma gradual ir adaptándolos.
  - Revisar los Criterios y definir cuáles pueden ser aplicados a corto, medio y largo plazo.
  - Designar dentro de la Mesa de Turismo una comisión para la implementación
  - Seguimiento de los avances.

#### CRONOGRAMA



#### INDICADORES

- Paquete de criterios de sostenibilidad socializado y orientado con los actores para su implementación en el destino.
- Número de criterios de sostenibilidad aplicados en el destino.
- Número de actores con criterios implementados.

#### 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

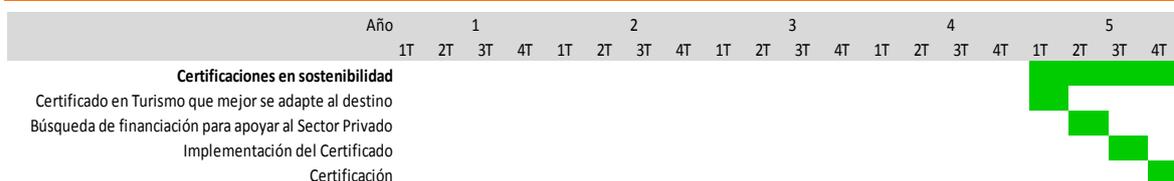
### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** Mesa de Turismo

### DESCRIPCION 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 la Mesa de Turismo:
  - a) Seleccionar el Certificado en Turismo que mejor se adapte al destino.
  - b) Búsqueda de financiación para apoyar al Sector Privado
  - c) Implementación del Certificado
  - d) Certificación
- **Seguimiento.** A través de la aplicación del proceso de certificación, contabilizando el número de empresas que han podido certificarse.

### CRONOGRAMA



### INDICADORES

- Número de empresas turísticas certificadas

### FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación Internacional
- BID
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo)
- Entidades de financiación: Crédito Agrícola de Habilitación, Fundación Paraguaya.

<b>ACTUACIÓN</b>	<b>E6.1 3.1. Formación en responsabilidad social y empresarial y código de ética 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> <li>Impartir capacitación en el Código Ético Mundial para el Turismo.</li> </ul>	
<b>PRESUPUESTO</b>	USD 15,000	
<b>PLAZO DE EJECUCIÓN</b>	Mes 48-60	

#### JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico de Misiones, 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. Se considera clave e impartir formación en los contenidos del Código Ético Mundial para el Turismo.

#### COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidades
- **Colaboradores:** universidades, Mesa del Turismo

#### DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito departamental.
- **Descripción:** Elaboración de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial y Código de Ética del Turismo para capacitar al Sector Turístico de Misiones.
- **Desarrollo:** Sería necesario la contratación de una consultoría externa que hiciese el Programa de Responsabilidad Social Empresarial para capacitar al Sector Turístico de Misiones.
  - 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

	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5			
	1T	2T	3T	4T																
<b>Formación en responsabilidad social y empresarial para el destino</b>																				
Elaboración de TdR Y contratación de equipo externo																				
Programa de Formación de Responsabilidad Social Empresarial																				
Manual de Responsabilidad Social Empresarial																				
Programa de Capacitación en Responsabilidad Social Empresarial																				

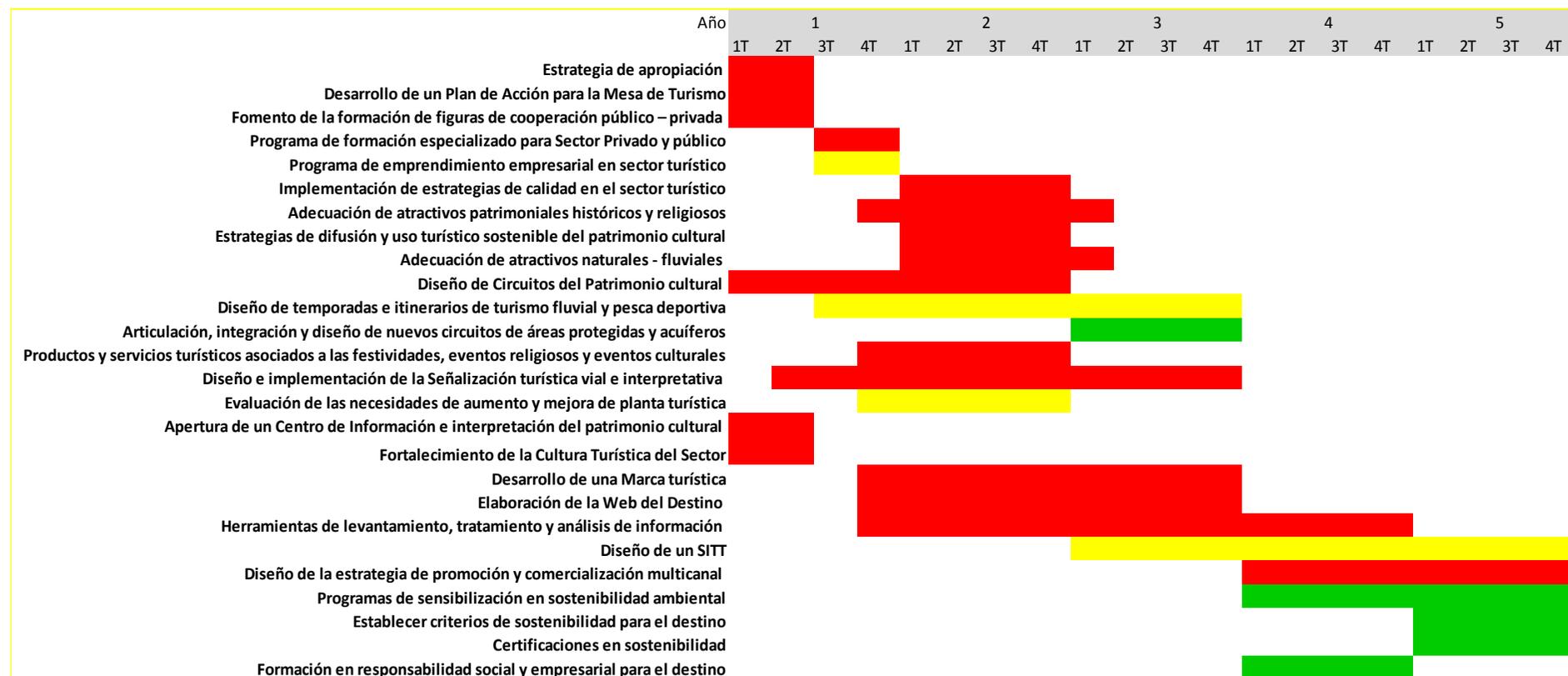
#### INDICADORES

- Número de empresas turísticas capacitadas en Responsabilidad Social Empresarial y código ético mundial de turismo.
- Número de actores (públicos/privado/comunidad) capacitados en Responsabilidad Social Empresarial y código ético mundial del turismo.

#### 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.

La medición y análisis de los parámetros considerados se deben de realizar a intervalos planificados previamente. Es necesario hacer un seguimiento y medición de las actividades que se insertan en el marco de los programas y proyectos, para garantizar que se cumplen los requisitos que se establecen en los mismos.

La medición y análisis se realiza a partir de indicadores, establecidos previamente, es este sistema de monitoreo y evaluación. A través de estos indicadores, se recoge la información y se utilizan metodologías adecuadas para su análisis.

En análisis de los datos de una forma ágil y conveniente requiere que SENATUR provea sistemas de información suficientemente estructurados y mantenidos, requiriendo en ocasiones herramientas y métodos estadísticos.

La propuesta de los indicadores se basa en que cumplan con los requerimientos generales como son validez, confiabilidad, precisión, cuantificables, oportunos en cuanto a que son una medida a intervalos relevantes y apropiados en términos de los objetivos del plan, y vinculados programáticamente a la consecución de objetivos de los programas.

Específicamente, para su desarrollo, se han tenido en cuenta su representatividad con respecto a los programas y proyectos, así como la relación con la priorización y calendarización que se propone en el Plan.

Se establecen los indicadores de seguimiento, por cada una de las estrategias establecidas y en base a los programas definidos.

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.aeropuertosedelmundo.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). Anuario Estadístico 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 fronteras 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

### Prestadores de servicios turísticos – Orden Internacional

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

### Prestadores de servicios turísticos – Orden Nacional

- Marta Weissmann, Howard Johnson.
- Augusto Scavone, Parque Aventura Monday.
- Darío Diaz, Mavani Tour.
- Normiña Isnardi, Asatur Regional.
- Cesar Pardo, Hotel Casino Acaray.
- Carlos Pavón, VIPsTour.
- David Prono, DTP Travel Group Tour.
- Osvaldo Morinigo, Giromundo.

### Prestadores de servicios turísticos – Orden Local

- Catalina Roman, Hotel EBY.
- Fernando Branchessi, guía de turismo.
- Ricardo Branchessi, guía de turismo.
- Gustavo Cáceres, Quinta Caratei.
- Blanca Ojeda, Informador Turístico.
- Gloria Paredes, Informador Turístico.
- María Teresa Ramírez de Altamirano, Hotel Altamirano.

### Instituciones locales, regionales y nacionales

- Lic. Carmen Silva, SENATUR.
- Lic. Nora Guanes, SENATUR – PRONATUR.
- Arq. Stella Barrail, SENATUR – PRONATUR.
- Lic. Naiman Miserlian, SENATUR.
- Econ. Romoaldo Duarte, SENATUR.
- Ing. Delia Martinez, SENATUR.
- Lic. Yeni Ibarra, SENATUR.
- C.P. Maria Armoa, SENATUR.
- Lorena Escobar, SENATUR Itapúa.
- Dahiana Jigena, SENATUR Itapúa.

- Darío Palma, Instituto Paraguayo de Artesanía – IPA.
- María Juana Sanabria Caballero, Gobernación de Misiones.
- Milciades Cuevas, Gobernación de Misiones.
- José Bobadilla, Gobernación de Misiones.
- Nicolás Carvalán, Gobernación de Misiones.
- Ronald Olmedo, Municipalidad de San Ignacio.
- Osvaldo Mozacotti, Municipalidad de San Ignacio.
- Cristian García, Municipalidad de San Ignacio.
- Carlos Bedoya, Municipalidad de San Ignacio.
- Ramón Marccos, Municipalidad de Ayolas.
- Fátima Portillo, Municipalidad de Santa María.
- Laura González, Municipalidad de Yabebyry.
- Lourdes Villalba, Municipalidad de San Miguel.
- Carlos María Romero, Municipalidad de San Miguel.
- Oscar Colman Gómez, Cámara de Comercio.
- Rosanna Rolanu, Cámara de Comercio.

### Asociaciones y Otros

- Margarita Ortiz, Ruta Jesuítica.
- Beatriz Arévalo, Ruta Jesuítica.
- Olga Fischer, Ruta Jesuítica.
- Eduardo Omar Centurión, Centro de Cultura y Turismo María Santa Rosa.

### Comunidad Local

- Gustavo Mazacotti.
- Eugenia Rolón.
- Marina Villalba.
- Ramón Aranda.
- Armando Arévalo.
- Nohelia González.
- María Leguizamón.
- María Elena Bravo.
- Cayetana Maidana.
- Rimina Ayala.

## 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 Jesuíticas, <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 más 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.

The screenshot shows a travel website interface. On the left is a sidebar with navigation options: 'Reise-Arten', 'Flüge', 'Mietwagen', 'Wohnmobile', 'Hotels', 'Kreuzfahrten', and an 'Anfrage' button. Below the sidebar is contact information for 'info@lateinamerika.de'. The main content area is titled 'Rundreise im Herzen Südamerikas' and features a large image of a waterfall. Text on the page includes '12 Tage/11 Nächte', 'Höhepunkte und Charakter der Reise', 'Rundreise: ab 3193 EUR', and a description of the itinerary. At the bottom, there are buttons for 'in Wunschkreis-Liste vormerken' and 'Wunschkreis-Liste anzeigen'.

## CHILE

**Nombre** Meridian

**Página web** <http://www.meridian.cl/index.php/sudamerica-c-4/paraguay>

**Descripción de la agencia** Agencia con 26 años de experiencia, se ubica entre las 20 empresas de mayor venta en el mercado chileno. Está acreditada por I.A.T.A. (International Air Transport Association), es socia de la ACHET (Asociación Chilena de Empresas de Turismo), está Certificada por Sernatur con el Sello Turístico de Calidad.

**Ofertas hacia Paraguay** Paquetes:

- “Cataratas del Iguazú” 4 días/3 noches desde USD\$ 150. Incluye la **Represa de Itaipú** regular o Parque de las Aves.
- “Asunción y cataratas” 6 días/5 noches desde USD \$405. Incluye Asunción y llegada a **Ciudad del Este** para pasar a Foz de Iguazú.

The screenshot shows the Meridian website interface. At the top, there is a navigation menu with links: INICIO, QUIENES SOMOS, NUESTRA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS, CATALOGO DE VIAJES, CONTACTOS. To the right are flags for the UK and Spain, and the Meridian logo with the tagline 'AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO'. Below the navigation is a 'Destinos' section with a list of regions: Nacional, Internacional, Sudamérica, Centroamérica, México y Caribe, Norteamérica, Europa, Medio Oriente, Asia, Africa, and Cupos Confirmados. A 'SELO DE Calidad Turística' logo is also present. The main content area features two travel packages:

- CATARATAS DE IGUAZÚ**: 04 Días / 03 Noches, Desde US\$150 (valor en \$102.000), Valor p/p en Hab. Doble. Buttons: ver detalle, cotizar.
- ASUNCIÓN Y CATARATAS**: 06 Días / 05 Noches, Desde US\$405 (valor en \$275.400), Valor p/p en Hab. Doble. Buttons: ver detalle, cotizar.

On the right side of the page, there are additional elements: 'Datos Útiles', the 'webpay.cl' logo, and a 'Código prevención explotación de menores' button.

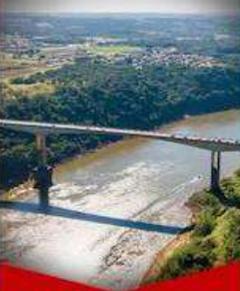
## PARAGUAY

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 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 style="text-align: center;"><b>MONUMENTO</b> <b>Moisés Bertoni</b></p> <hr/> <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> <div style="text-align: center; background-color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; font-weight: bold;">                 KATTAMARAM + MUSEO  <b>GS. 410.000</b> </div>	 <p style="text-align: center;"><b>ENCUENTRO DE LAS AGUAS</b> ENTRE RIO PARANÁ &amp; RIO YGUAZÚ</p> <hr/> <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> <div style="text-align: center; background-color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; font-weight: bold;">                 ENCUENTRO DE LAS AGUAS  <b>GS. 410.000</b> </div>	 <p style="text-align: center;"><b>PASEO POR LAS 3 FRONTERAS</b> Duración del paseo: 1 hora</p> <hr/> <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> <div style="text-align: center; background-color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; font-weight: bold;">                 PASEO 3 FRONTERAS  <b>GS. 315.000</b> </div>	 <p style="text-align: center;"><b>PUESTA DEL SOL</b></p> <hr/> <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> <div style="text-align: center; background-color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; font-weight: bold;">                 CENA + PUESTA DEL SOL  <b>GS. 410.000</b> </div>
---	---	--	---

<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 61 578 249 | +595 981 646 291 | maiteiturismo@gmail.com  
f @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

### Ayolas

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Compañía de Ayolas			CÓDIGO	MIS29		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas						
1.3.1. Área urbana / área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación	Latitud: -27.4 Longitud: -56.9667						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	12km		
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	Terrestre 4X4				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	x	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Turismo de pesca					
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano	x	Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	<p>Sitio donde originalmente debía asentarse el pueblo, cuando se fundó en 1899, sin embargo, el pueblo de Ayolas se estableció finalmente en San José. Hace parte de la Ruta Corateí. La compañía Corateí, distante a 12 kilómetros del centro de la ciudad de Ayolas, en el Departamento de Misiones, es una de las localidades misioneras más conocidas por los pescadores deportivos del país y el exterior.</p> <p>Posee hermosas playas naturales en la ribera del río Paraná, muy concurridas por los lugareños de Ayolas. En estado natural, se usa como lugar de veraneo para bañistas, pero carece de r infraestructura como sanitarios modernos y otras comodidades para los visitantes. También cuenta con alojamientos y posadas.</p>						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				2			
3.2. Reconocimiento				1			
3.3. Capacidad de carga				2			
3.4. Grado de aprovechamiento				1			
3.5. Servicios ofrecidos				1			
3.6. Señalización				1			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				1			
3.8. Interpretación				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				3			
3.10. Seguridad				2			
<b>Total</b>				<b>15</b>			
				Fuente	bm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwlij7yYt		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Coordenadas no encontradas							

Fecha

marzo 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Dunas Vegetadas			CÓDIGO	MIS21		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas						
1.3.1. Área urbana / área rural	Rural						
1.4. Coordenadas georreferenciación	ISLA YACYRETÁ 27°25'40.6"S 56°45'08.5"W						
1.5. Dirección/ubicación			1.6. Distancia en Km	315 km desde Asunción			
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo	(595) 0213253701			1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web	<a href="http://www.eby.gov.py">www.eby.gov.py</a>		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?	Hasta la central, de allí solo en buses y vehículos de la hidroeléctrica.	
	Terrestre	x	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?	Áreas de Reserva - Parques Nacionales		Internacional ¿Cuál?	No		
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 integran a la Reserva Natural Yacyretá de la Hidroeléctrica binacional Yacyretá (Paraguay y Argentina). Son formaciones arenosas que se consolidaron en forma natural por los vientos tras la construcción de la hidroeléctrica y las inundaciones de suelos. Las dunas vegetadas pertenecen a formaciones características de la zona ribereña del Paraná, es por ello por lo que uno a lo largo del cauce hídrico se puede encontrar numerosos bancos de arena e islas. La Central Hidroeléctrica organiza recorridos especialmente para Semana Santa ya que esta se ubica a escasos kilómetros de la Central, como alternativa para aquellas personas que deseen estar en contacto con la naturaleza y conocer ecosistemas únicos en el país formados naturalmente. También se pueden visitar a lo largo del año.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad			3				
3.2. Reconocimiento			2				
3.3. Capacidad de carga			3				
3.4. Grado de aprovechamiento			3				
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			3				
3.10. Seguridad			2				
<b>Total</b>			<b>25</b>		Fuente	Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Festival del Arary			<b>CÓDIGO</b>	MIS23		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbano						
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°39'5283"S, 56°85'61.81" W						
1.5. Dirección/ubicación	Ayolas		1.6. Distancia en Km	305 km desde Asunción			
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo	(+ 595 72222383		1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico			1.10. Pag web	<a href="http://www.municipalidadayolas.go">www.municipalidadayolas.go</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	x	Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural	x	Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	Evento folklórico que forma parte de las actividades realizadas en el marco de los festejos de aniversario de Ayolas. El Arary es un árbol autóctono de esta zona, en vías de extinción, patrimonio natural y adoptado como símbolo de la comunidad, vía Resolución Municipal. Significa 'Agua del cielo'. Este árbol crece en lugares donde hay abundante agua a orilla de manantiales o bordeando los esteros. Declarado patrimonio del municipio, el árbol es el símbolo de Ayolas.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				0			
3.2. Reconocimiento				0			
3.3. Capacidad de carga				1			
3.4. Grado de aprovechamiento				2			
3.5. Servicios ofrecidos				2			
3.6. Señalización				1			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				2			
3.8. Interpretación				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				NA			
3.10. Seguridad				2			
<b>Total</b>				<b>11</b>		<b>Fuente</b>	010/02/10/encontraron-en-mision
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha: 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre		Festival de la carrera de canoas y el folclore				<b>CÓDIGO</b>		MIS23	
1.2. Departamento		Misiones							
1.3. Ciudad / Municipio		Ayolas							
1.3.1. Área urbana / área rural		Rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación		27°39'5283"S, 56°85'61.81" W							
1.5. Dirección/ubicación		Río Paraná y playa municipal			1.6. Distancia en Km		305 Km. De Asunción		
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)		Público							
1.8. Teléfono fijo		(+ ) 595 72222383			1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web		<a href="http://www.municipalidadayolas.gov">www.municipalidadayolas.gov</a>		
1.11. Forma de acceso		Aéreo		x		Urbano			
		Terrestre				Terrestre 4X4			
						Otro ¿Cuál?			
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
2.1. Clasificación		Patrimonio natural		x		Pat. cultural inmaterial			
						Pat. cultural material			
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?		No		Internacional ¿Cuál?		No	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural		x		Turismo de naturaleza		x	
		Turismo religioso				Turismo de bienestar			
		Otro ¿Cuál?		Deportivo					
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones				Paisaje			
		Espacio urbano				Gastronomía			
		Otros ¿Cuál?							
2.4. Descripción		Tiene lugar durante la Semana Santa, grupos de balé, conjuntos folklóricos y comida típica a base de pescado. Se organizan concursos de carreras de canoas que parten de Yaciretá.							
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					2				
3.2. Reconocimiento					1				
3.3. Capacidad de carga					1				
3.4. Grado de aprovechamiento					1				
3.5. Servicios ofrecidos					3				
3.6. Señalización					1				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					1				
<b>Total</b>					<b>17</b>				
					<b>Fuente</b>		Municipalidad de Ayolas		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
Se realiza en Playa de Ayola y Río Paraná									

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS								
<b>1. GENERALIDADES</b>								
1.1. Nombre	Hidroeléctrica Yacyretá - Entidad Binacional			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS26</b>			
1.2. Departamento	Misiones							
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas							
1.3.1. Área urbana / área rural	Rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°28'57.2"S 56°44'27.5"W							
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km				
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Privado							
1.8. Teléfono fijo	(072) 222141/8			1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web	<a href="http://www.eby.gov.co">www.eby.gov.co</a>			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?	Se accede por carretera. Al ingresar se cambia a vehículos dela hidroeléctrica		
	Terrestre	x	Terrestre 4X4					
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>								
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial	x
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Cuenta con áreas de reserva			Internacional ¿Cuál?	No		
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	x	Paisaje	x	Artesanía		Fiesta / Festividad	
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural	x	Infraestructura turística	
	Otros ¿Cuál?							
2.4. Descripción	De la Entidad Binacional Yacyreta (EBY). Es un conjunto de obras civiles entre las que se destaca el embalse y varias represas que transforman las aguas del río Paraná en energía eléctrica. Además, se construyó el sistema de esclusas que permite el paso de embarcaciones entre los dos países. Ofrece recorridos dentro de la hidroeléctrica para observar el paso de las embarcaciones. También visitas a las dunas vegetadas y lagunas de la isla Yacyretá, y al sendero Akuti Po'i. el horario de atención es Mañana: 8:30 y 10:00 hs. Tarde: 14:00 hs. Cuenta con un museo que alberga animales disecados de la fauna del lugar y cerámicas guaraníes. Además, posee un sistema de reservas de áreas protegidas para la conservación de la fauna silvestre, entre ellas la Reserva Natural Yacyretá y la Reserva Natural Chopí Say'ju. Durante la Semana Santa ofrecen recorridos especiales. Cuenta con centro de visitantes.							
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios				Puntaje				
3.1. Singularidad				3				
3.2. Reconocimiento				3				
3.3. Capacidad de carga				3				
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>24</b>				
				<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>								

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Isla Paraíso			CÓDIGO	MIS25		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas						
1.3.1. Área urbana / área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°25'15.0"S 56°54'42.0"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	5km		
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Privado						
1.8. Teléfono fijo	(595)975 77676/982 633661			1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web	<a href="https://facebook.com/ISLAPARAISOAYOLAS/">facebook.com/ISLAPARAISOAYOLAS/</a>		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?	Fluvial	
	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Sol y playa de río.					
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje	x	Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?	Ocio y recreación					
2.4. Descripción	Sobre la rivera del Río Paraná Isla Paraíso es un establecimiento de alojamiento que ofrece servicios de recorridos y campin y zona de juegos. el cual nació en 2016. Ofrece playas ribereñas de arenas blancas y posee una cabaña que cuenta con ducha eléctrica, acondicionador de aire, heladeras, etc. Es privado, de reducido tamaño lo que lo hace limitado.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad			0				
3.2. Reconocimiento			2				
3.3. Capacidad de carga			3				
3.4. Grado de aprovechamiento			2				
3.5. Servicios ofrecidos			3				
3.6. Señalización			1				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte			2				
3.8. Interpretación			3				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			2				
3.10. Seguridad			2				
<b>Total</b>			<b>20</b>		Fuente	<a href="http://www.BienvenidoaParaguay.com">www.BienvenidoaParaguay.com</a>	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Infraestructura turística. Sólo puede accederse con reserva, el grupo de visitantes de la Isla es limitado.							

Fecha

4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Museo de La EBY (Empresa Binacional Yacyretá)					CÓDIGO	MIS27		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas								
1.3.1. Área urbana / área rural									
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°23'07.1"S 56°49'10.8"W								
1.5. Dirección/ubicación	Avda Dorado. Villa Permanente				1.6. Distancia en Km				
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo	595 72 222141/8				1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico	<a href="mailto:museodeayolas@gmail.com">museodeayolas@gmail.com</a>				1.10. Pag web	<a href="http://www.eby.gov.py">www.eby.gov.py</a>			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?	Buses de la EBY			
	Terrestre	X	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No			
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?	Histórico / Natural							
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	Pertenece a la Entidad Binacional Yacyreta (EBY). Incluye los elementos que guardan relación con la vida y la historia del pueblo y de la fauna y flora silvestres del lugar. Allí se exhiben animales disecados como ejemplares de la fauna que se clasifican en mamíferos, aves, reptiles y también insectos. Cuenta con una muestra de cerámica precolombina hallada en sitios arqueológicos guaraníes y piezas de las primeras turbinas y equipos con los que entró en funcionamiento la represa de Yacyretá. Los horarios de atención son: lunes a Domingo de 07:00 a 15:00 Hs. Hay que solicitar cita previa para el acceso a Yacyretá, una vez allí se puede visitar el museo.								
<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					2				
3.6. Señalización					2				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					1				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					1				
3.10. Seguridad					3				
<b>Total</b>					<b>18</b>				
					Fuente	Inmark Europa S.A.			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
<p>IMPORTANTE: Se recomienda una intervención en el cambio y modernización del montaje. Actualmente este tipo de museos y de centros de interpretación emplean montajes con guiones amigables con el ambiente, que generen conexión con el visitante y aprovechan la tecnología. Este museo con animales disecados no es coherente con el mensaje de conservación de la vida silvestre. EL personal que brinda información es poco capacitado. EL guion museográfico no comunica. La calificación media que se le otorga obedece más a que forma parte del conjunto integrado de Yacyretá, que por el museo en sí mismo.</p>									

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Playa municipal de Ayolas			CÓDIGO	MIS30		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°24'S 56°54'O						
1.5. Dirección/ubicación	Barrio San José		1.6. Distancia en Km	305 km de Asunción			
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	Otro ¿Cuál?			
	Terrestre	X	Terrestre 4X4				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	X	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Sol y playa					
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	<p>La Playa Municipal de Ayolas posee un poco más de 300 metros (sobre el río Paraná), para disfrutar, aunque sólo dos tercios de esta son aptos para el baño. En el año 2013 fue puesta en valor y refaccionada, como parte de los trabajos que realiza la Entidad Binacional Yacretá en su área de influencia.</p> <p>Cuenta con espacios de sombrillas de paja, canchas de volley, cantina, estacionamiento y baños. E</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			1				
3.4. Grado de aprovechamiento			3				
3.5. Servicios ofrecidos			3				
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			2				
<b>Total</b>			<b>22</b>		Fuente	=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0a	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Georreferenciado, comprobar							

Fecha marzo de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Refugio faunístico de Atinguy				<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS28</b>	
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas						
1.3.1. Área urbana / área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación							
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	18km		
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Privado						
1.8. Teléfono fijo	595.72.222141/8. Int.2242			1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web	<a href="https://www.eby.gov.py/ind e">https://www.eby.gov.py/ind e</a>		
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	x	Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?	Refugio faunístico					
2.4. Descripción	Pertenciente a la Entidad Binacional Yacyreta (EBY). La colección zoológica existente en el refugio está formada por mamíferos, aves y reptiles, estas especies habitan el área de influencia de la Represa y también son traídos de otras regiones del país.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				3			
3.2. Reconocimiento				2			
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				3			
3.8. Interpretación				3			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				3			
3.10. Seguridad				3			
<b>Total</b>				<b>26</b>		<b>Fuente</b>	ay.travel/v1/alternativas/35-refugi
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Coordenada no encontrada. Entrada gratuita							

Fecha marzo de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Río Paraná			CÓDIGO	MIS20		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Ayolas						
1.3.1. Área urbana / área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°23'23.8"S 56°49'58.5"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	Ayolas: 306 Km desde Asunción		
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	Terrestre 4X4				
<b>3</b>							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	x	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Turismo de pesca					
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	El gran Río Paraná fluye entre Brasil, Paraguay y Argentina y el aprovechamiento de su caudal para convertirlo en energía eléctrica se materializa en las Hidroeléctricas de Itapú y Yacretá. En guaraní su nombre significa pariente del mar. Fue un río importante para la fundación de misiones Jesuíticas y su principal afluente en el Departamento de Misiones es el Iguazú. Sus playas son las más asistidas debido a las aguas cristalinas y zonas de camping preparadas para los visitantes. Cuenta con áreas de reservas naturales y en Misiones es el paso de barcazas y barcos mercantiles por la hidroeléctrica de Yacretá.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				3			
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				3			
3.8. Interpretación				2			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				2			
3.10. Seguridad				2			
<b>Total</b>				<b>24</b>			
					Fuente	Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha 4 de febrero de 2019

## San Ignacio de Guazú

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Capilla de Tañarandy			CÓDIGO	MIS24		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	San Ignacio Guazú						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°51'10.9"S 57°01'11.0"W						
1.5. Dirección/ubicación	a 3km de La Barraca de Koki Ruiz	1.6. Distancia en Km	226 km desde Asunción				
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Privado						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo	Urbano	x	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?	Ruta jesuítica			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Turismo religioso					
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	Lugar donde se inicia la procesión de la Dolorosa en el Viernes Santo. La procesión culmina con una representación de cuadros vivientes organizado por el artista local Koki Ruiz. El nombre Tañarandy significa en Guaraní, lugar de infieles, pero también castellanizado, tierra de los irreductibles viene porque allí vivían los indios que no querían vivir en las reducciones jesuíticas o que se resistían a la cristianización. La capilla está ubicada en barrio rural con calles de tierra En días secos se puede acceder con todo tipo de vehículos, en días de mucha lluvia, conviene ir con vehículos grandes. La capilla está decorada con pinturas murales del artista mencionado y de su hija Macarena, que son una mezcla de semblanzas modernas con la iconografía colonial de la época en que la Compañía de Jesús dispuso sus misiones.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad			3				
3.2. Reconocimiento			2				
3.3. Capacidad de carga			1				
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			3				
3.10. Seguridad			3				
<b>Total</b>			<b>20</b>		Fuente	<a href="http://www.bienvenidoaparaguay.com">www.bienvenidoaparaguay.com</a>	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Cuadros vivos de Tañarandy				CÓDIGO	MIS2			
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	San Ignacio Guazú								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°51'10.9"S 57°01'11.0"W								
1.5. Dirección/ubicación	Teatro El Molino			1.6. Distancia en Km	225. Km desde Asunción				
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular					
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web					
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	x	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No			
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?	Turismo religioso							
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?	Obra de arte							
2.4. Descripción	<p>Recreaciones de pinturas y obras maestras de arte universal del período del Barroco y de otras épocas, que se recrean con personas maquilladas y con vestuarios adecuados para darle mayor realismo posible. EL resultado con imágenes vivas colmadas de hiperrealismo. Actualmente se representan el jueves santo a las 19:30 en el Teatro el Molino. Anteriormente se presentaban en altares oscuros en la Barraca. Por respeto a los artistas se pide a los visitantes no utilizar flash. Es un espectáculo artístico y religioso que forma parte de las celebraciones de Semana Santa de San Ignacio Guazú.</p>								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
Criterios				Puntaje					
3.1. Singularidad				3					
3.2. Reconocimiento				2					
3.3. Capacidad de carga				3					
3.4. Grado de aprovechamiento				2					
3.5. Servicio ofrecidos				2					
3.6. Señalización				1					
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>23</b>		Fuente	<a href="http://www.BienvenidoaParaguay.co">www.BienvenidoaParaguay.co</a>		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
Fecha		4 de febrero de 2019							

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Expo Misiones					<b>CÓDIGO</b>	<b>MISS</b>		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	San Ignacio Guazú								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbano								
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°51'40.3"S 57°03'16.6"W								
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km	225 km de Asunción		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público/privado								
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico						1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		x	Otro ¿Cuál?			
	Terrestre		Terrestre 4X4						
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		x	Pat. cultural material		Patrimonio industrial	
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No			
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	x	
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Muestra agroganadera que en el 2017 se hizo del 20 al 24 de septiembre. Esta incluye: artesanías de San Miguel o de Santa María de Fe; los paraísos de pesca de Ayolas o Villa Florida; la religiosidad popular de Tañarandy y Santa Rosa de Lima; la fuerza energética de Yacyreta; y las fiestas tradicionales de Santiago, San Miguel y San Juan.								
<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					1				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					3				
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>24</b>				
					<b>Fuente</b>	=X&ved=0ahUKewj4066Tvs7hAh			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Museo Diocesano de arte jesuítico guaraní			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS1</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	San Ignacio Guazú						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°53'25.7"S 57°01'25.9"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	225 km desde Asunción		
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Privado						
1.8. Teléfono fijo	(595 985) 187 824.			1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web	<a href="https://visitparaguay.travel/v">https://visitparaguay.travel/v</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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Histórico					
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	San Ignacio Guazú es la más antigua de las ciudades de origen jesuítico en Paraguay, fundada como misión en 1609. De allí la importancia del museo en el contexto de la Ruta Jesuítica. El Museo Diocesano de Arte Jesuítico Guaraní alberga notables tallas del barroco hispano-guaraní. Allí se exhiben, en cuatro salas, 30 imágenes talladas en madera policromada. Los temas de las salas son: La Creación, La Redención, La Historia de Cristo en la Iglesia y La Compañía de Jesús. En este museo, instalado en una antigua construcción jesuítica, hay 30 imágenes talladas en madera policromada del barroco hispano-guaraní cuyos temas son: La Creación, La Redención, La Historia de Cristo en la Iglesia y La Compañía de Jesús. El museo cumple la labor de enseñanza de los oficios de talla y pintura a jóvenes de la región y funciona en la antigua casona. Aún habitan allí religiosos.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad			3				
3.2. Reconocimiento			2				
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			3				
3.8. Interpretación			2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			2				
3.10. Seguridad			3				
<b>Total</b>			<b>24</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
El museo tiene la particularidad de apoyar causas sociales y enseñanza en artes y oficios propios del barroco jesuíta.							

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Museo Semblanza de héroes			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS6</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	San Ignacio Guazú						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°53'20.6"S 57°01'23.6"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	225 km desde Asunción		
1.7. Situación administrativa (pub. /priv.)	Municipal						
1.8. Teléfono fijo	975606635			1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web	<a href="http://www.portalguarani.co">http://www.portalguarani.co</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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?	Histórico					
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	x	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	El acervo está compuesto por fotografías, piezas bélicas y objetos recordatorios de la Guerra del Chaco (1932- 1935). También alberga objetos de la época de la guerra de la Triple Alianza. La casa donde funciona fue donada por el Ministro de Obras Contra Almirante Ramón Enrique Martino. La casa data de la época de las reducciones jesuíticas, ha tenido transformaciones, pero conserva elementos de la arquitectura propia de las reducciones jesuíticas. (Aproximadamente 410 años).						
<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			2				
3.6. Señalización			3				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte			3				
3.8. Interpretación			1				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			1				
3.10. Seguridad			2				
<b>Total</b>			<b>17</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
También referenciado por la señalización peatonal in-situ como Museo Municipal Guerra del Chaco. Objetos interesantes, pero se debe hacer							

Fecha 4 de febrero de 2019

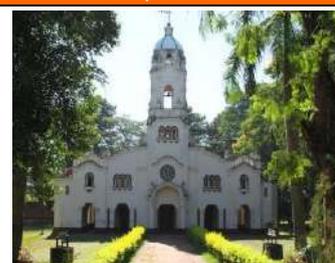
FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Viernes Santo en Tañarandy en la Barraca de Koki Ruiz					<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS3</b>		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	San Ignacio Guazú								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°52'68.9"S 57°1'39".5"W								
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km	226 km desde Asunción		
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?	Casco rural de San Ignacio Guazú.		
	Terrestre		Terrestre 4X4						
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		x	Pat. cultural material		Patrimonio industrial	
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No			
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza		Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.		
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras				
	Otro ¿Cuál?	Religioso							
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad	x	
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	<p>El artista local Koki Ruiz fue el creador de este evento cultural, religioso y artístico, donde se potencia el arte barroco. El acto central de toda la programación de Semana Santa en Tañarandy tiene lugar en Viernes Santo con la procesión que inicia en la Capilla de Tañarandy a 3 km del lugar. Una hermosa Capilla decorada con pinturas murales del artista y su hija. La procesión toma un camino en tierra roja llamado Yvaga Rapé (Camino del cielo), que termina en el lugar dispuesto con tarimas y andamios en la Barraca, donde cada año el artista realiza un montaje del tríptico y se recrea la crucifixión. Una de las características son los rosarios y las luminarias, velas hechas con frutos de aepú cortados por la mitad, sin relleno a los que se les pone grasa animal y un pavilo (hilo grueso). Son alrededor de 20 mil luminarias que se encienden.</p>								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					3				
3.2. Reconocimiento					2				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					2				
3.6. Señalización					0				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					2				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
<b>Total</b>					<b>20</b>				
					Fuente Inmark Europa S.A.				
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha 4 de febrero de 2019



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Iglesia de San Ignacio Guazú						CÓDIGO	MISS7	
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	San Ignacio Guazú								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°53'35.2"S 57°1'44".5"W								
1.5. Dirección/ubicación	Av. San Roque Gonzalez				1.6. Distancia en Km	226 km desde Asunción			
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?	No			Internacional ¿Cuál?	No			
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?	Religioso							
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	x	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad	x	
	Espacio urbano	x	Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	La actual iglesia se construyó entre 1919 y 1932. Se construyó sobre el antiguo templo tristemente destruido. El templo es una bonita estructura ecléctica que tiene el valor de ser producto del empeño de los feligreses de San Ignacio Guazú por construir un nuevo templo.								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					1				
3.2. Reconocimiento					2				
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					1				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
<b>Total</b>					<b>18</b>				
					Fuente	Inmark Europa S.A.			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha 4 de febrero de 2019



## San Juan Bautista de Las Misiones

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Casa museo Mangoré o Casona Mangoré / posada turística			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS16</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	San Juan Bautista de Misiones						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°40'14.2"S 57°8'86".5"W						
1.5. Dirección/ubicación	Coronel Alfredo Ramos esq.	1.6. Distancia en Km	196 Km. Desde Asunción				
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Privado (Propietario Gil Alegre Nuñez)						
1.8. Teléfono fijo	(595)217212400/975671273			1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico	luzalegre396@gmail.com			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		Pat. cultural material	x	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Histórico y cultural musical					
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	Fue la casa de Agustín Pío Barrios, representante de la música de Paraguay, emblema de la guitarra. Para amantes de la guitarra clásica y músicos, cuenta con el museo, una biblioteca, la galería de arte, y el anfiteatro. Complementa sus programas con actividades culturales; exposiciones, conciertos, concursos, talleres, encuentros, etc. El horario de atención es de lunes a domingo de 08:00 a 20:00 hs. Todo es gratuito en el museo. Se sostienen con una Posada que tiene 5 habitaciones.						
<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			3				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte			3				
3.8. Interpretación			0				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			1				
3.10. Seguridad			3				
<b>Total</b>			<b>17</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Es gratuito. Recibe extranjeros de principalmente de Argentina durante la Semana Santa. IMPORTANTE: Si bien es un predio privado, presta un importante SERVICIO PÚBLICO. El museo es emblemático del país y es prácticamente el atractivo principal de la capital de Departamento de Misiones. Se recomienda buscar mecanismo de apoyo en aspectos de conservación del inmueble patrimonial, en montaje y guión museográfico.							

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre		Fiesta de San Juan				<b>CÓDIGO</b>		MIS15	
1.2. Departamento		Misiones							
1.3. Ciudad / Municipio		San Juan Bautista de Las Misiones							
1.3.1. Área urbana / área rural		Urbana							
1.4. Coordenadas georreferenciación		26°38'00"S 57°10'00"O							
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km		160 km de Asunción	
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		x	
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?		No		Internacional ¿Cuál?		No	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural		x		Turismo de naturaleza			
		Turismo religioso				Turismo de bienestar			
		Otro ¿Cuál?		Religioso					
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones				Paisaje			
		Espacio urbano				Gastronomía			
		Otros ¿Cuál?							
2.4. Descripción		Es la fiesta patronal en honor al Santo. Se celebra una misa central en la catedral, seguida de una procesión por las principales calles. Se realizan juegos típicos y tradiciones antiguas. También, se lleva a cabo el desfile de Caballería, de carrozas y cuadros alegóricos por las principales calles de la ciudad. La jineteada y festival folclórico							
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					1				
3.2. Reconocimiento					2				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicios ofrecidos					2				
3.6. Señalización					1				
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>20</b>				
					<b>Fuente</b>		rce=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
Se realiza en la Ciudad de San Juan Bautista, Capital del Departamento de Misiones.									

Fecha febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Fiesta de Batiburillo, Siriki y Chorizo					<b>CÓDIGO</b>	MIS14		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	San Juan Bautista de las Misiones								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	Coordenadas 26°38'00"S 57°10'00"O								
1.5. Dirección/ubicación	Plaza Boquerón			1.6. Distancia en Km	160 km de Asunción				
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	x	Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No			
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?	Gastronómico							
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad	x	
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	El evento se centra en los platos misioneros que llevan el nombre del festival y en el siriki que es una bebida de la región. El chorizo Misionero Sanjuanino de res y cerdo, tiene una tradición de tres décadas. El batiburillo, es un plato característico del Departamento de Misiones – Paraguay. Se trata de un guiso de las menudencias que puede ser de carne vacuna, oveja, cabra y cerdo, aunque lo tradicional es que sea vacuno.								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					3				
3.2. Reconocimiento					2				
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					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3				
3.10. Seguridad					3				
<b>Total</b>					<b>24</b>				
					<b>Fuente</b>	viitparaguay.com			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
he realiza en la Ciudad de San Juan Bautista, Capital del Departamento de Misiones.									

Fecha febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
<b>1. GENERALIDADES</b>										
1.1. Nombre	Plaza Mariscal Estigarriá - San Juan Bautista						<b>CÓDIGO</b>			
1.2. Departamento	Misiones									
1.3. Ciudad / Municipio	San Juan Bautista									
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana									
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°40'09.2"S 57°8'77".5"W									
1.5. Dirección/ubicación	Plaza Mariscal Estigarriá				1.6. Distancia en Km	196 Km. Desde Asunción				
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?	No			Internacional ¿Cuál?	No				
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?	Histórico								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía			Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano	x		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?									
2.4. Descripción	Plaza Central de la Ciudad de San Juan Bautista, capital del Departamento de Misiones. Al centro la escultura en bronce del Mariscal. Punto de referencias para las festividades.									
<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					3					
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3					
3.8. Interpretación					0					
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3					
3.10. Seguridad					3					
<b>Total</b>					<b>18</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>										
Es gratuito. Recibe extranjeros de principalmente de Argentina durante la Semana Santa.										
Fecha		4 de febrero de 2019								

## San Miguel

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Festival Ovechá Ragüé música y artesanía					<b>CÓDIGO</b>	MIS9		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	San Miguel								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	27° 24' 0" S, 57° 8' 24" W								
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km	178 km de Asunción		
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	x	Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Bien de interés cultural. Resolución 375/2014			Internacional ¿Cuál?	No			
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	x	Fiesta / Festividad	x	
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	A la ciudad se le conoce como la Capital Nacional de la Lana, por lo cual el nombre del festival viene del vocablo guaraní Ovechá Ragüé que significa 'lana'. Se hacen exposiciones de artículos confeccionados con lana, así como una fiesta gastronómica con comidas típicas, además de varios asados a la estaca vacunos, de cerdo o de oveja. Re se aliza hacia el mes de junio.								
<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					1				
3.5. Servicios ofrecidos					1				
3.6. Señalización					1				
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>				
						<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha Febrero de 2019

## San Patricio

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Fiestas Patronales de San Patricio			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS8</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	San Patricio						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°58'00"S 56°49'00"O						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	253 km de Asunción		
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo	(+595) (+744) 280278 -			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	x	Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Religioso					
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad x
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	Fiestas patronales de San Patricio. San Patricio existía como un paraje en época donde los jesuitas transitaban desde Santiago a San Ignacio Guasú. Regado por el arroyito cristalino que lleva el nombre de la ciudad y su exuberante follaje que proveía de sombra y fresca, era un sitio ideal para las largas jornadas del trayecto entre las misiones jesuíticas,						
<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			1				
3.4. Grado de aprovechamiento			1				
3.5. Servicios ofrecidos			2				
3.6. Señalización			1				
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>17</b>				
				<b>Fuente</b>	ch&sa=X&ved=0ahUKEwiaJTzx87		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Coordenadas, no encontrado							

Fecha marzo de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Túnel verde					<b>CÓDIGO</b>	MIS7		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	San Patricio								
1.3.1. Área urbana / área rural	Semiurbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	26 58'00"S 56 49'00"O								
1.5. Dirección/ubicación	3 km de San Patricio				1.6. Distancia en Km	253 km de Asunción			
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público								
1.8. Teléfono fijo					1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web				
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?				
	Terrestre	x	Terrestre 4X4						
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	x	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No			
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	Túnel natural formado por los árboles que crecen a orilla de la carretera. El Túnel Verde de San Patricio está ubicado en la Calle del Trébol, que es un camino interno de tierra de la ciudad, donde en un espacio de 200 metros se encuentra cubierto por diversos tipos de árboles nativos del Paraguay. Es considerado uno lugar ideal para los fotógrafos.								
<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					3				
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>23</b>				
					<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
Coordenadas, no encontrado									

Fecha marzo 6 de 2019

## Santa María de Fe

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Iglesia de Santa María de Fe			CÓDIGO	MIS35		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santa María de Fe						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°46'57.6"S 56°56'41.9"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	224 m desde Asunción		
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo	595 781 283 360			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?	Ruta jesuítica			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Turismo religioso					
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>Santa María de Fe recibió originalmente el nombre de Nuestra Señora de Taré. Fue fundada por el Padre Manuel Berthot en 1647,. Dentro de la iglesia se encuentra un tallado de 2mts de altura de madera de una virgen. Tras la expulsión de los jesuitas de América en 1767 los vínculos hacia la fe cristiana quedaron en manos de los pobladores de Santa María de Fe. La antigua iglesia, que albergaba los frutos del gran trabajo jesuita – guaraní, se desplomó, y gracias a la señora Tránsito Fretes, antigua pobladora, se puede apreciar hoy parte de las imágenes. Luego de estar en manos de sacerdotes diocesanos desde 1885, en 1931 regresan los jesuitas a Santa María.</p>						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				1			
3.2. Reconocimiento				2			
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				2			
3.10. Seguridad				3			
<b>Total</b>				<b>19</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Kurusú Cerro			CÓDIGO	MIS39		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santa María de Fe						
1.3.1. Área urbana / área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°45'59.9"S 56°51'00.0"W						
1.5. Dirección/ubicación	en la compañía Cerro Costa		1.6. Distancia en Km	15km			
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico							
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Turismo religioso					
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural	x	Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?	Peregrinación					
2.4. Descripción	<p>Por una tradición que tiene más de 70 años se hace la peregrinación de unas 5.000 personas hasta la cima del cerro Santa María o "Kurusu Cerro", donde está ubicada una cruz, venerada el jueves santo. Se deben recorrer 680 metros para llegar a la cima donde está una capilla y una naciente de agua que, según los lugareños, es "milagrosa". El sitio está asociado a una leyenda que cuenta que sobre él había una alta cruz de piedra que no se sabe quién allí la puso. Se sabe que el Padre don Gaspar Medina mandó trasladar dicha cruz a un oratorio de devoción pública que se hallaba en el lugar hoy llamado Capilla-kué, una "compañía" de Pirivevui, a tres leguas de este pueblo y a cuatro leguas al sudeste de Kurusú Cerro. Se cuenta que la cruz volvió tres veces por sus propios medios a Kurusú Cerro antes de decidirse a quedar en el Oratorio. El Padre Medina cuando trasladó la cruz de piedra, mandó levantar en su lugar, en Kurusú Cerro, una alta cruz de madera. Cuando esta fue carcomida por el tiempo y mutilada por los fieles devotos que llevaban consigo un pedazo o una astilla, fue substituida por otra, y ésta, a su vez, por una tercera, que es la actual de tres metros de altura, mandada levantar por Doña Agustina Escobar. Hoy nada queda allí el oratorio de Kurusú Cerro. En la foto el pequeño oratorio.</p>						
<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			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>16</b>		<b>Fuente</b>	<a href="https://www.google.es/search?biw=1366&amp;bih=729&amp;tbn=isch&amp;sa=">https://www.google.es/search?biw=1366&amp;bih=729&amp;tbn=isch&amp;sa=</a>	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
KURUSU CERRO SALE EN OTRO LUGAR SI SE BUSCA							

Fecha febrero 4 de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Museo Diocesano de arte jesuítico			CÓDIGO	MIS37		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santa María de Fe						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbano						
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°46'57.0"S 56°56'38.8"W						
1.5. Dirección/ubicación	Mariscal Sucre		1.6. Distancia en Km	224 m desde Asunción			
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Privado						
1.8. Teléfono fijo	975618461		1.8.1. Celular	975620387			
1.9. Correo electrónico	isabelino.che@hotmail.com		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?	Ruta jesuítica			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Histórico					
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	Este museo está establecido en una de las antiguas casas de indios de la reducción jesuítica de Taré. allí se halla un conjunto de imaginería religiosa de la época jesuítica-guaraní del período comprendido entre 1670 y 1685 y fue sede de la primera escuela de arte de las reducciones. Una resolución del año 2007 declara a Santa María de Fe como la capital de la calma y la espiritualidad de las misiones jesuíticas, siendo el museo un exponente de ese reconocimiento. Se desatacan entre otras imágenes, el grupo de esculturas policromadas de los santos jesuitas (al centro San Ignacio de Loyola, fundador), el grifo de la natividad y los arcángeles. El Museo conserva en su parte posterior los espacios que separaban las casas de indios de las habitaciones de los jesuitas.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				1			
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				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				2			
3.10. Seguridad				3			
<b>Total</b>				<b>19</b>		Fuente Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Es uno de los que cuenta con mejor montaje museográfico de la Ruta.							

Fecha

4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Plaza central Marisca Estigarribia			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS38</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santa María de Fe						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°46'58.8"S 56°56'39.2"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	224 m desde Asunción		
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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Histórico					
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano	x	Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	Lo más destacado son los monos carayás, considerados las mascotas del pueblo, alimentados y cuidados por la comunidad. Como muchas plazas de otros pueblos, lleva el nombre de Mariscal Estigarribia.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				2			
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				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				3			
3.10. Seguridad				3			
<b>Total</b>				<b>19</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Cruz Fundacional de Santa María y Aljibe Ikua Teja			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS36</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santa María de Fe						
1.3.1. Área urbana / área rural	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?	No		Internacional ¿Cuál?	No		
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?	Histórico					
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	Santa María de Fe fue fundada por Manuel Berthod en el año 1647 con el nombre de Santa María de Taré. Aljibe que proveía agua a los pobladores.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad			2				
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			2				
3.8. Interpretación			2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			2				
3.10. Seguridad			3				
<b>Total</b>			<b>18</b>		<b>Fuente</b>	<a href="https://www.tripmondo.com/paraguay/departamento-de-">https://www.tripmondo.com/paraguay/departamento-de-</a>	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Coordenadas no encontradas							

Fecha Marzo 2019

## Santa Rosa

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre		Casa de indios				CÓDIGO		SRL5	
1.2. Departamento		Misiones							
1.3. Ciudad / Municipio		Santa Rosa de Lima							
1.3.1. Área urbana / área rural		Urbana							
1.4. Coordenadas georreferenciación		26°53'51.6"S 56°50'99.3"W							
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km		253 Km de Asunción	
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado (negocios)							
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?		Ruta jesuítica		Internacional ¿Cuál?		No	
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?		Histórico					
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 halla en buen estado de conservación. Su uso actual es comercial, oficinas y negocios. Se observan los rasgos de arquitectura colonial.							
<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						1			
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						1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento						2			
3.10. Seguridad						3			
<b>Total</b>						<b>16</b>			
						Fuente		Inmark Europa SA	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Iglesia de Santa Rosa de Lima y torre					<b>CÓDIGO</b>	<b>SRL1</b>		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	Santa Rosa de Lima								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°53'21.6"S 56°50'92.6"W								
1.5. Dirección/ubicación	Plaza Central			1.6. Distancia en Km	253 Km de Asunción				
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico									
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		x	1.10. Pag web			
	Terrestre		Terrestre 4X4			Otro ¿Cuál?			
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	x	Patrimonio industrial		
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ruta jesuítica			Internacional ¿Cuál?	No			
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?	Religioso							
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	La actual iglesia forma un rico conjunto religioso de la época de la colonia, del cual también forman parte la antigua torre de vigilancia (campanario) en restauración, y el Museo Capilla de Nuestra Señora de Loreto. La iglesia posee el retablo original de un antiguo altar lateral que, por su importancia, se convirtió en altar principal. Santa Rosa, nombre que recibe la iglesia y el municipio fue la primera santa del continente americano.								
						<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					3				
3.2. Reconocimiento					2				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicio ofrecidos					2				
3.6. Señalización					3				
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>24</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa SA	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									
A la fecha de validación la torre de la iglesia se halla en restauración. Según fuentes primarias lleva así dos años, ha habido problemas de sobrec									

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Museo capilla de Loreto					<b>CÓDIGO</b>	<b>SRL3</b>		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	Santa Rosa de Lima								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°53'13.4"S 56°50'55.6"W								
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km	253 Km de Asunción		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico									
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		x	1.10. Pag web			
	Terrestre		Terrestre 4X4			Otro ¿Cuál?			
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial			Pat. cultural material	x	Patrimonio industrial	
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ruta jesuítica				Internacional ¿Cuál?	No		
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>La Capilla Loreto formaba parte del templo de Santa Rosa de Lima en la época de las reducciones jesuíticas. Guarda frescos pintados en sus muros, pinuras atribuidas al sacerdote Jesuita Italiano, José Brasanelli (1659-1728), con un estilo más Europeo. El mismo se desempeñó como maestro de los guaraníes en cuanto a las artes, por su vasto conocimiento en arquitectura, pintor, escultor y músico El pequeño museo además cuenta con imágenes talladas en madera de más puro estilo hispano-guaraní. La Capilla de la Virgen de Loreto fue reacondicionada para convertirse en el museo más pequeño de toda la ruta Jesuítica.</p>								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>						<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					3				
3.2. Reconocimiento					2				
3.3. Capacidad de carga					1				
3.4. Grado de aprovechamiento					1				
3.5. Servicio 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					1				
3.10. Seguridad					2				
<b>Total</b>					<b>18</b>		Fuente: Inmark Europa SA		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha 4 de junio de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre	Plaza Mariscal Estigarribia					<b>CÓDIGO</b>	<b>SRL4</b>		
1.2. Departamento	Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio	Santa Rosa de Lima								
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°53'19.9"S 56°50.900.2"W								
1.5. Dirección/ubicación						1.6. Distancia en Km	253 Km de Asunción		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público								
1.8. Teléfono fijo						1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico									
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?	No			Internacional ¿Cuál?	No			
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?	Histórico							
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano	x	Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	En la plaza se encuentran el campanario y una fuente con monumentos históricos donde se destaca la figura Kurupí, duende de la mitología, creado por el artista Koki Ruíz. Como todas las plazas de la Ruta Jesuítica, cuenta con señalización peatonal. Ocasionalmente hay mercados artesanales.								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>						<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					1				
3.2. Reconocimiento					2				
3.3. Capacidad de carga					2				
3.4. Grado de aprovechamiento					1				
3.5. Servicio ofrecidos					1				
3.6. Señalización					3				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					2				
<b>Total</b>					<b>19</b>				
						<b>Fuente</b>	Inmark Europa SA		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha 4 de febrero de 2019

## Santiago Apóstol

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Centro histórico urbano-jesuítico					<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS11</b>
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santiago Apostol						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°08'24.4"S 56°45'47.1"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	274 km desde Asunción		
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?	Ruta jesuítica			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Histórico					
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano	x	Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	Santiago o Santiago De Las Misiones, fue fundado originalmente a orillas del río Apa bajo el nombre de "San Ignacio de Caaguazú". Posteriormente fue refundada en 1669 en el lugar que ocupa actualmente. Esta antigua reducción jesuita conserva muchas características coloniales como su gran plaza central, la casa de indios y el museo 3En el centro histórico aún hay construcciones en adobe que fueron las casas de los indígenas en la época de las misiones jesuíticas y que en la actualidad bordean la plaza.						
<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					1		
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>18</b>		
					<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
<b>1. GENERALIDADES</b>									
1.1. Nombre		Fiesta de la tradición misionera				CÓDIGO		MIS10	
1.2. Departamento		Misiones							
1.3. Ciudad / Municipio		Santiago Apostol							
1.3.1. Área urbana / área rural		Urbana							
1.4. Coordenadas georreferenciación		27°09'00"S 56°47'00"O							
1.5. Dirección/ubicación					1.6. Distancia en Km		276 km desde Asunción		
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)		Público							
1.8. Teléfono fijo					1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico									
1.11. Forma de acceso		Aéreo		Urbano		x		1.10. Pag web	
		Terrestre		Terrestre 4X4				Otro ¿Cuál?	
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>									
2.1. Clasificación		Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		x		Pat. cultural material	
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?		No		Internacional ¿Cuál?		No	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente		Turismo cultural		x		Turismo de naturaleza		Turismo de aventura	
		Turismo religioso				Turismo de bienestar		Turismo de compras	
		Otro ¿Cuál?							
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad	
								x	
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística	
		Otros ¿Cuál?							
2.4. Descripción		Organizado por el Club de Leones de Santiago, es la fiesta más grande del país en lo que respecta a espectáculos ecuestres, faena de campo, manejo de animales y el lazo. La última versión se realizó del 18-21 enero 2018.							
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					3				
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					3				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2				
3.10. Seguridad					3				
<b>Total</b>					<b>25</b>				
					Fuente		bienvenidoaparaguay.com		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>									

Fecha

Marzo de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Iglesia			CÓDIGO	MIS13		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santiago Apostol						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbano						
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°08'24.4"S 56°45'47.1"W						
1.5. Dirección/ubicación	Centro histórico		1.6. Distancia en Km	274 km desde Asunción			
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre		Terrestre 4X4	x			
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	x	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Ruta jesuítica			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Religioso					
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	Adentro se puede admirar el retablo jesuítico original completo, dicen que quizás único entre los restos de las Misiones, además de las imágenes de Santiago Apóstol, San Isidro, entre otras.						
<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				0			
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>18</b>			
					Fuente	Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Es un conjunto bonito y agradable a la vista, pero el pueblo presenta muy poca actividad, ofrece pocas alternativas gastronómicas y en dos ocasiones iglesia y museo cerrados y sin información de horarios.							

Fecha

4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Museo Tesoros Jesuíticos			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS12</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santiago Apóstol						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°08'47.4"S 56°45'81.50"W						
1.5. Dirección/ubicación	Plaza Central		1.6. Distancia en Km	274 km desde Asunción			
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?	Ruta jesuítica		Internacional ¿Cuál?	No		
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?	Histórico					
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones	x	Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	El museo es similar al de San Ignacio, con tres salas. En su iglesia parroquial se exhibe el único retablo jesuítico completo que ha quedado en el país y una talla ecuestre que representa a Santiago venciendo a los moros.						
<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			1				
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			0				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			2				
3.10. Seguridad			3				
<b>Total</b>			<b>17</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Es un conjunto bonito y agradable a la vista, pero el pueblo presenta muy poca actividad, ofrece pocas alternativas gastronómicas y en dos ocasiones iglesia y museo cerrados.							

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
<b>1. GENERALIDADES</b>										
1.1. Nombre		Laguna San Isidro					CÓDIGO		MIS16	
1.2. Departamento		Misiones								
1.3. Ciudad / Municipio		Santiago Apóstol								
1.3.1. Área urbana / área rural		Urbana								
1.4. Coordenadas georreferenciación		27°08'17.4"S 56°45'84.80"W								
1.5. Dirección/ubicación					1.6. Distancia en Km		274 km desde Asunción			
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?	Ruta jesuítica			Internacional ¿Cuál?	No			
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	x	Turismo de compras				
		Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo		Monumento, Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Fiestividad		
		Espacio urbano	x	Gastronomía		Accidente/ Monumento Natural		Infraestructura turística		
		Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción		Hermoso lugar para relajarse y tomar fotografías ya que el paisaje es agradable. También es sumamente original las estatuas que, posando en distintas partes de la laguna, un estanque donde florecen cientos de plantas de la especie camalote (similares a los lotos).								
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>						<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>				
Criterios					Puntaje					
3.1. Singularidad					1					
3.2. Reconocimiento					2					
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					1					
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					3					
3.10. Seguridad					3					
<b>Total</b>					<b>19</b>	Fuente	Inmark Europa S.A.			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>										

Fecha 4 de febrero de 2019

## Villa Florida

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Museo Cabañas	CÓDIGO	MIS19				
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Villa Florida						
1.3.1. Área urbana / área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°20'13.1"S 57°08'26.9"W						
1.5. Dirección/ubicación	Casco de la estancia	1.6. Distancia en Km					
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Privado						
1.8. Teléfono fijo	0982-884669- 0971-359295	1.8.1. Celular					
1.9. Correo electrónico							
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Histórico					
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	A 12 km de Villa Florida, camino a Caapucú, se encuentra el museo Cabañas, localizado en el casco de la estancia (una construcción de más de 130 años) que otrora pertenecía al General Atanasio Cabañas, héroe en la batalla de Cerro Porteño y Tacuary (1810), previa a la emancipación independentista.						
<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					1		
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					2		
<b>Total</b>					<b>17</b>		
					Fuente	ctions/tourism-museum/museo-ca	
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha

mar-19

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Río Tebicuary			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS18</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Villa Florida						
1.3.1. Área urbana / área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°23'56.1"S 57°07'33.9"W						
1.5. Dirección/ubicación	En Misiones, Ruta 1.			1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	Terrestre 4X4				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	x	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Pesca					
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	Posee lugares para Balnearios y camping.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				0			
3.2. Reconocimiento				1			
3.3. Capacidad de carga				1			
3.4. Grado de aprovechamiento				1			
3.5. Servicios ofrecidos				2			
3.6. Señalización				1			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				3			
3.8. Interpretación				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				2			
3.10. Seguridad				3			
<b>Total</b>				<b>15</b>		<b>Fuente</b>	Inmark Europa S.A.
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha 4 de febrero de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
<b>1. GENERALIDADES</b>										
1.1. Nombre	Touring Automovil Club Paragay						CÓDIGO	MIS41		
1.2. Departamento	Misiones									
1.3. Ciudad / Municipio	Villa Florida									
1.3.1. Área urbana / área rural										
1.4. Coordenadas georreferenciación	26°23'56.1"S 57°07'33.9"W									
1.5. Dirección/ubicación	1 Km. 156 de la Ruta 1, a orillas del río Tobicuary,				1.6. Distancia en Km	162 km de Asunción				
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Privado									
1.8. Teléfono fijo	(083) 240 205				1.8.1. Celular					
1.9. Correo electrónico	info@tacpy.com.py				1.10. Pag web					
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?					
	Terrestre	x	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No				
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?	Pesca								
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	<p>Se ubica en el portal de entrada a la RUTA JESUÍTICA. Se ubica sobre la rívera del Río Tobicuary, Posee un Área de 1600 metros cuadrados, integrado por el Parador Restaurante Tobicuary, la Galería de Artesanos, el área de Camping y una oficina de informaciones turísticas.</p> <p>EL Hotel cuenta con piscinas Actualmente ofrece 7 (siete) confortables habitaciones con vistas al río Tobicuary, Con aire acondicionado. frigobar, TV, kitchenet, baño privado, teléfono. Se construye contiguo, un parador turístico y punto de información de SENATUR.</p>									
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>					<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>					
Se					Puntaje					
3.1. Singularidad					0					
3.2. Reconocimiento					2					
3.3. Capacidad de carga					2					
3.4. Grado de aprovechamiento					2					
3.5. Servicios ofrecidos					2					
3.6. Señalización					1					
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3					
3.8. Interpretación					1					
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					2					
3.10. Seguridad					3					
<b>Total</b>					<b>18</b>					
					Fuente	Inmark Europa S.A.				
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>										

Fecha 4 de febrero de 2019

## Santiago

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Iglesias			CÓDIGO	MIS33		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Santiago						
1.3.1. Área urbana / área rural	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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?	Histórico-religioso					
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	Tiene dos iglesias, la antigua y la moderna casi juntas, como signos de dos épocas distintas. En la antigua iglesia se guarda la imagen de san Francisco Solano, donado por el Mariscal López, en una de sus periódicas visitas realizadas para saludar a su enamorada yabebryense, Juanita Pesoa.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad			2				
3.2. Reconocimiento			1				
3.3. Capacidad de carga			1				
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			1				
3.10. Seguridad			3				
<b>Total</b>			<b>17</b>		<b>Fuente</b>		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Coordenadas no encontradas							

Fecha

mar-19

## Yabevyry

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Refugio de vida silvestre Yabevyry			CÓDIGO	MIS34		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Yabevyry						
1.3.1. Área urbana / área rural	Rural						
1.4. Coordenadas georreferenciación	27° 24' 0" S, 57° 8' 24" W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	288 km desde Asunción		
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	Terrestre 4X4				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	x	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	Refugio de vida silvestre Decreto No 16.147 del 18 de enero de			Internacional ¿Cuál?	No	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	x	Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?	Refugio					
2.4. Descripción	Está en la zona de influencia de la represa de Yacyretá, Tiene una extensión de 30.000 ha, donde se encuentran protegidas lagunas, esteros y bosques, además se trasladaron especies rescatadas tras la inundación para la construcción de la Represa.						
<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				3			
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				3			
3.10. Seguridad				3			
<b>Total</b>				<b>21</b>		Fuente	Blog Parques Nacionales
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							
Coordenadas no encontradas							

Fecha marzo 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Yabebyry			<b>CÓDIGO</b>	<b>MIS32</b>		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio	Yabebyry						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas georreferenciación	27°24'S 57°08'O						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km	A 93 km de San Juan Bautista		
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	Terrestre 4X4				
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	x	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
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	Yabebyry es conocido como el "pueblo de las dos iglesias", por la existencia de la iglesia antigua y la moderna, una frente a la otra. Mostrando dos épocas. En la antigua iglesia se guarda la imagen de San Francisco, donación hecha por el Mariscal Francisco Solano López.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				2			
3.2. Reconocimiento				1			
3.3. Capacidad de carga				1			
3.4. Grado de aprovechamiento				1			
3.5. Servicios ofrecidos				1			
3.6. Señalización				1			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				2			
3.8. Interpretación				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				2			
3.10. Seguridad				3			
<b>Total</b>				<b>15</b>			
				<b>Fuente</b>			
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha

Marzo de 2019

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
<b>1. GENERALIDADES</b>							
1.1. Nombre	Acuífero Guaraní			CÓDIGO	MIS40		
1.2. Departamento	Misiones						
1.3. Ciudad / Municipio							
1.3.1. Área urbana / área rural							
1.4. Coordenadas georreferenciación							
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb. /priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?		
	Terrestre	x	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?	No			Internacional ¿Cuál?	No	
2.3. Segmento del turismo al que pertenece actualmente	Turismo cultural		Turismo de naturaleza	x	Turismo de aventura		T. comunitario /rural comunit.
	Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras		
	Otro ¿Cuál?						
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural	x	Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	Acuífero transfronterizo compartido con Brasil, Argentina y Uruguay. Es un reservorio de agua en el subsuelo y es considerado una de las mayores reservas de agua dulce en el mundo. El río Paraná forma parte de este gran ecosistema.						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>				<b>4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN</b>			
Criterios			Puntaje				
3.1. Singularidad			3				
3.2. Reconocimiento			3				
3.3. Capacidad de carga			1				
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>22</b>		Fuente		
<b>5. OBSERVACIONES GENERALES</b>							

Fecha marzo 2019





# 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)