



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

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Municipio de Villa Hayes



TETĀPY
JEHECHAUKA
SĀMBYHYHA
SECRETARÍA
NACIONAL
DE TURISMO

■ TETĀ REKUÁI
■ GOBIERNO NACIONAL

Paraguay
de la gente



BID



Paraguay
Rehandumantevotrá

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Municipio de Villa Hayes

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	17
5.3.	Entorno geográfico	19
5.4.	Mercado Turístico.....	33
5.5.	Gobernanza y competitividad.....	70
5.6.	Instrumentos de análisis estratégico.....	81
5.7.	Mesa de Turismo	85
6.	Desarrollo del Plan	86
6.1.	Modelo de desarrollo turístico y posicionamiento.....	86
6.2.	Pilares y Estrategias del Plan	88
6.3.	Programas y Acciones Privado.....	96
	Fuentes.....	139
	Secundarias.....	139
	Primarias.....	142
	Anexo: operadores que comercializan Paraguay.....	143
	Anexo: legislación vigente.....	151
	Anexo: fichas de inventario de atractivos.....	152

Índice de tablas, ilustraciones y mapas

Tabla 1. Principales especies de peces de importancia comercial.....	23
Tabla 2. Tendencias turísticas más destacadas para 2019.....	35
Tabla 3. Puntos de control migratorio terrestre	39
Tabla 4. Visitantes ingresados al Paraguay según puntos de ingreso 2010-2015.....	39
Tabla 5. Atractivos visitados en Villa Hayes	50
Tabla 6. Flujos de turistas en Villa Hayes	51
Tabla 7. Recursos de Villa Hayes evaluados.....	53
Tabla 8. Atractivos más promocionados de Villa Hayes.....	55
Tabla 9. Matriz de posicionamiento.....	69
Tabla 10. Mapa de Actores – Rol Expectativa	75
Tabla 11. Productos ofrecidos de Villa Hayes	78
Tabla 12. DAFO Villa Hayes	82
Tabla 13. Estrategias derivadas del DAFO.....	83
Tabla 14. Impactos ambientales, sociales y culturales de los flujos turísticos	84
Tabla 15. Listado de Personas propuestas para conformar la Mesa de Turismo en Villa Hayes.....	85
Ilustración 1. Planes marco del Paraguay	7
Ilustración 2. Costanera	29
Ilustración 3. Talabartería	29
Ilustración 4. Muelle embarcadero	32
Ilustración 5. Museo Municipal Don Salvador Garozzo	32
Ilustración 6. Museo Municipal Don Salvador Garozzo	32
Ilustración 7. Turismo internacional 2017	33
Ilustración 8. Ocho tendencias de viaje para 2019	34
Ilustración 9. Llegadas de turistas internacionales	37
Ilustración 10. Llegadas mensuales de turistas internacionales.....	38
Ilustración 11. Mercado actual de turistas internacionales.....	38
Ilustración 12. Medio de transporte utilizado para acceder al Paraguay	40
Ilustración 13. Motivo de viaje.....	40
Ilustración 14. Medio de compra del viaje por parte de los turistas	41
Ilustración 15. Actividades realizadas por turistas en el destino	43
Ilustración 16. Movimiento mensual de turistas domésticos	44
Ilustración 17. Estacionalidad turismo doméstico vs receptivo.....	44
Ilustración 18. Estadía promedio	45
Ilustración 19. Satisfacción de la experiencia	46
Ilustración 20. Departamentos visitados en Paraguay.....	47
Ilustración 21. Actividades realizadas por turistas domésticos.	47
Ilustración 22. Competitividad turística en el Paraguay según FEM.....	48
Ilustración 23. Participación del turismo sobre el PIB.	49
Ilustración 24. Imágenes de la campaña turística de Argentina	67
Ilustración 25. Imágenes de la campaña turística de Bolivia	67
Ilustración 26. Imágenes de la campaña turística de Brasil	68
Ilustración 27. Imágenes de la campaña turística de Uruguay	68
Ilustración 28. Imágenes de la campaña turística de Paraguay	69
Ilustración 29. Nueva cadena de valor del turismo.....	70
Ilustración 30. Impacto ambiental de las industrias en la Costanera	81

Mapa 1. Ubicación geográfica del Paraguay y departamento de Presidente Hayes	4
Mapa 2. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y departamentos	11
Mapa 3 División administrativa Departamento de Presidente Hayes	11
Mapa 4. Barrios de Villa Hayes.....	12
Mapa 5. Red vial de Villa Hayes	19
Mapa 6. Hidrografía de Villa Hayes	20
Mapa 7. ASP de Paraguay.....	24
Mapa 8. ASP de Villa Hayes	26
Mapa 9: Servicios de Villa Hayes.....	30
Mapa 10: Atractivos Tursitico de Villa Hayes	57
Mapa 11: Georreferenciación del Parque Costero	80
Mapa 12. Circuito histórico cultural- natural fluvial de Villa Hayes.....	112

Listado de acrónimos y abreviaciones

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

1. Presentación del Plan

A continuación, se presenta el [Plan de Desarrollo Turístico de Villa Hayes \(PDTVH\)](#). El PDTVH se encuentra enfocado territorialmente en el Distrito de Villa Hayes, Departamento de Presidente Hayes.

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

El [Plan de Desarrollo Turístico de Villa Hayes \(PDTVH\)](#), 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 de 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, mesas 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. Endosa la seriedad del ejercicio y el compromiso de las partes. Es por ello, que se han identificado aquellos prioritarios para el desarrollo del destino, estableciendo las características del mismo, desde su descripción, cronograma, 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 acciones que respondan a las necesidades futuras turísticas.

2. Descripción del destino

El distrito de Villa Hayes es la capital del Departamento de Presidente Hayes, ubicado en la margen occidental del Río Paraguay. Es la ciudad mayor y entrada principal al Gran Chaco Boreal Paraguayo, conocida como la Región Occidental de Paraguay y región SubChaco. Es conocida como “La Puerta del Chaco Paraguayo”, “La Ciudad del Acero” o “La Ciudad De Los 5 Nombres”.

Villa Hayes se localiza a 31 km de la ciudad de Asunción, rodeado por el río Verde al norte y el río Negro que hace las veces de límite con el municipio José Falcón hacia el sur. Al oeste limita con la ciudad de Benjamín Aceval.

Su fundación se remonta al año 1786, durante el gobierno colonial de Don Pedro Melo de Portugal y Villena, gobernador de la entonces Provincia del Paraguay. Fue en ese año que el sacerdote católico Juan Francisco Amancio González y Escobar, fundó y dirigió una reducción a la que llamó “Reducción Melodía”, que fue el primer asentamiento humano en el lugar. El mencionado sacerdote dejó profundas huellas entre los nativos, por sus enseñanzas y su paciencia, pero unos años más tarde la colonia fue abandonada. En honor al religioso, los pobladores llamaron al lugar “Amancio Cué”.

En 1855, por Decreto del presidente de la República, Don Carlos Antonio López, Amancio Cué se transformó en “Colonia Nueva Burdeos” luego de la llegada de los inmigrantes franceses.

Al poco tiempo, la Colonia fue nuevamente abandonada por los inmigrantes y por disposición oficial de fecha 13 de junio de 1856, se convirtió en “Villa Occidental”.

Finalizada la Guerra de la Triple Alianza, en las postrimerías del año 1869, Argentina reclamó como suyo el territorio comprendido entre el Río Pilcomayo y el Río Verde, que incluía la Villa Occidental. Ambos países consintieron en someter la porción de tierra pretendida a la decisión de un árbitro internacional, siendo designado para juzgar el litigio el entonces presidente de los EE.UU., Rutherford B. Hayes. El Laudo arbitral de fecha 12 de noviembre de 1878 dispuso: “...Hago saber que ..., vengo a decidir, por la presente, que la expresada República del Paraguay, tiene LEGAL y JUSTO TÍTULO al territorio situado entre los Ríos Verde y Pilcomayo, así como a la Villa Occidental comprendida dentro de él...”.

Este hecho motivó al entonces presidente de la República, Don Cándido Bareiro, a firmar un Decreto, el 13 de mayo de 1879, por el cual se cambió el nombre de Villa Occidental por el de “Villa Hayes”.

Cronología de Villa Hayes

Su antigüedad se remonta al siglo XVI. Solo habitan este territorio, pueblos originarios del Chaco Paraguayo. En el siglo XVI Roque González de Santa Cruz funda yakosa o sasoka.

- 1786. Se funda la Reducción de Melodía o Paraíso de Melodía.
- 1800. La ciudad es llamada Amancio Cué.
- 1855. Llegada de los colonos franceses, la ciudad fue refundada como Nueva Burdeos.
- 1856. La ciudad es rebautizada con el nombre de Villa Occidental.
- 1865-1870. Se inicia la guerra de la Triple Alianza. Gobierno de Mariscal Francisco Solano López.
- 1869. Finales de la Gran Guerra. Soldados argentinos toman Villa Occidental
- 1872. Ocupación argentina, Villa Hayes fue llamada Villa Argentina.
- 1876. Tratado Machaín-Irigoyen. Argentina reconoce como paraguay el territorio situado al norte del Pilcomayo, exceptuando la zona de Villa Hayes.
- 1878. Laudo Hayes. El laudo corresponde al territorio del Chaco entre los ríos Verde, Paraguay y Pilcomayo. Aquí se inicia un nuevo rumbo para la ciudad, la “capital del Chaco”.
- 1879. El 13 de mayo de 1879 se la denomina “Villa Hayes”, en honor al presidente de los Estados Unidos, Rutherford B. Hayes.

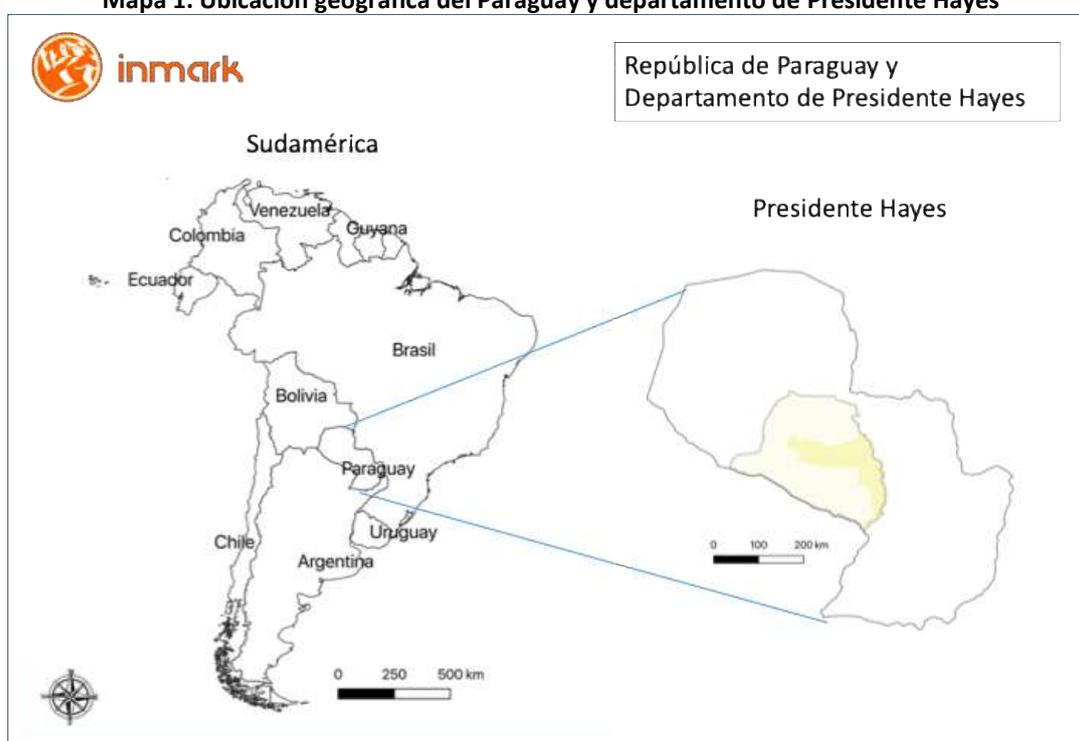
- 1930. El gobierno boliviano reclama la región de Villa Hayes; el paraguayo, la del Parapití.
- 1932-1935. La Guerra del Chaco. El mayor conflicto bélico de Sudamérica del siglo XX.
- 1935. El 12 de junio de ese año se firma el acuerdo de paz. La cuestión de límites, después de largas negociaciones, se fija con el tratado del 21 de julio de 1938.

Es **capital del departamento desde 1999** por cuenta de una ley del Congreso Nacional en la que se reemplazó a Pozo Colorado.

Basa su economía principalmente en la ganadería, la producción de leche, el maíz y la caña de azúcar.

Según datos de la municipalidad, Villa Hayes ha experimentado un gran desarrollo urbanístico, creciente movimiento económico-comercial y un auspicioso desarrollo en materia turística y cultural.

Mapa 1. Ubicación geográfica del Paraguay y departamento de Presidente Hayes



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

Villa Hayes se caracteriza por contener un rico y variado patrimonio cultural e histórico, conformado por diferentes elementos patrimoniales y arquitectónicos. Es debido a que Villa Hayes ha sido escenario de innumerables sucesos, que han afectado no sólo el rumbo local, sino también nacional, que, a través de los años, han dejado impronta en sus antiguas construcciones, hoy en día formando el grupo de los "Patrimonios Culturales Tangibles Inmuebles de Villa Hayes".

En cuanto al patrimonio natural, Villa Hayes destaca por su riqueza hídrica y por ser la entrada del Chaco. Muchas de las especies de fauna y flora que conforman el patrimonio natural de Villa Hayes son endémicas del Chaco y/o están amenazadas y/o en peligro de extinción.

Es de destacar también el patrimonio fluvial que poco a poco se está desarrollando en Villa Hayes, con la costanera, el Muelle y otros elementos históricos que se encuentran en el río como el Peñón.

Respecto al sector turístico, Villa Hayes cuenta con un museo, servicios de alimentación, fincas ganaderas, que forman parte de la oferta turística, y recursos turísticos que se desarrollan en torno a la biodiversidad y el patrimonio histórico – cultural.

3. Resumen Ejecutivo

La República de Paraguay está dividida en 17 departamentos, siendo Asunción su capital, la cual centraliza las actividades políticas y comerciales del país. Por su parte, Ciudad del Este, en el Departamento de Alto Paraná, es la segunda ciudad, conocida por ser 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, la situación de las infraestructuras son retos que necesitan ser mejorados. La infraestructura 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.

Respecto al patrimonio cultural de 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 del 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 económico, como es el caso de Argentina, lo que afecta la economía nacional. [Se da la paradoja que sus principales mercados emisores son, a la vez, sus principales competidores.](#)

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

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

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

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

[El distrito de Villa Hayes se caracteriza por ser un destino con un elevado valor cultural](#), con elementos históricos que lo definen y que son muy importantes para entender sucesos como la Guerra del Chaco.

Villa Hayes se encuentra ubicado entre el río Paraguay y el Pilcomayo, lo que le confiere un elevado potencial para el turismo fluvial. Esto implica el desarrollo ribereño materializado en la construcción de la Costanera y el nuevo Muelle - Embarcadero, elementos esenciales para posicionarlo como destino turístico fluvial. Una ventaja competitiva es la cercanía a Asunción, reconociendo aspectos esenciales y diferenciales como la gastronomía; por ejemplo, el asado chaqueño.

Villa Hayes, “Puerta del Chaco” se proyecta como un modelo de destino turístico tradicional, a través de la comercialización, principalmente, de dos circuitos turísticos: el Circuito Cultural Histórico y el Circuito Natural -Fluvial, siendo este uno de los preferidos por el turista nacional, el cual puede acceder a la biodiversidad chaqueña, a una distancia de 30 Km de la capital.

Villa Hayes necesita implementar una estrategia de desarrollo sostenible para avanzar turísticamente, ya que se enfrenta a un gran reto, compatibilizar el desarrollo turístico con el desarrollo industrial que lo caracteriza. Este hecho se evidencia en la proliferación de industrias en la ribera del río en Villa Hayes incompatibles con un desarrollo turístico del territorio. Desde este punto de vista, si lo que se pretende es comercializar circuitos fluviales donde el componente paisajístico ha de tener un alto valor ecológico, la ocupación industrial provoca un fuerte impacto visual en el turista, perdiendo valor y calidad esta experiencia.

Villa Hayes es un destino emergente. Se encuentra en un momento inicial de desarrollo y debe orientarse a acciones como; ordenar y mejorar sus atractivos turísticos, naturales y culturales, invertir en planta turística, dotar a los circuitos de la infraestructura necesaria, señalar vial e interpretativamente los circuitos, que es lo que da valor al destino y le confiere singularidad. Además, Villa Hayes ha de optimizar el transporte terrestre, a través de la dotación de un mayor número de líneas interurbanas que lo conecten con el resto del Chaco.

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

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

Villa Hayes, siguiendo las tendencias internacionales, debe ser un referente en términos de sostenibilidad frente al resto de los destinos que conforman la región. Ser un destino competitivo, tomando decisiones que afectan al desarrollo del territorio. La primera y más urgente es decidir si quiere apostar por el turismo sostenible o potenciar la vocación industrial; su desarrollo territorial depende de a qué sector económico decida apostar los próximos años.

4. Planificación turística del Paraguay

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

Ilustración 1. Planes marco del Paraguay



Fuente: Inmark Europa S.A.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

El **PMNDyOT**, permite, a través de sus diferentes instrumentos (acciones, normativas e instrumentos), organizar más eficazmente el territorio de manera que se generen las condiciones básicas que viabilicen el desarrollo económico y productivo, la mejora de la calidad de vida de la población, el desarrollo político e 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 por 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 2019 - 2026**”, 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 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, 2013](#)”, herramienta para promover el desarrollo del Turismo Rural Comunitario (TRC), el cual se enmarca como un elemento de inclusión social con efectos distributivos de renta, una vez que la población, de una forma u otra, participa en los servicios turísticos que son ofrecidos en sus comunidades.

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

5. Diagnóstico

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

5.1 Análisis del entorno

5.1.1. Contexto político y administrativo

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

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

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

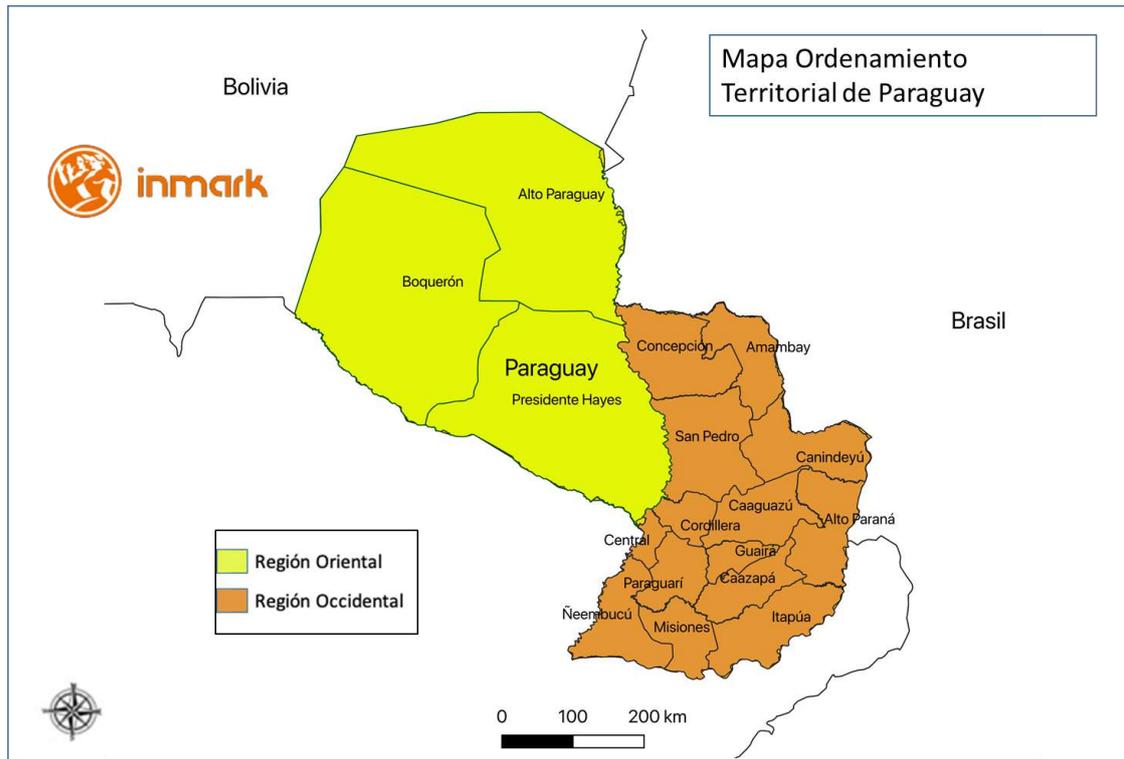
En lo que respecta a las relaciones exteriores, [Paraguay pertenece al Mercosur](#) (Mercado Común del Sur) y a la [Unasur](#) (Unión de Naciones Suramericanas), lo cual facilita los flujos de visitantes y comercio entre los países miembro. Mantiene relaciones estrechas con la Unión Europea y Taiwán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

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

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

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

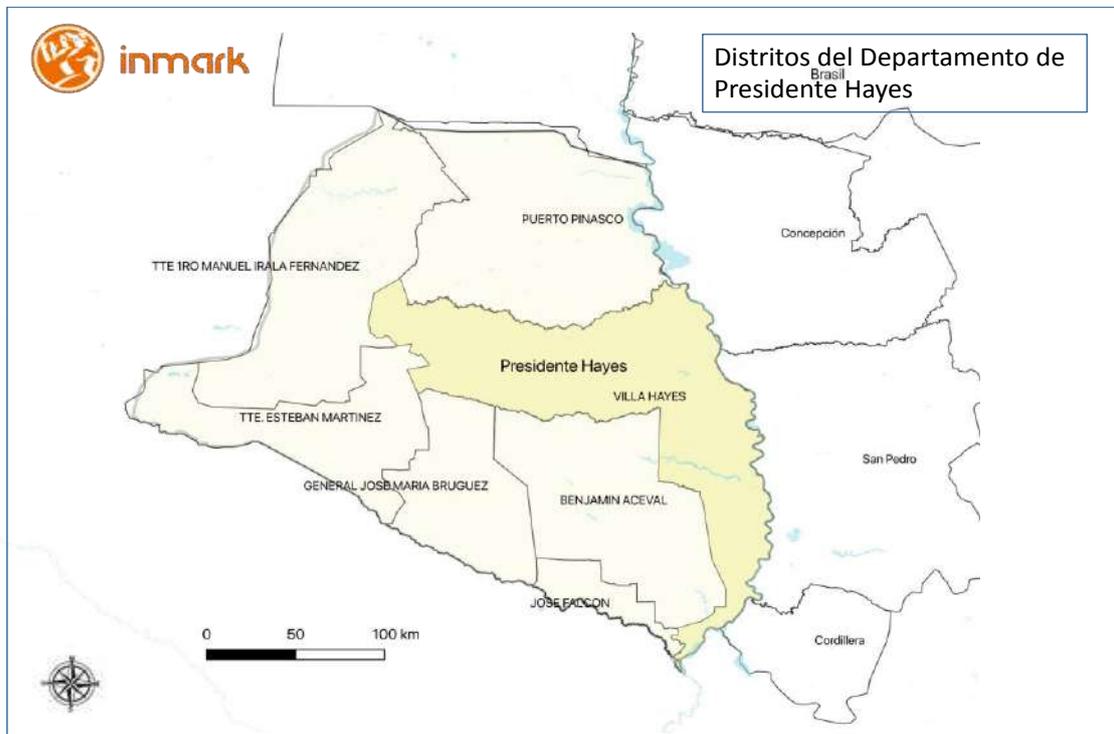
Mapa 2. Ubicación geográfica de la República del Paraguay y departamentos



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

El Municipio de Villa Hayes pertenece a la [Región Oriental de Paraguay](#).

Mapa 3 División administrativa Departamento de Presidente Hayes



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

5.1.2. Contexto Urbano de Villa Hayes

Villa Hayes se halla ubicada en la costa Occidental del Río Paraguay, circundada por los Ríos Verde al Norte y Negro límite con el Municipio de José Falcón, al Sur y al Oeste, con la ciudad de Benjamín Aceval. Es el municipio más importante del XV Dpto. de Presidente Hayes, y es la Capital Departamental. La Ruta N° 9 “Carlos A. López”, conocida como Transchaco, la cruza de Este a Oeste, empalmando al Sur con el Puente Remanso, considerado como la “Puerta del Chaco”.

Para llegar a la ciudad desde Asunción, hay que atravesar el Río Paraguay, a través de la unión física de las dos regiones naturales del Paraguay, Región Oriental y Occidental, que es el puente llamado "Remanso". Esta vía es un nexo estratégico y primordial de tránsito de personas y mercaderías hacia la capital del país, de todo el Chaco Paraguayo, de Argentina, como también de Chile.

Existen varias localidades en la zona rural bajo la jurisdicción Distrital de Villa Hayes, con bloques urbanos importantes, como Pozo Colorado y Remansito, este último, distante tan solo 11 Km. e incluso más cercano a la capital. A continuación, se citan junto con los barrios ubicados en la zona urbana:

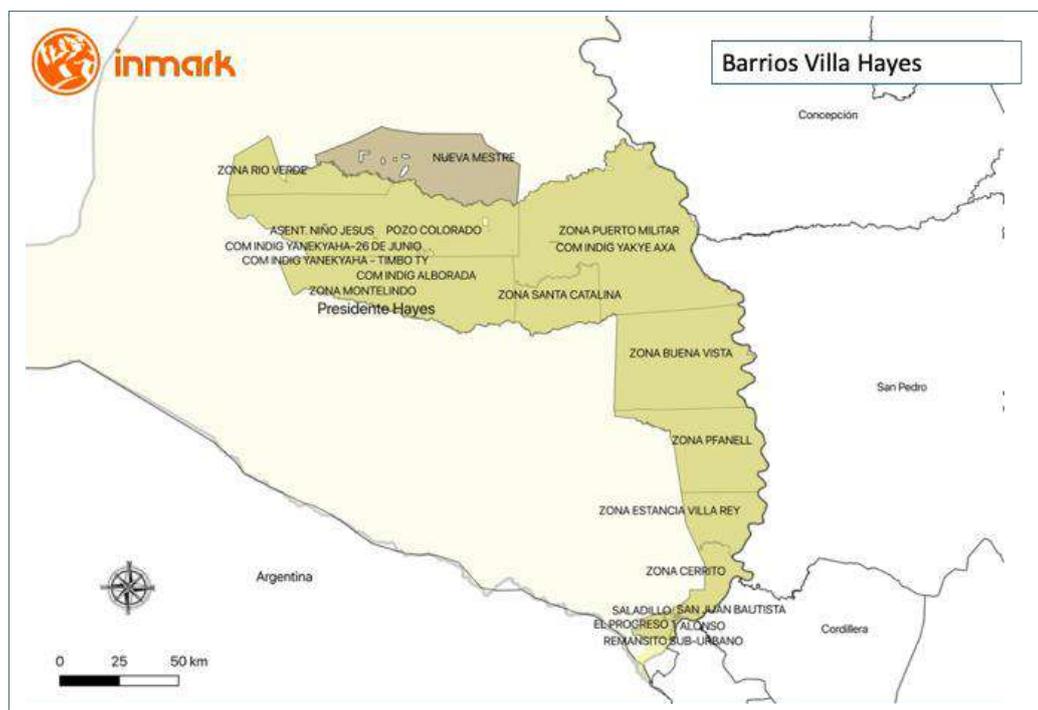
Zonas en las que subdivide el Municipio de Villa Hayes

- | | | |
|------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 1. Zona Montelindo | 5. Zona Estancia Villa Rey | 9. Zona Chaco í |
| 2. Zona Santa Catalina | 6. Zona Cerrito | 10. Zona Beterete Kue |
| 3. Zona Buena Vista | 7. Zona Rio Verde Villa Hayes | 11. Zona Puerto Militar |
| 4. Zona Pfanl | 8. Zona Remansito | |

Barrios Catastrados de la Zona Urbana

- | | | |
|---------------|--------------------------|-----------------------|
| 1. Alonso | 5. Saladillo | 9. Santa Librada |
| 2. Cerro | 6. San Jorge | 10. María Auxiliadora |
| 3. Pañete | 7. Pa í Roberto Chaparro | 11. San Miguel |
| 4. Golondrina | 8. San Juan Bautista | 12. 8 de Diciembre |
| | | 13. Isla Itá |

Mapa 4. Barrios de Villa Hayes



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

Localidades bajo la jurisdicción del distrito de Villa Hayes

■ Remansito

Es una localidad del distrito de Villa Hayes, que se encuentra situada en la cabecera del Puente Remanso de la margen derecha (Región Occidental) del río Paraguay sobre la Ruta N° 9 Carlos Antonio López o Transchaco. Situada a 10 kilómetros del centro de Villa Hayes y 26 kms. de Asunción. En las últimas décadas registró un importante aumento poblacional que generó una expansión del área ocupada por la comunidad. La población de Remansito es de aproximadamente 19.000 habitantes.

Cuenta con todos los servicios tales como centros educativos, comercios, industrias, establecimiento de salud, espacios deportivos y recreativos, local policial, también se encuentra en la zona un destacamento militar y puesto de control aduanero.

En la actualidad la población celebra la fiesta patronal en honor a San Vicente de Paul. Al transcurrir el tiempo la zona fue creciendo; en el presente, Remansito es una comunidad dinámica y laboriosa, ubicada en una rotonda internacional y que se extiende hasta la rivera del Río Paraguay.

■ Chaco'í

Chaco'í es una importante localidad y puerto de la jurisdicción del municipio de Villa Hayes, situado en la orilla opuesta de Asunción sobre el río Paraguay en el Departamento de Presidente Hayes y cercana a la frontera con Argentina.

Anteriormente, hasta finales de la década de los 70, el cruce de vehículos terrestres que realizaban viajes al Bajo Chaco y al territorio argentino se hacía por este puerto mediante una balsa que zarpaba desde la costa asuncena (sobre el río Paraguay) conocida como Banco San Miguel o Bañado Norte hasta la terminación del Puente Remanso y la pavimentación asfáltica del ramal Falcón - Remansito que actualmente conduce a la Argentina.

En esta localidad comienza la Ruta Nacional N° 12 "Vicepresidente Sánchez", conocida como Ruta Chaco'í o simplemente Ruta 12, cuya extensión es de aproximadamente 185 km. El único trayecto asfaltado es entre Remansito y José Falcón donde su principal función es la de exportar mercaderías hasta Argentina, también en el rubro de importación. Esta ruta atraviesa una zona muy importante en cuanto a ganadería. Acaba a unos 25 km. del histórico Parque Nacional Tinfunqué.

Chaco'í es una comunidad con historia, con más de 167 años de vida. Es la primera comunidad fundada por el entonces presidente de la República Don Carlos Antonio López, en el bajo Chaco, denominándolo San Venancio en honor a su hijo en el año 1844. Tiempo después se constituyó en un lugar privilegiado y donde los asuncenos de importante rango económico acudían para el descanso.

La localidad tiene su fiesta religiosa, que es la Fiesta de la Virgen Patrona de Chaco-í. Poco antes de la guerra del Chaco, la localidad, recibe la imagen de la Virgen Inmaculada Concepción, de manos de la Sra. Constancia Benítez Casco y, según anécdotas contadas por antiguos pobladores, la primera capilla fue construida con aporte de la comunidad y mano de obra de prisioneros bolivianos, quienes cuando la construcción llegó a la altura de las puertas se fugaron, completándose la misma por los pobladores del lugar desde entonces cada 8 de diciembre la comunidad rinde homenaje a su santa patrona.

En la actualidad ha aumentado las actividades económicas y productivas, instalándose industrias de todo tipo tales como: Fábrica de Cal Agrícola Paí Puku, Fábrica de Balanceado Chakurrai, Ganadera San Humberto, Fabrica de Carbón EURO - GROUP, Cerámica Irene, Cerámica Itá Yby, Cerámica Asunción, Cerámica La Roca, Cerámica María del Carmen, Fraccionadora de Oxígeno CP, Embasadora de Leche de Cabra Agrofuturo, Curtiembtería Maramba, Astillero Río Paraguay, Puerto Privado UABL, Puerto Privado Salbupar, Puerto Privado Sanchez, entre otros, que junto a la actividad comercial con el vecino país y la ganadería constituyen fuentes de ingresos a la chacoiteños.

Otras localidades son:

- Gaspar Rodríguez de Francia (Ex Beterete Cué)
- Pozo Colorado

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 turístico.

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

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 país³. Posteriormente, **la guerra del Chaco (1932-1935)** también influyó en la demografía paraguaya.

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

Villa Hayes cuenta con 47.381 habitantes en total, de los cuales, 24.235 son hombres y 23.056 mujeres, según proyecciones de la Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos. De este total, casi el 70% se encuentra concentrado en el área urbana y un 30% en las zonas rurales. Las comunidades indígenas existentes en la ciudad son: nivaclé, angaité, guaná, maká y chamacoco.

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).

³ Fuente: Wikipedia.

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

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

La economía de Villa Hayes está basada en⁴

- **Sector financiero.** De este sector funcionan en la ciudad varias entidades bancarias, como el Banco Continental, Banco Familiar, Banco Visión y el Banco Interfisa. Las Cooperativas Yoayú y 8 de marzo tienen sucursales habilitadas, además de la Fundación Paraguaya de Cooperación y Desarrollo que ofrece créditos a los microempresarios.
- **Sector comercial.** El comercio está concentrado en el casco urbano, con una oferta de bienes de todo tipo. En este sector también destacan los locales de venta de productos artesanales de cuero. Los artesanos locales siguen manteniendo una antigua tradición en la elaboración de artículos en general para trabajadores de estancias y afines.
- **Sector agrícola.** Entre los principales cultivos se encuentran el sésamo, maní, caña de azúcar, batata, cebolla, tomate, lechuga, zanahoria y tártago entre otros. También el cultivo de algodón y el sorgo integran gran parte de las extensiones de cultivo, este último, principalmente para su ensilado como reserva forrajera durante los periodos críticos de la sequía.
- **Sector ganadero.** Gran parte de los habitantes del distrito se dedica a la ganadería (carne y derivados, cuero, lana y leche, insumos a industrias de la zona), y en menor proporción a la agricultura. A la ganadería bovina, porcina, equina, caprina y ovina -las más comunes- se han sumado, últimamente, la cría de liebres, cuyes, carpinchos, nutrias y otros animales alternativos.

Otra actividad que ha cobrado notoriedad en los últimos años y que tiene una muy buena aceptación a nivel regional, es la confección de prendas de vestir con telas de lienzo y ahó poí.

Existen empresas familiares, que además de dedicarse a la agricultura, están incursionando en el área de la piscicultura. Entre las especies que se pueden mencionar están tilapia, bagre, boga, pirapitinga, dorado, surubí, pacu, etc. Esta producción luego es vendida en su mayor parte en la capital del país.

⁴ Información extraída del Plan de Desarrollo Municipal de Villa Hayes 2017 – 2030.

El sector industrial es muy fuerte en Villa Hayes. Posee importantes industrias como la planta siderúrgica de “Aceros del Paraguay” (ACEPAR), que se localiza en la margen derecha del Río Paraguay. Cuenta con un muelle de 16 m. x 100 m. totalmente equipado para la recepción de barcasas, facilitando de esta forma la carga y descarga de materiales transportados por vía fluvial. Produce y comercializa laminados de acero para la industria y la construcción. Sus principales productos son: alambrones para trefilería, barras lisas y conformadas para uso estructural y construcción civil. Produce además cal viva triturada, cal agrícola y oxígeno líquido. Esta empresa siderúrgica constituye una de las principales fuentes de trabajo de la ciudad, ocupando actualmente a alrededor de 1.000 trabajadores, la mayoría de ellos residentes en Villa Hayes y sus alrededores.

Otra industria importante es “Trovato C.I.S.A”, una moderna planta de fabricación de jabones de tocador, con calidad internacional, en gran parte destinados a la exportación.

Se encuentra también presente, la empresa “Astilleros Chaco” S.A., ubicada en la margen derecha del Río Paraguay, colindante con ACEPAR, cuya actividad principal es el ensamble de barcasas de gran calado y la reparación de embarcaciones. Construye barcasas para cargas pesadas, graneleros, barcasas-tanques, para transportar combustibles y aceites vegetales de 1.000 a 2.000 toneladas.

Cabe mencionar también la instalación del Frigorífico Neuland, una planta de faenamiento bovino, tanto para el mercado nacional como para la exportación. Además de procesadores de cueros vacunos (curtiembres) que operan en la jurisdicción.

En la ciudad también funcionan dos canteras importantes para la provisión de piedras para carreteras nacionales como para la exportación.

Recientemente se han instalado en la zona dos importantes cementeras internacionales - Cementera Tasser SA y la Cementera Yguazú-, dando un importante impulso a la economía local.

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.

Al respecto, fuentes de información para viajeros de Estados Unidos, España, Australia e Inglaterra, en el contexto de los denominados **Travel Warnings** incluyen al Paraguay por el aumento del riesgo en algunas áreas, específicamente para el departamento de Alto Paraná, por tener elementos criminales transnacionales como tráfico ilícito de armas, narcóticos, y bienes, además de que la presencia de la policía es limitada. No hay menciones específicas, en ningún caso, a Villa Hayes.

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 Paraguay.

En la ciudad de Villa Hayes, departamento de Presidente Hayes, se lanzó el *“Plan Estratégico Integrado para la prevención de hechos punibles en el marco de la seguridad y convivencia ciudadana”*.

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, CADEP⁵. 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 Oriental del Chaco se halla más aislada, sin servicios, con vías destapadas y difícilmente practicables en épocas lluviosas ya que requieren el uso de vehículos todo terreno, circunstancia que afecta el desarrollo turístico.

A pesar del crecimiento del tráfico aéreo en los últimos años, tanto internacional como doméstico, Paraguay tiene el menor de toda Latinoamérica. En 2017 se registró un crecimiento interanual del 13% de pasajeros internacionales (GHP, 2018). El principal aeropuerto es el [Aeropuerto Internacional Silvio Pettrossi](#), el cual está ubicado en la ciudad de Luque a 13 Km. de Asunción, 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 2018, conectando las ciudades de Buenos Aires y Asunción. La línea aérea cuenta con 4 frecuencias semanales entre el aeropuerto Silvio Pettrossi y El Palomar, en el Gran Buenos Aires, los días lunes, miércoles, viernes y domingos, con aeronaves Boeing 737-800 de 189 asientos. Tiene conexiones con 12 puntos en Argentina vía Buenos Aires.

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).

⁵ Fuente: Julio Ramírez “Inversiones y financiamiento de obras viales”.

Otros aeropuertos utilizados para vuelos regulares son:

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

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

Existen pistas rurales, pero no son adecuadas para vuelos comerciales, solo para aviones de poco porte, taxis aéreos y otros para carga o insumos. Son pistas de tierra y no tienen servicios de Torres de Control (tan solo solo una cabina de radio básico). La necesidad de mejorar la conectividad aérea ha llevado al gobierno nacional a desarrollar una política de incentivos (SENATUR), incrementando las frecuencias internacionales con Ciudad de Panamá, Madrid y, a nivel regional, con Salta y Buenos Aires (Argentina) y Río de Janeiro (Brasil).

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

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

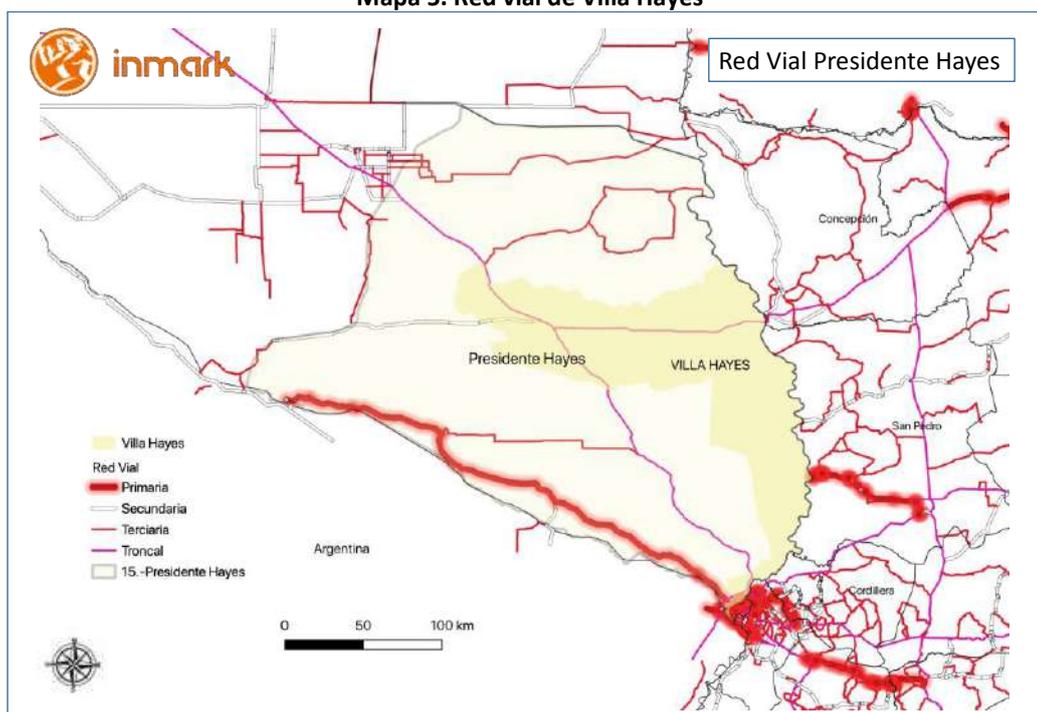
5.2.1.1. *Conectividad y accesibilidad de Villa Hayes*

En Villa Hayes opera el Aeroclub Nicolás Bo, dependiente de la Dirección Nacional de Aeronáutica Civil, construido en la década de los 80, que cuenta con 1.000 metros de pista compactada y en la que pueden operar aeronaves monomotores o bimotores. Cuenta con hangares y torre.

La principal vía de comunicación terrestre es la Ruta 9, "Presidente Carlos Antonio López" o Ruta "Transchaco", que cruza todo el Chaco Paraguayo de Norte a Sur. Varias derivaciones empalman con la Ruta 9, lo que permite la comunicación de la ciudad con cualquier punto del país. Ruta 9, cruza la ciudad de Este a Oeste, empalmando al Sur con el Puente Remanso, considerado como la "Puerta del Chaco" y que sirve de conexión entre Villa Hayes y Asunción.

El sistema viario de Villa Hayes sigue siendo muy deficiente: solamente algunas calles están asfaltadas y otras pocas con empedrado mientras que el resto se compone de tierra. En época de lluvia la mayoría de las calles se inundan y eso dificulta el acceso a los barrios debido a que no hay suficiente drenaje, no cuenta con veredas y hace que el agua servida se distribuya por toda la ciudad creando episodios de contaminación ambiental. Al oeste predominan las calles de tierra donde se ubica la mayor población, así como las zonas rurales de Villa Hayes.

Mapa 5. Red vial de Villa Hayes



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

Dos líneas de transporte público por carretera realizan el trayecto Villa Hayes – Asunción, la Empresa “Villa Hayes” – que también realiza tramos interurbanos- y la Empresa “La Chaqueña”. Además, algunas empresas de larga distancia realizan trasbordo en Villa Hayes, así como los servicios alternativos de transporte, como los taxis.

Villa Hayes también cuenta con una red fluvial de transporte de carga y pasajeros, principalmente, a través del Río Paraguay y el Río Pilcomayo al sur.

5.3. Entorno geográfico

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 Boreal⁶.

La orografía se caracteriza por presentar contrastes abruptos en algunas regiones del país, principalmente donde se elevan 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).

⁶ Fuente: Diccionario Espasa Calpe, pp. 1135-1136

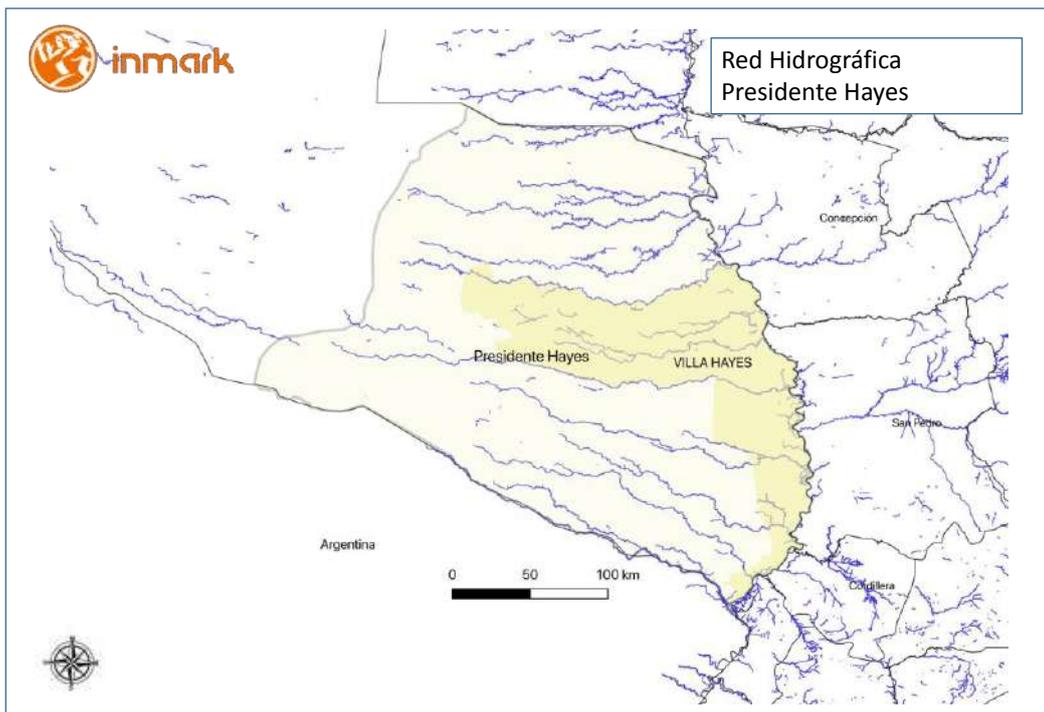
Se observa un buen potencial para desarrollar turismo de naturaleza en las áreas y reservas del Tati Yupí, Pikyry, Carapá, Mbaracayú y otros Parques Nacionales. Sin embargo, se advierte la inadecuación de accesos e infraestructuras y la tala indiscriminada de bosques, que se intenta controlar estableciendo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

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

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

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

Mapa 6. Hidrografía de Villa Hayes



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

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

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

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

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

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

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

La **riqueza hídrica del Paraguay constituye un factor de competitividad**. Aún 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

5.3.1.1. *Entorno físico de Villa Hayes*

Villa Hayes se encuentra bordeada por los ríos Paraguay y en parte por el río Pilcomayo. Otros cursos de agua importantes para este distrito lo constituyen el Río Confuso con una considerable extensión de 290 km de longitud con sus respectivos ecosistemas asociados: bosques de Galería, sabana arbolada de karanda y los humedales.

El río Paraguay nace en territorio brasileño en la Chapada dos Parécis del estado de Mato Grosso, cercano a la frontera con Bolivia, que separa la cuenca del Río Paraguay de las nacientes de algunos afluentes dependientes del río Amazonas. Tiene una profundidad promedio de 5,50 m y su longitud total es de 2.625 km siendo la anchura promedio de 500 m. Se une con el río Paraná en el extremo suroeste del Departamento de Ñeembucú y sirve de frontera natural con Brasil y Argentina.

El Río Pilcomayo nace en territorio boliviano, más precisamente en las estribaciones de la cordillera de los Andes. Tiene una longitud de 2.426 km. Su profundidad es muy variable debido a los sedimentos constantes que acarrea. El Pilcomayo es considerado uno de los ríos con mayor cantidad de transporte de sedimentos en el mundo, con una tasa media anual de 125 millones de toneladas. Esta particularidad constituye el rasgo natural por excelencia de la región, recorriendo más de 1.000 km desde los 5.500 m de altura en sus nacientes en Bolivia hasta los 250 m en los alrededores de Misión La Paz en territorio argentino. El río Pilcomayo ingresa al país por el Departamento de Boquerón y finaliza en las cercanías de la capital, Asunción, cuando se integra con el río Paraguay y sirve de frontera natural entre Paraguay y Argentina.

La región conocida como Bajo Chaco, se sitúa en la confluencia de los ríos Paraguay y Pilcomayo, abarcando la mayor parte del distrito de Villa Hayes paralela al río Pilcomayo. Esta zona se caracteriza por ríos lentos y sinuosos; terrenos bajos, que sufren cíclicas inundaciones en épocas de lluvia y por el aumento del caudal hídrico del Pilcomayo. Esta región es típica por sus extensos pantanos, palmares y campos cubiertos de maleza y pajonales.

No existen en la zona accidentes orográficos de importancia. En las proximidades de Villa Hayes se encuentra el Cerro Confuso, y más al norte los cerros Galván y Siete Cabezas. Las mínimas elevaciones se hallan en la confluencia de los ríos Pilcomayo y Paraguay, cerca de Asunción. En su territorio son comunes sus pantanos, palmeras y campos cubiertos de pajonales y totoras. El paisaje natural se caracteriza por un relieve que presenta un declive desde los contrafuertes de las elevaciones del oeste hacia la confluencia de los ríos Paraguay y Pilcomayo. Este ángulo que forman los dos ríos se llama Bajo Chaco y abarca parte de la superficie del Distrito de Villa Hayes. Esta zona se caracteriza por sus ríos lentos y sinuosos, sus terrenos bajos, anegadizos, fácilmente inundables en épocas de lluvias. Presenta pantanos, palmares y campos cubiertos por pajonales, arbustos espinosos y cactáceos.

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.

La Región Occidental del Chaco presenta alturas más bajas que las de la Región Oriental. Estas oscilan entre 91m y 390m. El Bajo Chaco o Chaco húmedo es una planicie inundable, y el Chaco Boreal o Chaco Seco Chaco Boreal es un territorio formado por un fondo marino que emergió en la era Cuaternaria, esta región está poblada de matorrales extensos y palmares, esteros y lagunas. La temperatura media anual varía entre 24 a 27°C.

5.3.2.1. *Climatología en Villa Hayes*

Villa Hayes tiene un clima tropical, registrando temperaturas entre los 19°C y 30° C. La temperatura media anual en Villa Hayes se encuentra a 23.4 °C. Se registran precipitaciones anuales de 1369 mm. El mes más seco es agosto, con 54 mm, mientras que es abril el mes en el que se registran mayores precipitaciones del año con 178 mm. La diferencia en la precipitación entre el mes más seco y el mes más lluvioso es de 124 mm. El mes más caluroso del año es enero, con un promedio de 28.1 °C. El mes más frío del año es julio, en el que se registra una temperatura promedio de 18°C.

5.3.3. Patrimonio Natural y biodiversidad

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

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

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

Existen en el Paraguay 99 especies registradas de peces con 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 pescados, como el dorado o el chafalote.

Tabla 1. Principales especies de peces de importancia comercial

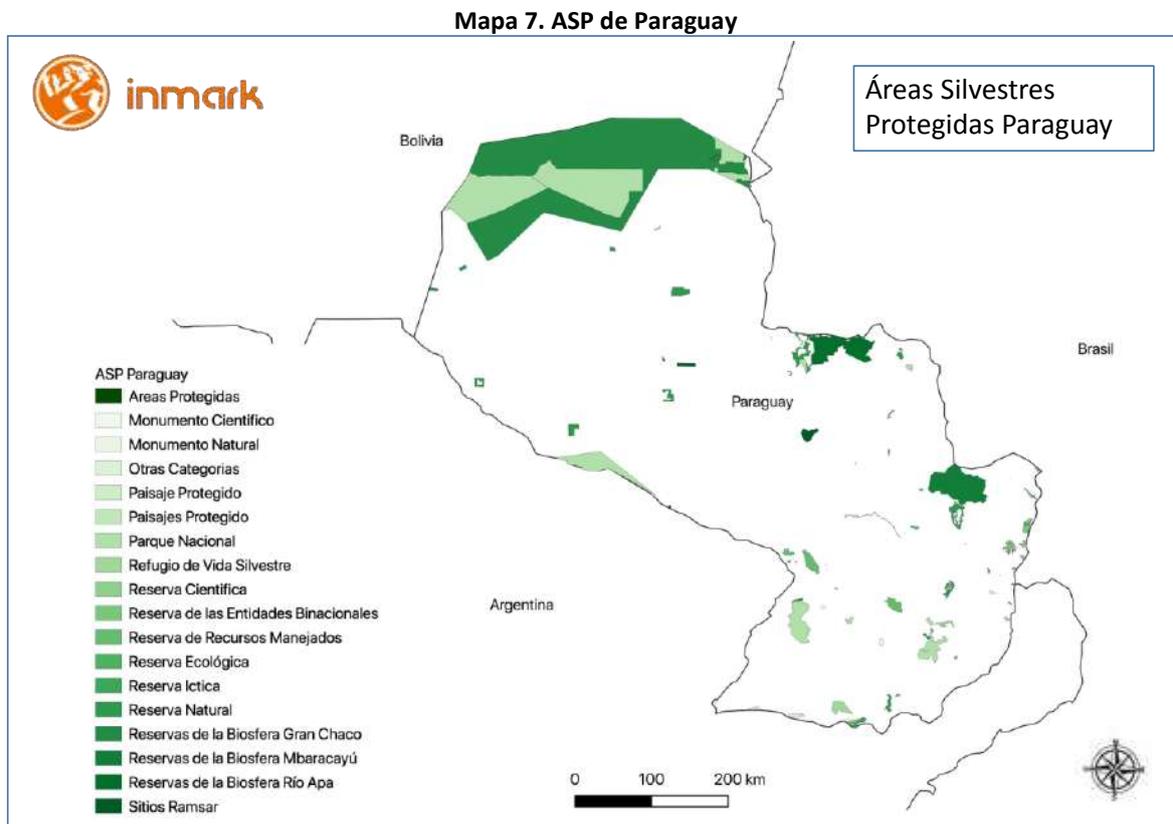
Río Paraguay	Río Paraná	Río Pilcomayo
Carimbatá – <i>Prochilodus lineatus</i>	Surubíes – <i>Pseudoplatystoma spp.</i>	Sábalo – <i>Prochilodus lineatus</i>
Boga – <i>Leporinus spp.</i>	Dorado – <i>Salminus brasiliensis</i>	Dorado – <i>Salminus brasiliensis</i>
Pacú – <i>Piaractus mesopotamicus</i>	Pacú – <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



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.

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

El Chaco paraguayo contiene dos regiones: el Chaco seco (a menudo llamado el Chaco) y el Chaco húmedo. El Chaco seco se extiende a través de segmentos de Paraguay, Argentina, Bolivia y una pequeña parte de Brasil. Destaca, la Reserva de Biosfera Chaco Paraguayo fue declarada por el Estado paraguayo en el año 2001, y luego reconocida por el programa MAB de la UNESCO en 2005. Dentro de su territorio confluyen cuatro eco-regiones: el Chaco Seco, el Chaco Húmedo, el Cerrado (la Chiquitanía) y el Pantanal. Se encuentra en los departamentos de Alto Paraguay y Boquerón, y es muy rica en diversidad ecológica y cultural. Fue creada debido a la necesidad de proteger grandes extensiones representativas que albergan muestras del patrimonio natural y cultural del Paraguay.

El Chaco contiene una alta diversidad florística, no escapando de estas condiciones la región de Villa Hayes, abarcando cerca de 5.000 diferentes especies de plantas. La vegetación de esta área incluye comunidades xeromórficas, sabanas mixtas, bosques húmedos tropicales, bosques arbustivos, y campos de inundación temporal (Zardini, 1993). Entre las especies endémicas en peligro de extinción por la deforestación se hallan el Trébol (Amburana cearensis) y el medicinal Palo Santo (Bulnesia sarmentoi).

La presencia de lagunas, así como los riachos temporarios, da a la región un atractivo que no se observa en otra parte del territorio chaqueño.

Animales amenazados por la caza y el comercio indiscriminados son entre otros, el yakaré overo, ciervo de los pantanos y lobito del río. Animales que podrían ser amenazados, si la caza y el comercio no son controlados, son el teju guazú, puma león, oso hormiguero, flamenco común, loro hablador común, tucán mboreví (tapir) y ñandú (avestruz).

Vertebrados raros o amenazados incluyen el armadillo gigante, el oso hormiguero, el jaguar, el mono nocturno (ka'i pyhare), el guanaco chaqueño, dos especies de tortugas, una especie de caimán, y el amenazado Peccari Chaqueño (Taguá), *Catagonis wagneri*, una reliquia pleistocénica que se pensaba extinto (solo conocido por archivos de fósiles) y "redescubierto" en 1975.

5.3.3.1. Patrimonio natural y biodiversidad en Villa Hayes

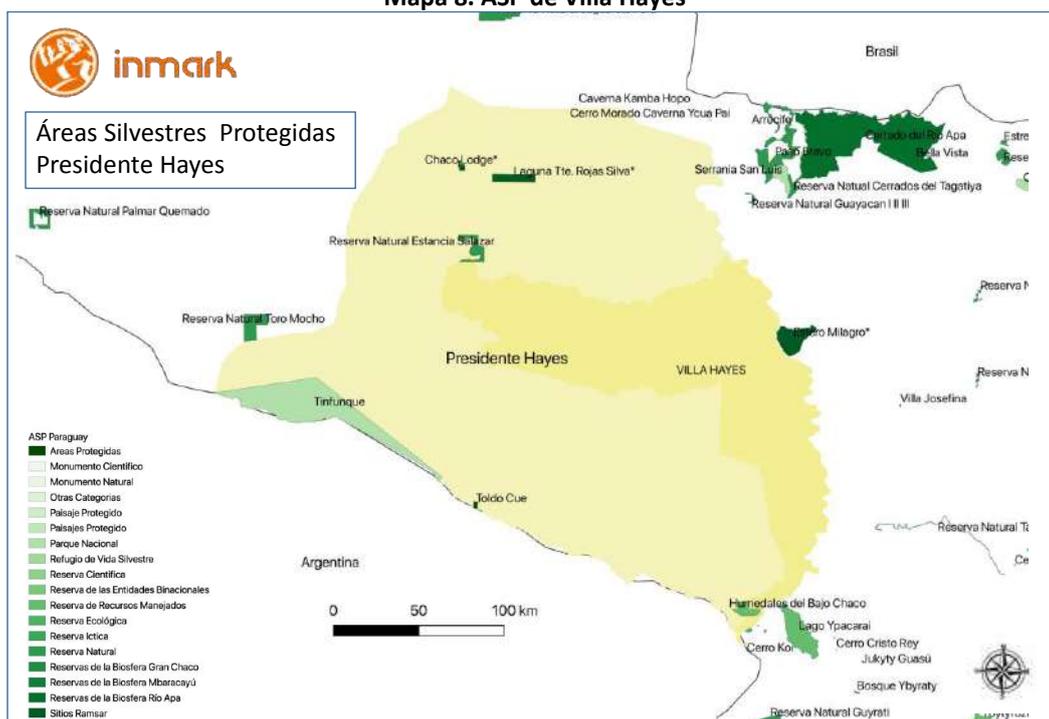
El Chaco es una de las áreas más ricas respecto de su diversidad animal, y Villa Hayes en sus zonas boscosas aún guarda una variedad importante en cuanto a la fauna se refiere.

Villa Hayes se encuentra ubicada en la región conocida como como Bajo Chaco. Se ubica exactamente en la zona en la que confluyen los ríos Paraguay y Pilcomayo; es una región que se caracteriza por sus extensos pantanos, palmares y campos cubiertos de maleza y pajonales. En esta zona también se hallan los humedales chaqueños; son depósitos de agua potable usada para consumo humano, riego y para el uso industrial.

La región en la que se encuentra Villa Hayes contiene una alta diversidad florística, la cual abarca cerca de 5.000 diferentes especies de plantas. A su vez, es una de las áreas más ricas respecto a la diversidad animal: es posible encontrar allí aves migratorias como los flamencos. De igual modo, animales como el yakaré overo, el armadillo gigante, el oso hormiguero, el jaguar, el mono nocturno (ka'i pyhare) y el guanaco chaqueño también se encuentran en la zona.

Los cerros de poca altura, Galván y Confuso, además del estero Patiño y la Reserva Natural "Parque Tinfunqué", albergan especies silvestres de la fauna y flora paraguaya.

Mapa 8. ASP de Villa Hayes



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

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.

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

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

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

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

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

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

5.3.4.1. *Patrimonio cultural de Villa Hayes*

Villa Hayes destaca por su patrimonio cultural, aunque es una ciudad con una vasta historia que remonta desde hace siglos, muchos de los edificios históricos representativos de la ciudad están en estado de abandono o simplemente no están puestos en valor ya que no existen políticas de preservación patrimonial que amparen estos elementos significativos para la ciudad. Algunos edificios se mantienen porque en ellos operan entes administrativos como la gobernación, otros son ocupados como vivienda familiar, comercio. Uno de los que está en mejor estado de conservación es el Centro Cultural Melodía, donde se imparten clases de música, informática e idioma y en la cual funciona una biblioteca destinada a toda la comunidad especialmente de estudiantes.

Las primeras construcciones de la ciudad datan de la época colonial, la mayoría de estas viviendas actualmente se encuentran deterioradas y modificadas perdiendo su forma original.

La migración francesa de mediados del siglo XIX marcó importantes aspectos en la historia de Villa Hayes. Los franceses dejaron importantes contribuciones en los ámbitos de la religión, la educación, los asuntos militares, las diversas actividades industriales y comerciales, la colonización de las tierras, la ciencia de la etnografía y la botánica, así como la geografía, la música, la medicina, la ingeniería y la aviación y la arquitectura tiene reminiscencias de estas migraciones.

Los edificios históricos o viviendas coloniales se caracterizan por su forma simple y cuadrada sin adornos, con ventanas rectangulares grandes que normalmente cuentan con rejas. Los iconos culturales más importantes de Villa Hayes son la iglesia Nuestra Señora de la Victoria, la gobernación (antiguo cuartel de las tropas invasoras argentinas), Centro Cultural Melodía (antigua gobernación de los argentinos), monumento al Mariscal Estigarribia, Puente Remanso y otros.

En la plaza de la ciudad, durante la Guerra del Chaco, funcionó el Hospital de Sangre.

También son lugares de atracción, las casonas de la ciudad, del siglo pasado, ubicadas mayoritariamente en el casco antiguo, fieles testigos que rememoran épocas pasadas.

La Iglesia en honor a la Virgen de la Victoria también es un lugar turístico. En el mes de octubre, se realiza la fiesta patronal en honor a su Santa Patrona Nuestra Señora de la Victoria, cuya imagen -según cuentan- llegó a la ciudad hacia el año 1837. La Virgen se había aparecido a unos soldados durante la Guerra del Chaco, dándoles de beber agua. La imagen apareció después de tres días nuevamente en la Iglesia, con el vestido lleno de espinos. Lleva un rosario en la mano y una palma de olivo enlazada con una cinta tricolor, que simboliza la Victoria, que dio origen a su nombre.

La costanera, con su mirador, las playas, y el importante puerto, recibe numerosos turistas durante todo el año, que llegan por agua, como también por carretera. En ella se encuentra el monumento en honor al Presidente Norteamericano Rutherford B. Hayes y otro en homenaje al Dr. Benjamín Aceval. En dicha zona, se encuentran la Gobernación del Departamento de Presidente Hayes y la Filial de la Facultad de Ciencias Económicas (FCEUNA) de la Universidad Nacional de Asunción.

Ilustración 2. Costanera



Fuente: Inmark Europa S.A.

En la playa o arenal de la costanera de la Ciudad, se realizan numerosos eventos recreativos.

En estos últimos tiempos ha aflorado exitosamente el denominado turismo de estancias, en que el sector ganadero está intentando dedicarse al sector turístico. También la pesca deportiva es una atractiva actividad recreativa.

Uno de los lugares más frecuentados por la población Villahayense es “el Mirador”, un espacio de recreación en la ribera del río Paraguay, donde se reúnen en familia generalmente los fines de semana, que cuenta con un playground y una arenera (lugar donde se extrae arena del río) que la gente aprovecha como un área de juegos y para realizar actividades deportivas.

Otro lugar de recreación importante es la plaza Héroes del Chaco, donde durante la guerra de la Triple Alianza funcionaba el Hospital de Sangre y que, actualmente, es un espacio público que cuenta con una biblioteca comunitaria, bancos, basureros y wifi libre para incentivar su uso.

Es de destacar la Artesanía del Cuero (Talabartería), aunque es necesario mejorar su puesta en valor.

Ilustración 3. Talabartería



Fuente: Inmark Europa S.A.

5.3.5. Infraestructura y servicios

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

■ **Servicios públicos y suministros**

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

También según la Dirección de Agua Potable y Saneamiento, el departamento Presidente Hayes y sus municipios incluido Villa Hayes, tienen una buena cobertura del servicio de provisión de agua por red, hecho reflejado en la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) que realiza la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos: el 90,50% de la población tiene acceso a fuentes de agua mejoradas, el 90% de estas aguas provienen de diferentes redes de acueducto.

Adicionalmente, el 63,25% de la población tiene algún sistema para manejo de residuos líquidos, del cual el 7,04% corresponde a la Red de Alcantarillado Sanitario (cloaca), este es uno de los índices de uso de alcantarillado sanitario más alto del país.

Por otro lado, en el departamento Presidente Hayes y sus municipios el 90,79% de la población tiene energía proveniente de las redes de distribución pública. Esto es un común denominador en Paraguay, ya que es uno de los países con mayor producción de energía de fuentes renovables.

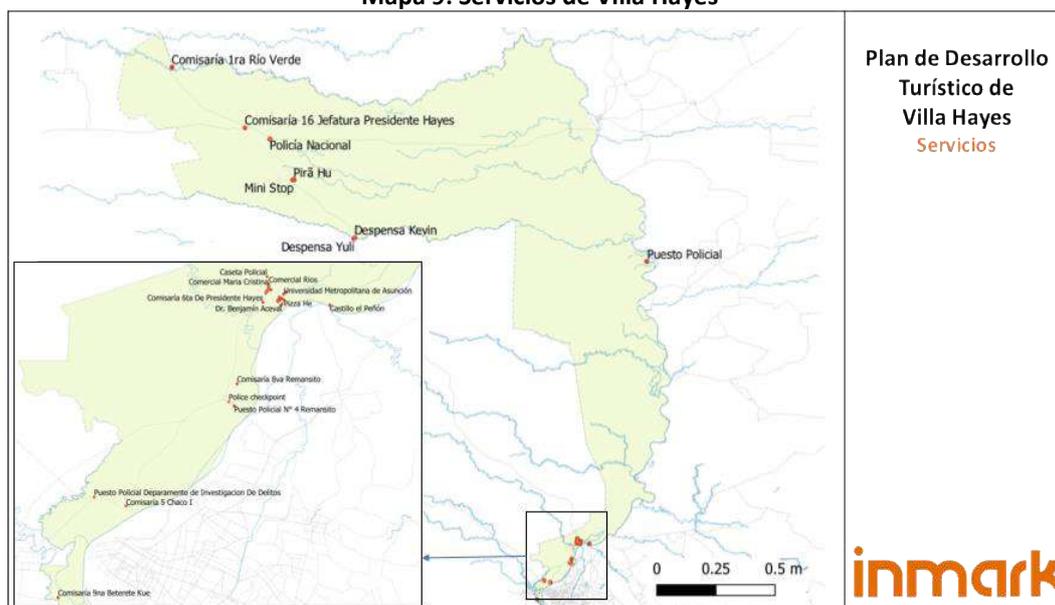
El sistema de salud paraguayo está compuesto por los sectores público, privado y mixto, cada entidad que esté vinculada al sistema de salud convencional, así haga parte del sector privado, debe ser sin ánimo de lucro. Los privados que se lucren de esta actividad componen la medicina prepagada.

Según el Anuario Estadístico de la DGEEC, el departamento de Presidente Hayes y sus municipios, incluido Villa Hayes, tienen una de las estructuras hospitalarias mejor estructuradas del país: 1 Hospital Regional, 1 Hospital Distrital, 3 centros de Salud, 17 puestos de salud, 17 dispensarios y 18 Unidades de Salud Familiar.

■ Comunicaciones

Paraguay ha tenido un importante desarrollo en cuanto a las comunicaciones y su tecnología, según la EPH (Encuesta Permanente de Hogares) 2017, los municipios del departamento de Presidente Hayes tuvieron importantes avances, que además se ven más marcados en las zonas urbanas como es el caso de Villa Hayes, en el 90,47% de los hogares hay un teléfono móvil, además más de 90% dejó de usar líneas fijas, sumado a esto, la conexión a internet aumento quedando en un 16,09%. Por otro lado, la televisión sigue vigente en los municipios del departamento de Presidente Hayes, casi el 77% tiene un televisor en casa y por lo menos el 40% adquieren planes de televisión por cable.

Mapa 9: Servicios de Villa Hayes



Fuente: Inmark Europa S.A

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 2016⁷.

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.

5.3.6.1. *Planta turística de Villa Hayes*

En el Distrito de Villa Hayes, no aparecen prestadores de servicios turísticos registrados en Registur.

Solo aparece presente el Complejo Deportivo Don Luis y bar RyR Fast Food, los cuales se mencionan en la guía de viaje “Jaha Verano: sitios imperdibles del Paraguay”.

Existe una iniciativa por parte de un pequeño restaurante “Pizza He”, de recuperar recetas tradicionales así como el Asado Chaqueño.

■ **Infraestructura turística**

Embarcadero Mirador

El desarrollo de Villa Hayes siempre ha estado unido al río Paraguay. Es así como en el año 2000 se puso en funcionamiento la Costanera, como parte de los planes nacionales de impulso al turismo.

La puesta en valor e implementación de políticas de infraestructura se ve reflejada en Villa Hayes en el embarcadero turístico “Mirador de Villa Hayes”, que se encuentra ubicado en la vera del río Paraguay, sobre la avenida Costanera Pablo Contese y la calle Cerro Corá. Culminado en noviembre del 2017, tuvo una inversión de más de G. 1.800 millones, financiados con recursos del Banco Interamericano de Desarrollo y por intermediación de SENATUR.

Su uso complementa la actividad turística en torno del Río Paraguay. Representa una posibilidad para unir el espacio urbano con el natural del Chaco paraguayo o de conectar Asunción con Villa Hayes, la cual, a finales de 1800 y comienzos del siglo XX, presentaba una importante actividad portuaria, que se perdió cuando, durante la guerra de la Tripe Alianza, la ciudad fue tomada por Argentina.

Según las autoridades, el lugar contará con un centro de información que guiará al turista sobre qué lugares históricos y qué puntos de referencia no puede dejar de visitar cuando llegue a Villa Hayes.

⁷ Información extraída del Plan Maestro de Turismo Sostenible 2018 – 2025 de Paraguay.

Ilustración 4. Muelle embarcadero



Fuente: Inmark Europa S.A.

Museo Municipal Don Salvador Garozzo

En Villa Hayes se encuentra el Museo Histórico de la Ciudad, el Museo Salvador Garozzo Simón, donde se exponen uniformes, armas, fotografías y utensilios de época de la Guerra del Chaco. Además, existe una exposición de monedas antiguas y animales disecados de la región chaqueña, y frente al local se encuentra una máquina de antaño, un tren taninero.

Ilustración 5. Museo Municipal Don Salvador Garozzo



Fuente: Inmark Europa S.A.

El museo va retratando, a través de uniformes, estatuas, armas, documentos, fotografías y utensilios de época de la Guerra del Chaco, la rica historia que posee la ciudad y cómo se fueron dando los nombres para luego quedar en Villa Hayes.

Puede ser visitado de miércoles a domingos, de 9.00 a 12.00 y de 15.00 a 18.00, respectivamente. El ingreso es gratuito.

Ilustración 6. Museo Municipal Don Salvador Garozzo



Fuente: Inmark Europa S.A.

5.4. Mercado Turístico

5.4.1. Contexto turístico

5.4.1.1. Internacional

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

Para la OMT, este crecimiento es producto de la demanda constante de viajes a diferentes destinos de todas las regiones del mundo, además de la recuperación de destinos que se habían visto afectados por problemas de seguridad. 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 7. Turismo internacional 2017



Fuente: © Estadísticas UNWTO de turismo internacional 2018 - Organización Mundial del Turismo (OMT), agosto 2018

Fuente: UNWTO

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

5.4.1.2. Latinoamérica

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

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

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

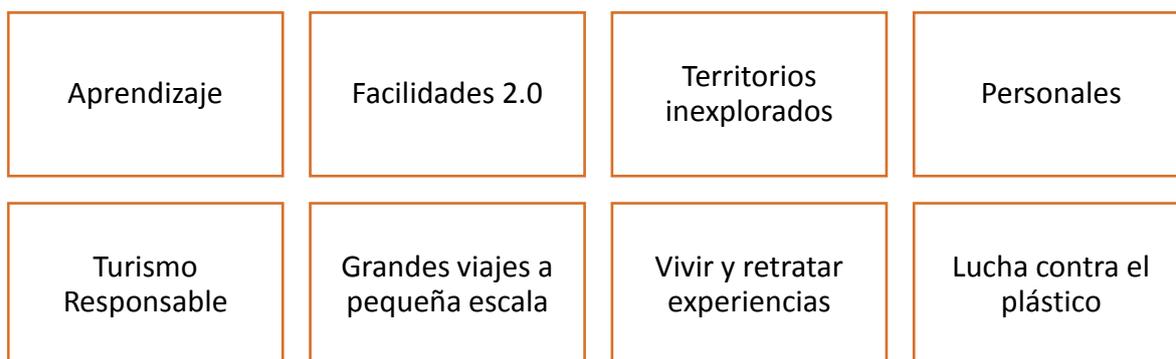
El porcentaje del aporte de la industria de los viajes y el turismo al PIB en el sector de las Américas no difiere del 10% descrito con anterioridad a nivel mundial. Sin embargo, la subregión del Caribe es la región que más depende del turismo a nivel mundial, con el turismo como recurso primario de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

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

5.4.1.3. Tendencias internacionales

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

Ilustración 8. Ocho tendencias de viaje para 2019



Fuente: Booking.com

Así mismo, [TrekSoft8](https://www.trekksoft.com), en su estudio *Informe de las Tendencias Turísticas para 2019*, ha profundizado en el sector de tours y actividades. Para ello, han analizado tres fuentes principales de información:

- En agosto de 2018, Encuesta de Turismo, con 958 participantes de todo el mundo.
- Estudio de datos de las reservas procesadas entre 2017 y 2018. Como proveedor de software de reservas, han tenido acceso a una gran fuente de datos que ha revelado ciertas tendencias de comportamiento de reserva, exclusivas del sector de tours y actividades.
- Finalmente, han contactado con sus clientes, expertos de la industria y socios de distribución para conocer sus ideas y opiniones sobre temas importantes y los avances tecnológicos en la industria.
- De estos dos informes se extraen algunas de las tendencias turísticas más destacadas para 2019:

⁸ 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.

Tabla 2. Tendencias turísticas más destacadas para 2019

Aprendizaje	<p>Los turistas buscarán experiencias que les aporten un valor añadido en su desarrollo personal. Aumentará la demanda de viajes educativos, que incluyen un componente de aprendizaje sobre la cultura local, técnicas de elaboración de productos artesanales, gastronomía o técnicas agro-sostenibles, entre otras.</p> <p>Se buscarán formatos novedosos de formación online, con cursos más cortos, más específicos y diseñados para mejorar las competencias profesionales.</p>
Innovaciones 2.0	<p>Destacarán las innovaciones que puedan ofrecer soluciones prácticas a los viajeros, como aplicaciones para la trazabilidad del equipaje, apps para planear y reservar viajes (57%), tecnologías diseñadas para ofrecer un asesoramiento virtual previo a la contratación del viaje; o la realidad virtual cobrará mayor importancia en la fase previa de preparación y no sólo de interpretación.</p> <p>Los Smartphone son un instrumento que facilita la búsqueda de destinos actividades y proveedores; la compra y la socialización del viaje, en tiempo real. Los principales mercados que muestran esta tendencia incluyen la India, (87 %), Brasil (67 %), Japón (59 %), Corea del Sur (53 %), Estados Unidos (48 %), Australia y Reino Unido (45 %) y Francia (44 %).</p>
Territorios inexplorados	<p>Búsqueda de la novedad: nuevos territorios por descubrir donde el componente de aventura sea más importante; alojamientos más singulares o atractivos, pintorescos y en lugares extremos; o los viajes espaciales que ya se proyectan, con alojamiento (la NASA construirá una estación espacial en la luna, para 2022).</p>
Información personalizada	<p>La información de las guías será cada vez más personalizada gracias a la inteligencia artificial. Los contenidos serán más escuetos, pero más atractivos, más segmentados y de mayor calidad.</p>
Bleisure	<p>Tendencia en aumento es el “bleisure”, viajes que combinan negocios con placer. Según una encuesta reciente de Avis, el 87% de los viajeros de negocios dicen que es probable que la pongan en práctica.</p>
Turismo de salud y bienestar	<p>Según el Global Wellness Institute, el turismo de salud y bienestar crecerá dos veces más que el turismo general y alcanzará USD\$ 919 mil millones en 2022 frente a los USD\$ 639 mil millones de 2017. No sólo serán los alojamientos, sino las experiencias turísticas ofertadas.</p>
Vacaciones instantáneas	<p>Ya sea que se trate de experiencias artísticas como Art Basel o lugares hermosos que, el turismo se inspira y perdura en el recuerdo, cada vez más, gracias a las redes sociales. En un estudio de Schofields, más del 40% de los encuestados menores de 33 años consideraron que "Instagram" es el influyente más importante para elegir destino.</p>
Turismo responsable y sostenible	<p>Creciente sensibilización, interés y compromiso por temas sociales como los derechos humanos, la igualdad, las condiciones laborales o el respeto al entorno que se cuestionan no sólo en destino, sino a la hora de elegirlo.</p> <p>Mayor atención de los viajeros por analizar cómo destinos y proveedores turísticos tratan el tema de la sostenibilidad. La OMT señala en su estudio <i>Tourism and the Sustainable Development Goals Good Practices in the Americas</i> que el 73 % de los millennials están dispuestos a pagar más por políticas, programas, productos, experiencias bien definidos y específicos y la comercialización del turismo bajo criterios de sostenibilidad, en comparación con el 51 % de los “baby boomers”,</p>

Seguridad	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.
Destinos turísticos contra el plástico	<p>Durante 2019 aumentará la concienciación global sobre el daño que el plástico está generando en los océanos de todo el mundo, incitando a la acción. Millennials y Centennials buscarán experiencias sostenibles en el destino y proveedores que tengan políticas activas para reducir su uso de plástico y mejorar sus credenciales de sostenibilidad.</p> <p>Esta nueva orientación de los viajeros se reflejará en el desarrollo de apps que mostraran el registro medioambiental de diferentes destinos y proveedores turísticos o el desarrollo de actividades en destino que permitan reducir el impacto medioambiental que generan durante su viaje (como participar en batidas de limpieza en playas para retirar plásticos y residuos).</p>
Vivir una experiencia auténtica	Experiencias nuevas, auténticas y diferentes. Fue una de las mayores tendencias de viaje en 2018 y en 2019 seguirá siendo igual. “Hacer algo” tendrá la misma importancia que “ir a algún sitio”, si no más. Vivir experiencias ya es más importante que tener posesiones materiales para el 62% de los viajeros. En 2019 habrá viajeros disfrutando de experiencias auténticas y diferentes.

Fuente: Inmark Europa S.A.

5.4.2. Análisis de la Demanda

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

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

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

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

Según datos del Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Paraguay, en 2016 los residentes en Paraguay realizaron 2,3 millones de viajes turísticos en el interior del país. La tendencia es constantemente creciente desde 2008. Entre 2008 y 2016 el crecimiento medio 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:

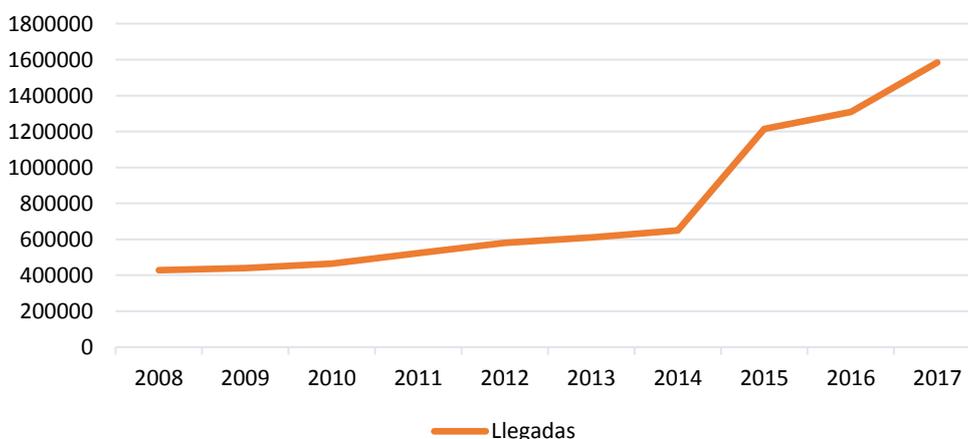
- **Creación del Fondo de Promoción Turística.** El objetivo es incrementar la dotación de recursos presupuestarios e incorporar al sector privado en la toma de decisiones de marketing turístico a escala nacional, dando continuidad a los esfuerzos de promoción de administraciones futuras;
- **Búsqueda 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 receptivo⁹

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

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

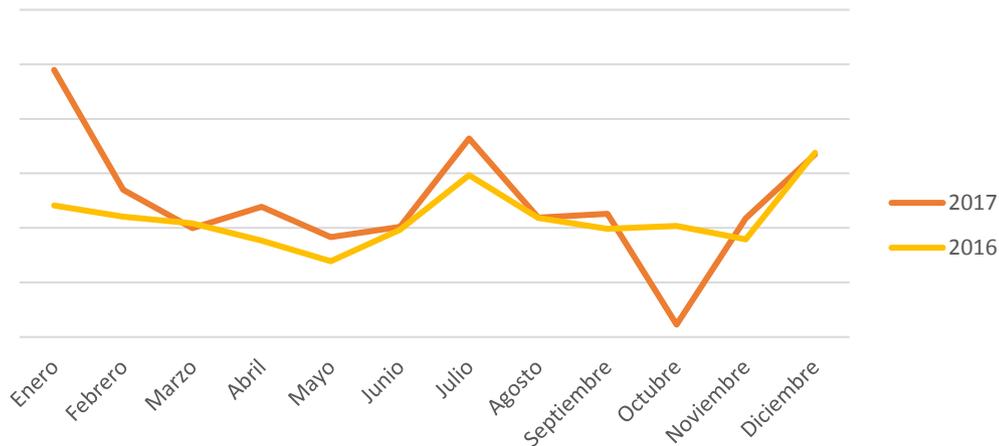
Ilustración 9. Llegadas de turistas internacionales



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

⁹ Toda la información analizada en el presente documento tiene como fuente, SENATUR. Para Villa Hayes no se dispone de ninguna estadística oficial de turismo.

Ilustración 10. Llegadas mensuales de turistas internacionales



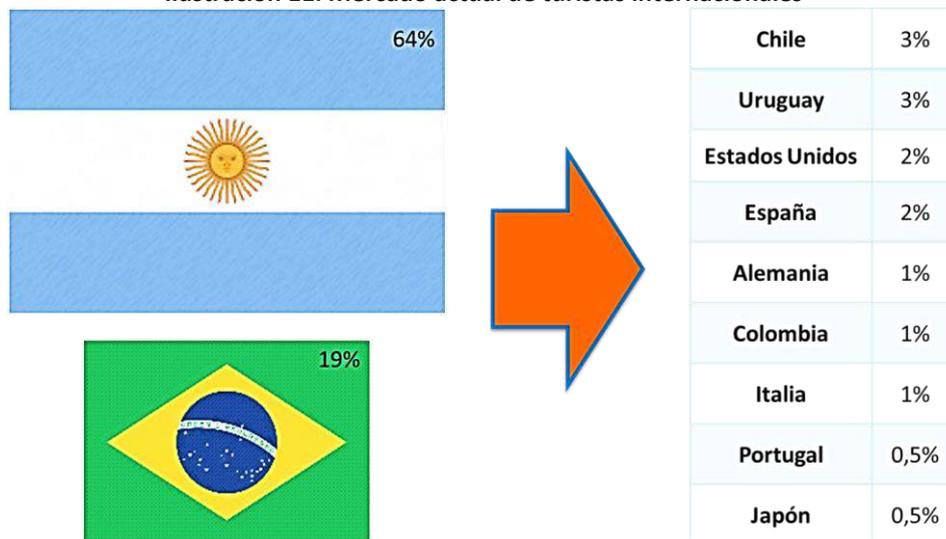
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

■ **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 11. 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 Pettrossi de Asunción, así como las vías terrestres, principalmente, el acceso por Puerto Falcón en Presidente Hayes, así como por Ciudad del Este y Encarnación. Una pequeña porción de turistas llega por vía fluvial, a través de Itá Enramada, Alberdi y Presidente Franco, fundamentalmente.

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

Tabla 3. Puntos de control migratorio terrestre

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

Fuente: SENATUR, a través del Observatorio de Estadísticas Turísticas lleva estadísticas de visitantes ingresados a Paraguay.

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

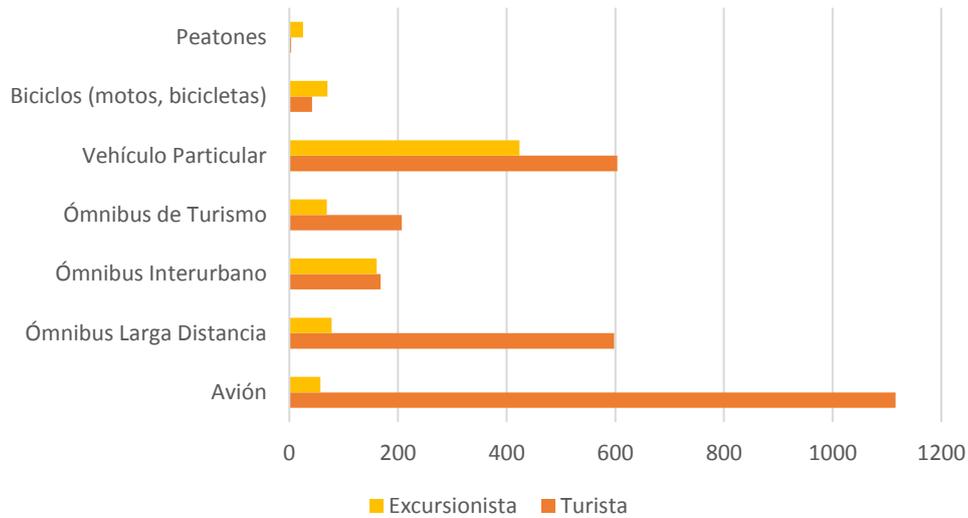
Tabla 4. Visitantes ingresados al Paraguay según puntos de ingreso 2010-2015

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

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

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

Ilustración 12. Medio de transporte utilizado para acceder al Paraguay



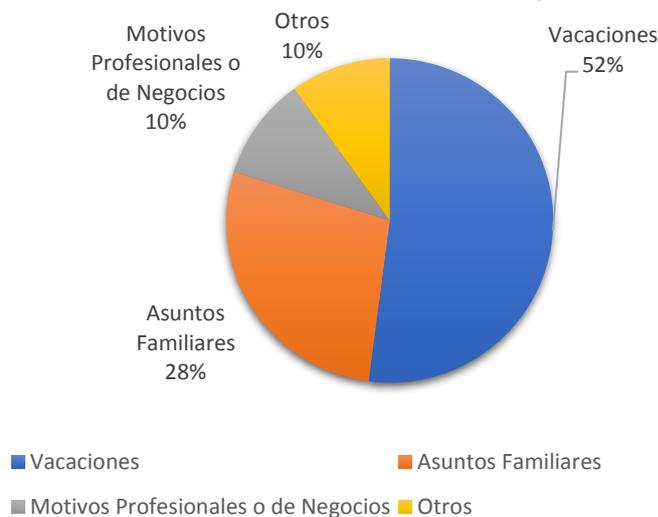
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

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

■ Motivo de viaje y aspectos destacados

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

Ilustración 13. Motivo de viaje



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

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

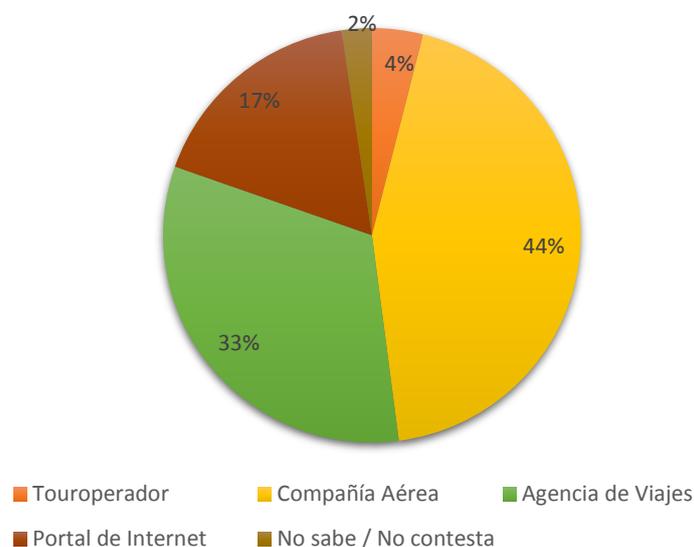
De acuerdo con una encuesta aplicada entre enero y julio de 2017, los visitantes destacaron otros factores relevantes en la elección del destino, como el clima, la tranquilidad, la seguridad, el relax que se percibe en el país, los paisajes y atractivos de naturaleza, las facilidades de traslado y la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

■ Comportamiento del turista

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

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

Ilustración 14. 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 pernoctaciones, con un promedio de 12 noches por viaje, mientras que la estadía promedio en los hoteles no alcanza las 6 noches.

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

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

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

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

■ Satisfacción del turista

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

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

■ Actividades realizadas y atractivos destacados

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

Ilustración 15. Actividades realizadas por turistas en el destino



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

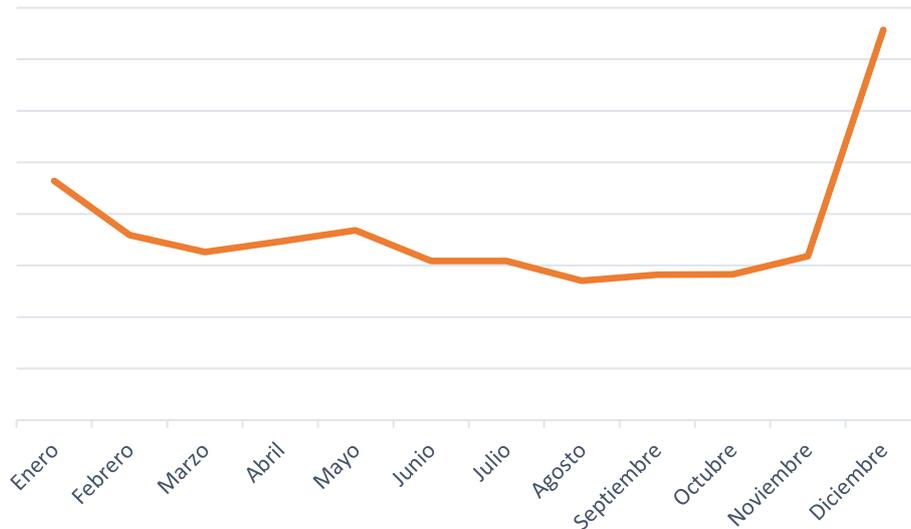
Existe una actividad que genera polémica, que aun cuando no se realiza con frecuencia, se debe considerar como elemento de análisis. Se trata de la cacería de palomas, actividad valorada con un puntaje bajo por parte de los turistas y que, por otro lado, puede atentar contra la imagen misma del destino,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

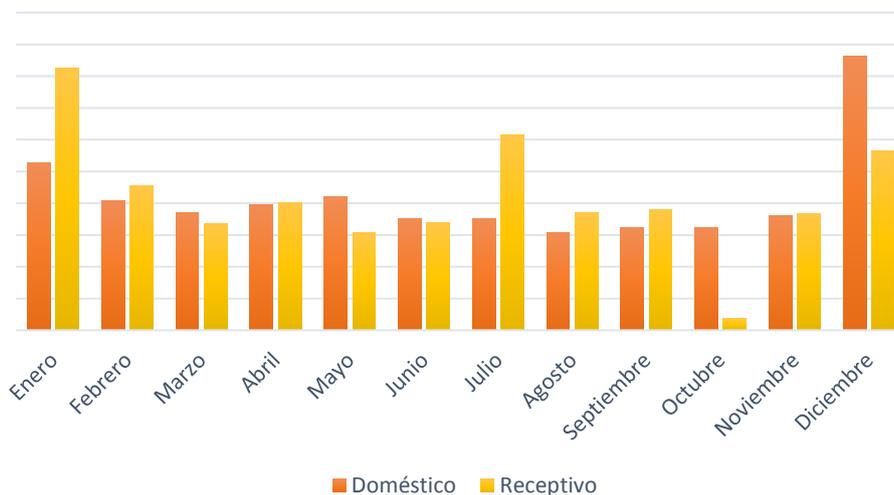
Ilustración 16. Movimiento mensual de turistas domésticos



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 17. Estacionalidad turismo doméstico vs receptivo



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

■ Motivo de viaje y aspectos destacados

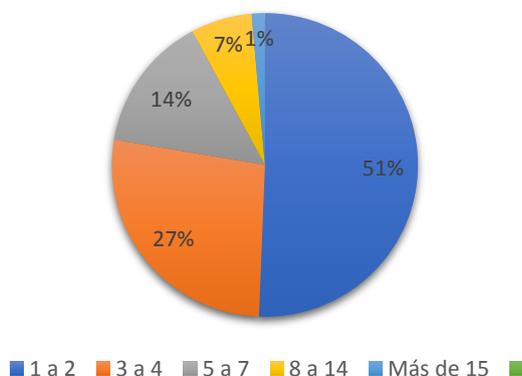
La mayoría de los turistas encuestados (85.5%), manifestó que su principal motivo de viaje fue por razones personales; se destacan la visita a parientes y amigos con 53.5%; ocio, recreo y vacaciones con 16.4%; negocios con 13.8%; y, más atrás, tratamientos de salud con 9.3% y motivos religiosos con 4%.

■ Comportamiento del turista

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

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

Ilustración 18. Estadía promedio



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

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

■ Satisfacción del turista

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

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

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

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

Ilustración 19. Satisfacción de la experiencia

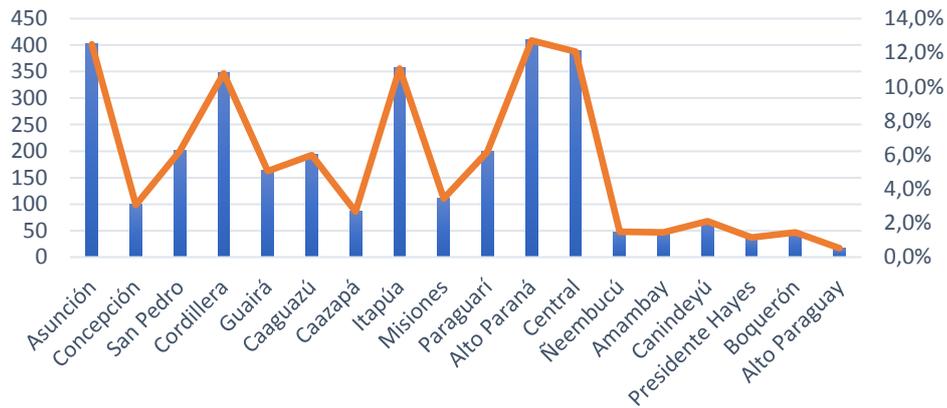


Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

■ Actividades realizadas y atractivos destacados

Los departamentos más visitados de Paraguay son Alto Paraná (12.7%), Asunción (12.5%), Central (12.1%), Itapúa (11.1%) y Cordillera (10.8%). De Alto Paraná, el principal distrito visitado fue Ciudad del Este, seguido por Hernandarias y más atrás, Santa Rita, Juan E. O’Leary y Minga Guazú. En Central se reparten los flujos entre San Lorenzo, Capiata, Itaugua, Fernando de la Mora y Nemby. Encarnación, por su parte es el ícono de Itapúa y en Cordillera, las visitas se distribuyen entre Caacupe, Piribebuy, Arroyos y Esteros. Al igual que con el turismo receptivo, Alto Paraná y Asunción son los principales destinos turísticos del país. Otros destinos turísticos que aún no son reconocidos podrían ganar participación con una adecuada preparación, aprovechando la dinámica viajera al interior del país por parte de los paraguayos y, con el tiempo, aquellos destinos que logren más éxito pueden abrirse al mercado internacional.

Ilustración 20. Departamentos visitados en Paraguay



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

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

Ilustración 21. Actividades realizadas por turistas domésticos.



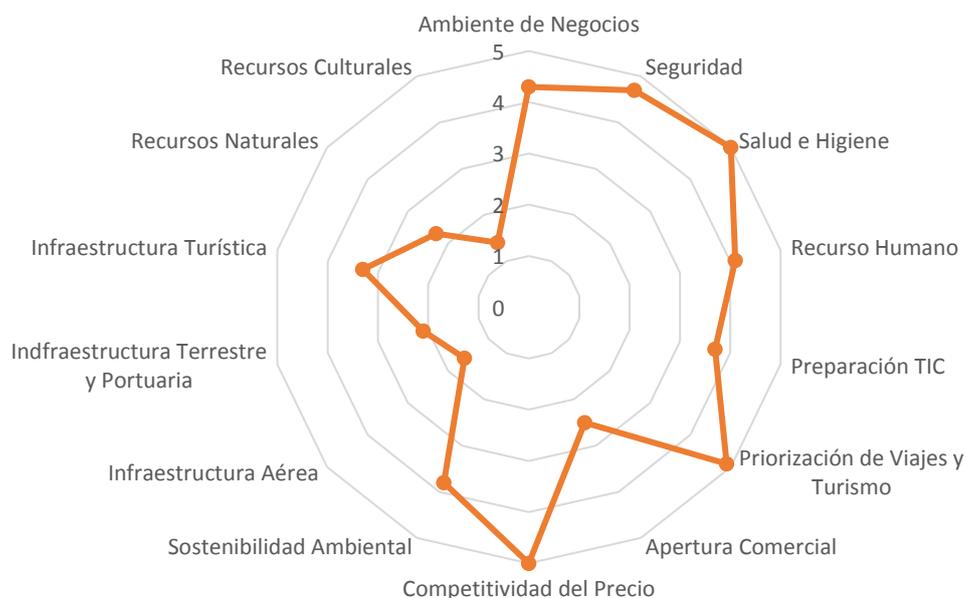
Fuente: Inmark Europa S.A. a partir de datos de SENATUR.

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.

Ilustración 22. Competitividad turística en el Paraguay según FEM



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

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

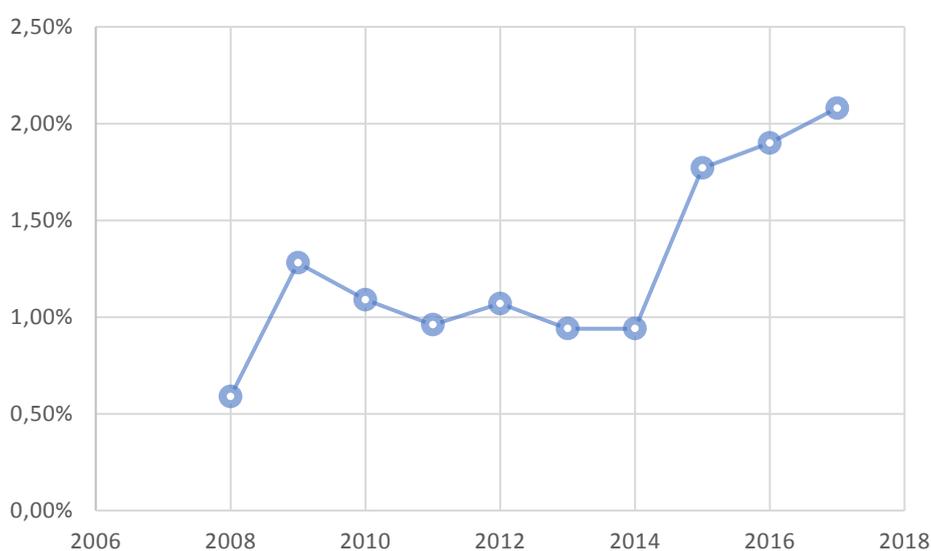
Sorprende que uno de los rezagos más grandes esté en el subíndice Recursos Naturales y Culturales, el cual captura las principales “razones para viajar”, en especial en recursos naturales donde ocupa el puesto 116 entre 136 economías, pese al gran potencial, por lo cual cabe una revisión del indicador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

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

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

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

Ilustración 23. Participación del turismo sobre el PIB.



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

5.4.3. Demanda local de Villa Hayes

Durante el desarrollo de la consultoría, debido a la ausencia de una muestra de turistas que fuese representativa para poder realizar sondeos, se decidió realizar la aplicación del Modelo del Taller de Flujos Turísticos, con el objeto de recabar información actualizada sobre la Demanda turística, movimientos en el destino y estacionalidad. Así mismo se completó la información con las entrevistas realizadas a una selección de agentes de viajes, actores clave y dos reuniones con el panel de expertos.

Esta estrategia se integró al proceso participativo de construcción del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Villa Hayes. Fue así como se realizó el taller de flujos, para conocer los perfiles y comportamientos del turismo local, que ha sido complementado con otras fuentes, en ausencia de información estadística confiable.

La información aquí reflejada es la aportada por los participantes en el taller que fue realizado en febrero en la ciudad de Villa Hayes. Según los participantes, los turistas que llegan a Villa Hayes, mayoritariamente nacionales, lo hacen a través de tierra, ya sea en coche privado o bus, desde Asunción principalmente y otras ciudades cercanas.

Otro de los flujos que llegan a Villa Hayes son los estudiantes de escuelas o universitarios que llegan de todo el país, suelen hacerlo en buses privados a través de la Ruta TransChaco.

Los **atractivos** que visitan en **Villa Hayes** mayoritariamente los turistas son:

Tabla 5. Atractivos visitados en Villa Hayes

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural	Infraestructura turística
<ul style="list-style-type: none"> ● Museo Salvador Garozzo Simón ● Casco Antiguo Histórico ● Empedrado histórico ● Casona de Madame Lynch ● Escalinata de Madame Lynch ● Edificios históricos (gobernación, depósito de azúcar, fiscalía, etc.) ● Centro Cultural Melodía ● Artesanía en Cuero ● Gastronomía: asado chaqueño ● Peñón 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pastizales y palmerales de Karanda` ● Río Paraguay y afluentes ● Río Pilcomayo ● Ecosistema Bajo Chaco (palmares, islas de bosques, riachos con bosques en galería) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Costanera ● Embarcadero ● Mirador

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

Villa Hayes cuenta con cuatro flujos distintos de turistas.

1. En primer lugar, **los turistas que llegan mayoritariamente a Villa Hayes son nacionales**. Conformado por estudiantes de las escuelas y universitarios, los cuales podrían considerarse excursionistas pues en general no llegan a pernoctar en el destino. Villa Hayes por su historia se encuentra como destino de visita dentro de sus Programas Educativos. Llegan en sus buses, el consumo que hacen en el destino es mínimo y generan basuras. El desafío sería poder ofrecer alojamientos de bajo costo, o campings para albergarlos y así que la estadía fuera de más de un día.
2. El segundo flujo turístico con el que cuenta Villa Hayes son los **familiares y amigos** cuyo gasto no es demasiado elevado puesto que se hospedan en casa de sus familias y/o amigos.
3. El tercer flujo son **excursionistas nacionales**, que llegan de Asunción a pasar el día. Visitar familia, amigos o conocer Villa Hayes.
4. **De forma esporádica llegan turistas internacionales**, que tienen a Villa Hayes como destino de paso para visitar el Chaco. Todos llegan por carretera a través vía Av. Mariano R. Alonso Ruta KM9 .

Tabla 6. Flujos de turistas en Villa Hayes

Flujo	Descripción	Oferta	Demanda	Motivación	Desafíos
1.	Villas Hayes Camino del Patrimonio Histórico	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales personales • Boca a boca • Facebook del Museo • Página web de la SENATUR 	<ul style="list-style-type: none"> • Familias • Amigos • Extranjeros • Grupos de estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia • Río Paraguay y atractivos • Prácticas deportivas 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un proyecto de promoción turística con todos los actores • Baño público • Agua potable
2	Casco Antiguo Histórico	<ul style="list-style-type: none"> • Página Web del Museo 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes universitarios • Estudiantes escolares 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartelería • Mantenimiento • Agua potable • Basureros
3	Museo	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales personales • Boca a boca • Facebook Museo 	<ul style="list-style-type: none"> • Extranjeros • Grupos estudiantes • Familias 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad
4	Pesca	<ul style="list-style-type: none"> • Aficionados a las prácticas deportivas de pesca • Redes sociales personales 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de amigos • Familias • Aficionados a la pesca 	<ul style="list-style-type: none"> • Río Paraguay 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad
5	City tour con Museo y Peñón	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad • Agencia de Viaje • Redes sociales • De boca en boca 	<ul style="list-style-type: none"> • Familia, extranjero, estudiante • Viaje individual y grupal 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia • Río 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la Costanera • Área de Camping • Baño público • Basurero
6	Acuático, Remansito, Playa y CIT	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad • Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Familiar 	<ul style="list-style-type: none"> • Río Paraguay 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar infraestructuras • Muelle
7.	Acuático, paseo en Lancha, Chaco'i	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Familiar • Individual • Grupal 	<ul style="list-style-type: none"> • Río Paraguay 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar infraestructura

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

5.4.4. Oferta turística del departamento de Villa Hayes

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

Para el análisis de los recursos turísticos se elaboraron fichas por recurso/atractivo, las cuales se detallan en documento anexo.

A continuación, se presentan los parámetros de análisis y calificación:

- **Singularidad** (valor intrínseco del recurso / atractivo relativo a la importancia del recurso y su carácter diferencial en el destino, si tiene rasgos excepcionales y se agrega valor en caso de ser reconocidos mediante declaratorias y / o reconocimientos de importancia).
 - **0:** El recurso es algo que se puede encontrar en cualquier parte y no tiene mayor capacidad de atracción de turistas.
 - **1:** Tiene una declaratoria / reconocimiento local – regional, cuya excepcionalidad es avalada por el equipo técnico.
 - **2:** Cuenta con una declaratoria / reconocimiento nacional y su singularidad es evidente.
 - **3:** Cuenta con una declaratoria de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
- **Reconocimiento:** reconocimiento del atractivo en mercados turísticos nacionales, internacionales, así como presencia en programas de turoperadores.
 - **0:** No tiene ningún tipo de reconocimiento turístico por parte del mercado.
 - **1:** Es usualmente visitado por la demanda local.
 - **2:** Hace parte de la oferta nacional y de paquetes y ofertas dirigidas al mercado doméstico.
 - **3:** Hace parte de la oferta internacional, así como de paquetes y ofertas dirigidas al mercado internacional.
- **Capacidad de Carga:** busca medir el nivel de saturación de los atractivos turísticos.
 - **0:** La dinámica turística es excesiva y afecta el disfrute del atractivo.
 - **1:** Hay mala organización por lo que se disfruta del atractivo, pero con un nivel de satisfacción bajo.
 - **2:** La organización es buena, pero puede mejorar para el disfrute del atractivo.
 - **3:** La dinámica turística es organizada y el nivel de satisfacción de la visita, es óptima.
- **Grado de Aprovechamiento Turístico:** busca medir qué tanto se está aprovechando un atractivo turístico en relación con su potencial.
 - **0:** No se está aprovechando el atractivo para el turismo.
 - **1:** Hay una dinámica muy baja de turistas.
 - **2:** Hay una dinámica interesante de turistas, pero aún es baja para el potencial del atractivo.
 - **3:** El atractivo está siendo aprovechado de manera óptima para la dinámica turística.
- **Servicios Ofrecidos:** disposición de servicios adecuados para el disfrute del atractivo, tales como aseos (baños), centro de recepción de visitantes, punto de A&B o refrescos, etc.
 - **0:** Inexistencia de servicios.
 - **1:** Bajo, la oferta de servicios es mínima.
 - **2:** Media, oferta de servicios disponible pero insuficiente.
 - **3:** Alta, servicios suficientes para el disfrute del atractivo.
- **Señalización:** hace referencia a los niveles de señalización que permitan, tanto el acceso a los atractivos, como la interpretación de los mismos.
 - **0:** Sin señalización.
 - **1:** Con señalización vial únicamente.

- **2:** Con señalización vial y turística.
- **3:** Con señalización vial, turística e interpretativa.
- **Acceso / Infraestructura vial y de transporte:** busca evaluar la facilidad de acceder de manera rápida y segura a la zona en donde se encuentra un atractivo.
 - **0:** Sin acceso.
 - **1:** Limitaciones importantes en términos de tiempo, calidad y confort en los desplazamientos o en los servicios disponibles para acceder al atractivo.
 - **2:** Acceso mejorable, con limitaciones.
 - **3:** Acceso rápido y seguro.
- **Interpretación:** se refiere a la información disponible para conocer y disfrutar del atractivo en todo su esplendor, a través de guías, herramientas tecnológicas, etc.
 - **0:** No hay información disponible a la mano del turista.
 - **1:** Con información del atractivo en guías turísticas especializadas.
 - **2:** Con información en guías turísticas especializadas, blogs, páginas web no oficiales, así como en páginas web oficiales.
 - **3:** Con información en guías turísticas especializadas, blogs, páginas web no oficiales, así como en páginas web oficiales, así como en Apps desarrolladas con información del atractivo.
- **Estado de Conservación / Mantenimiento:** se refiere al estado del atractivo.
 - **0:** Atractivo en mal estado y abandonado.
 - **1:** Atractivo en regular estado de conservación y sin mantenimiento.
 - **2:** Atractivo en buen estado de conservación y sin mantenimiento.
 - **3:** Atractivo en buen estado de conservación y adecuado mantenimiento.
- **Seguridad:** percepción de seguridad en la zona del atractivo y eventos propios de inseguridad según disponibilidad de información.
 - **0:** Zona insegura.
 - **1:** Percepción de inseguridad alta.
 - **2:** Percepción de inseguridad moderada.
 - **3:** Zona segura.

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

A continuación, los recursos evaluados:

Tabla 7. Recursos de Villa Hayes evaluados

Patrimonio Cultural	Infraestructura turística
<ul style="list-style-type: none"> • Museo Salvador Garazzo Simón • Casco Antiguo Histórico • Centro Histórico: Empedrado histórico, Casona de Madame Lynch, Escalinata de Madame Lynch, Edificios históricos (gobernación, depósito de azúcar, fiscalía, etc.) • Centro Cultural Melodía • Artesanía en Cuero • Peñón 	<ul style="list-style-type: none"> • Costanera • Embarcadero

Fuente: Inmark Europa S.A.

La valoración de los atractivos para Filadelfia son los que aparecen detallados en la siguiente tabla:

Atractivos Filadelfia	Situación	Calificación
Museo Salvador Garozzo	22	A
Centro Histórico	18	B
El Peñón	16	B
Centro Cultural Melodía	16	B
Artesanía Tabalatería	16	B
Embarcadero	14	C
Costanera	12	C
Comunidad Indígena San Francisco	5	D

Fuente: Inmark Europa S.A.

*El Centro Histórico comprende los siguientes recursos culturales: Empedrado histórico, Casona de Madame Lynch, Escalinata de Madame Lynch, Edificios históricos (gobernación, depósito de azúcar, fiscalía, etc.)

A. Calificación >20. Tienen atractivo, para uso inmediato o en el corto plazo, que apenas requieren inversiones.

B. Calificación entre 16-20. Tienen atractivo, pero requieren acciones de medio plazo.

C. Calificación entre 11 - 15. Tienen atractivo potencial, pero no es prioritario. Se requieren acciones o inversiones de largo plazo.

D. Calificación <10. Desarrollos no rentables, no tienen mucho atractivo o su potencial demanda es reducida. No amerita grandes inversiones.

Tal y como aparece en la tabla, El Museo Salvador Garozzo y el Centro Histórico con todos los elementos histórico – culturales que lo conforman, son los dos atractivos mejor valorados en el municipio. Por tanto, ambos son considerados en el diseño del circuito cultural histórico, producto estrella del destino.

El Peñón, el Centro Cultural Melodía y la Artesanía Tabalatería, tienen atractivo para la actividad turística pero necesitan de puesta en valor o dotarlos de actividades enfocadas al sector.

El Embarcadero y la Costanera, tienen atractivo potencial, pero necesitan de una gran inversión económica en infraestructura y en actividades turísticas para dotarlos de contenido.

El resto de atractivos, también destacan, pero requieren de medidas de puesta en valor para su mejora. Por ejemplo la Comunidad Indígena de San Francisco no tiene demasiado potencial y atractivo, además que se encuentra alejada del núcleo urbano de Villa Hayes.

5.4.5. Estrategias de comercialización empleadas en el sector

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

Para elegir las agencias de viajes se revisaron los resultados de la búsqueda en línea que incluyó palabras clave como: *turismo emisoro a Paraguay, agencias de viajes mayoristas de cada país con viajes a Paraguay, operadoras de turismo en Paraguay*. Además, se priorizaron las agencias registradas en las bases de datos estatales de Argentina, Brasil y Bolivia que se ubican en los departamentos fronterizos con Paraguay. Otro aspecto que se tuvo en cuenta fueron las agencias de viajes encuestadas para el plan de marketing de turismo de Paraguay.

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 la Fundación Moisés 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.

5.4.5.1. Atractivos más promocionados de Villa Hayes

Los atractivos más promocionados de Vila Hayes son los relativos a su patrimonio cultural, ubicado principalmente en el centro histórico, el Peñón y el río como tal.

Tabla 8. Atractivos más promocionados de Villa Hayes

Nombre	Descripción
Gobernación Presidente Hayes	<p>El edificio se encuentra sobre la Avda. Laudo Hayes y Coronel Escurra. Fue construido durante la ocupación argentina de la Villa Occidental como cuartel del gobierno invasor hasta 1879. Abandonado, quedó como propiedad del ejército paraguayo y en 1920 se organiza allí la Compañía de Zapadores, siendo su comandante el Capitán Estigarribia.</p> <p>Desde 1935 hasta 1940 funcionó como sede del regimiento de Artillería Nº 1 Gral. Bruguez. En 1952 y hasta 1959 albergó el Centro de Instrucción Militar y de Formación de Oficiales de Reserva. Transcurrido un tiempo, el edificio funcionó como sede de la ESSOFA, hasta quedar nuevamente abandonado.</p> <p>En 1995 se pretendió vender el antiguo cuartel a un consorcio extranjero, para evitarlo el primer Gobernador chaqueño de Villa Hayes, Octavio Manuel Gómez, decide comprar la construcción, y utilizarla como sede de la Gobernación del Departamento, permaneciendo hasta la fecha como tal.</p>
Casona de Madame Lynch	<p>Antigua residencia de Madame Lynch (primera dama del Paraguay durante el gobierno de Francisco Solano López 1862-1870) a quién acompañó hasta su muerte. Ubicado en la costanera de la ciudad, la construcción funcionó como posada, bajo la denominación de “Villa Guadalupe”. Actualmente no tiene ningún uso.</p>
Escalinata de Madame Lynch	<p>La escalinata de Madame Lynch, una construcción de la época con materiales traídos de Europa. Este sendero conducía a la capilla que Madame Lynch construyó a su amado Francisco Solano López, por su cumpleaños.</p>

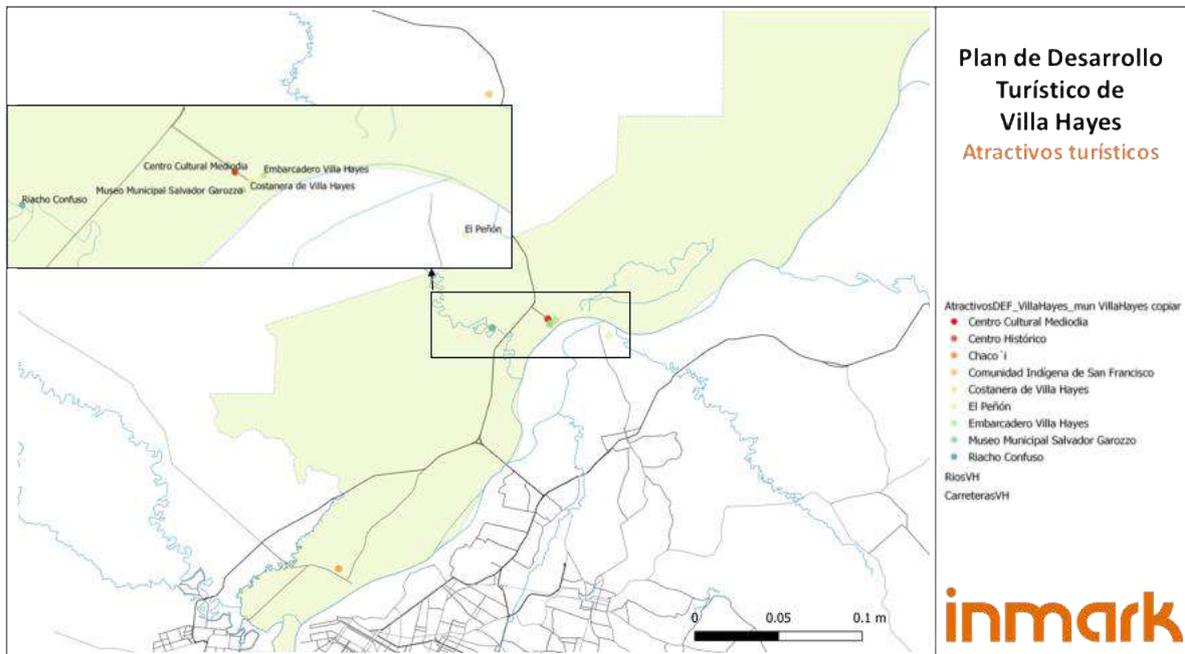
Nombre	Descripción
<p>Centro Cultural Melodía</p>	<p>Ubicado sobre la Avenida Laudo Hayes y considerado patrimonio histórico de la ciudad, este edificio data de la ocupación argentina de la Villa Occidental cuando fue construida por algunos prisioneros paraguayos, en su mayoría ancianos, según relata Salvador Garozzo Simón, en su libro “El timón de nuestra real historia” Fue la residencia del primer gobernador de la ciudad, Julio Vedia.</p> <p>Una de sus características notables es el uso de grandes bloques de piedra, traídos por los prisioneros engrillados de una cantera que distaba más de 2,5 Km.</p> <p>Después del abandono del ejército invasor, habitó la construcción la familia Coccian Pinazo, de origen italiana, desde 1869 hasta fines del siglo XX. En ese ínterin, en 1965, se impartían en la residencia las primeras enseñanzas de secundaria, mientras se construía el edificio del Colegio Blas Garay.</p> <p>Posteriormente, un grupo de ganaderos de Villa Hayes, preocupados por la marcada inequidad y estado de exclusión de niños y jóvenes tienen la idea de crear el primer Centro Cultural del Bajo Chaco. Es inaugurado en 2001 bajo el nombre de Centro Cultural Melodía, en honor a la denominación de la localidad fundada por el Sacerdote Amancio González y Escobar.</p> <p>Se ha realizado una meticulosa restauración de la casa preservando los detalles decorativos y la decoración mural de la época. Está dirigido por una comisión integrada por personalidades de Villa Hayes y reconocidos profesionales de la educación.</p> <p>Es sede de la Asociación Melodía, que recauda fondos para el emprendimiento. Cuenta con una biblioteca y acceso a bibliotecas virtuales a disposición de los estudiantes, con 5948 volúmenes entre libros y enciclopedias y más de 1600 revistas de diversos temas. Igualmente cuenta 150 materiales audiovisuales.</p>
<p>Iglesia Virgen de la Victoria</p>	<p>La primera capilla de la ciudad fue erigida en 1863, en el solar ocupado actualmente por el Colegio Raúl Peña. Se inauguró con la presencia de Madame Lynch y el Mariscal López. Tiempo después la misma desapareció por completo en un voraz incendio.</p> <p>Los colonos de la Villa Occidental iniciaron la construcción una réplica en el lugar en el que hoy en día se encuentra la catedral Virgen de la Victoria.</p> <p>La construcción de la nueva iglesia -fruto de una ampliación a iniciativa Padre Enrique Frans, que llega en 1930 a la cabeza de los oblatos de María para encargarse de la zona sur del Chaco-comenzó en 1947 y culminó en 1960. Los arquitectos que idearon la obra eran alemanes, sin embargo, los obreros que la construyeron pertenecían a la ciudad. Hoy en día se yergue imponente la Iglesia Virgen de la Victoria sobre la Avda. Laudo Hayes y Virgen de la Victoria que lleva su propio nombre.</p>
<p>Depósito de azúcar</p>	<p>Construcción de estilo colonial, en la pintoresca costanera de Villa Hayes, denota importantes rasgos de la arquitectura europea. Originalmente fue depósito de la primera industria de azúcar colorada de Monte Sociedad (hoy Benjamín Aceval), de la familia Censi Pirota. Actualmente acoge un gimnasio y la residencia de la familia Pascottini.</p> <p>Fue construido en vista de la necesidad de tener un lugar cercano al puerto de Villa Hayes, desde el cual se pueda recibir y trasladar posteriormente dichas embarcaciones hasta Monte Sociedad. En aquel entonces, el traslado terrestre se hacía a través de carretas tiradas por bueyes, haciéndose el trayecto bastante largo y agotador.</p>
<p>Itá Cajón</p>	<p>El Itá Cajón, un sendero de piedra construido en la época en el río Paraguay desde tiempos milenarios. Hoy cubierto ya por la subida del río.</p>

Nombre	Descripción
El Peñón	<p>Ubicado en el río Paraguay, sobresale de la superficie de las aguas, producto de un accidente orográfico.</p> <p>Conocido durante la prehistoria por los naturales de la zona como Tapúa, es nombrado Peñón por el padre Amancio Gonzáles de Escobar y en siglos anteriores también utilizado como local de algunas fiestas sociales.</p> <p>Hacia 1930 es construida sobre la mole de piedra un farol para la navegación fluvial, permaneciendo tal construcción hasta la fecha. En 1999 es declarado patrimonio del Municipio de Villa Hayes, pudiendo ser visitado, siendo accesible en lanchas o canoas.</p>

Fuente: Inmark Europa S.A.

Mapa 10: Atractivos Turístico de Villa Hayes

Fuente: Inmark Europa S.A.



5.4.6. 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 para 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 año¹⁰, la cantidad de aerolíneas internacionales que operan en dicho aeropuerto en el año 2019 y los territorios con conexión directa¹¹.
- **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 2015¹²; 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)¹³; 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 TripAdvisor¹⁴, 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.

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

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

¹² La cifra de Uruguay es un promedio por año entre 2010 y 2015.

¹³ De Uruguay se tomaron los datos del año 2017.

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



Subcategoría

Conectividad

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



Subcategoría

Llegada e ingresos por turismo internacional 2017

Número de llegadas de turistas internacionales	6.720.000	1.134.023	6.589.000	3.674.000	1.560.000
Porcentaje de llegada de turistas no residentes (por región)	<p><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></p>	<p><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></p>	<p><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></p>	<p><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></p>	<p><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></p>
Ingresos por turismo internacional (M. US\$)	5.060	784	5.809	2.540	603



Subcategoría

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



Subcategoría

Principales productos

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

Fuente: Inmark Europa S.A

En relación a la competitividad, el FEM evalúa un conjunto de criterios respecto de los cuales 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 médicos para la población; el 96,4% de la población tiene acceso a condiciones sanitarias mejoradas debidamente construidas y mantenidas, y el 99,1% tiene acceso a una cantidad razonable de agua de una fuente mejorada. En el año 2016 la Subsecretaría de Recursos Hídricos (SSRH) presentó el Plan Nacional del Agua. El primer eje de este es Agua Potable y Saneamiento, por medio del cual se busca facilitar el acceso a estos servicios básicos. Tiene la mayor cantidad de camas de hospitales disponibles para la población por su amplia capacidad instalada (21.095 establecimientos destinados a la salud).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Respecto de la estrategia de comunicación:

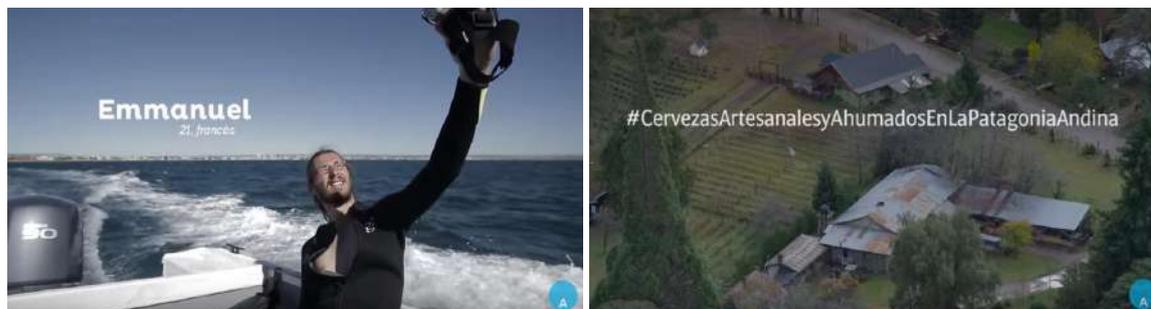


Campaña turística: “Argentina por vos”. La innovación de la campaña se encuentra en que las piezas de promoción fueron grabadas recogiendo la experiencia real y testimonios de diferentes turistas, de diferentes nacionalidades, y muestra las actividades realizadas y sus emociones durante su recorrido. La duración de estos videos en promedio es inferior a 1 minuto¹⁵. Naturaleza, gastronomía, cultura son temas predominantes en la campaña.

¹⁵://www.youtube.com/watch?v=TP6mcvW6dXI&list=PLmDEJtRKuMZxEAHfwIXuSjmiG1qupcz2v

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

Ilustración 24. Imágenes de la campaña turística de Argentina



Fuente: videos de la campaña.



Campaña turística: “Bolivia te espera”. Por medio *spots*¹⁶ 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 25. 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.

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=goR8GRPILbE> y https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=c3Dc1fzfjTU

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 idiomas¹⁷.

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 26. Imágenes de la campaña turística de Brasil



Fuente: videos de la campaña.



En su campaña turística: “Vacaciones de verdad”, por medio de videos de duración de menos de 1 minuto, se recopilan fotos y videos de turistas publicados en sus redes sociales. Se muestran lugares naturales y se invita a visitar el país en el verano¹⁸.

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 27. Imágenes de la campaña turística de Uruguay



Fuente: videos de la campaña.



Campaña turística: “Paraguay, tenés que sentirlo”. Una campaña que muestra lugares naturales y culturales del todo el país. Además de lugares para el ocio y esparcimiento. Los videos disponibles tienen duraciones de 2 minutos o más¹⁹.

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

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

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

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.

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

Ilustración 28. Imágenes de la campaña turística de Paraguay



Fuente: videos de la campaña.

Matriz de competitividad

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

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

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

Tabla 9. Matriz de posicionamiento

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

Fuente: Inmark Europa S.A.

5.5. Gobernanza y competitividad

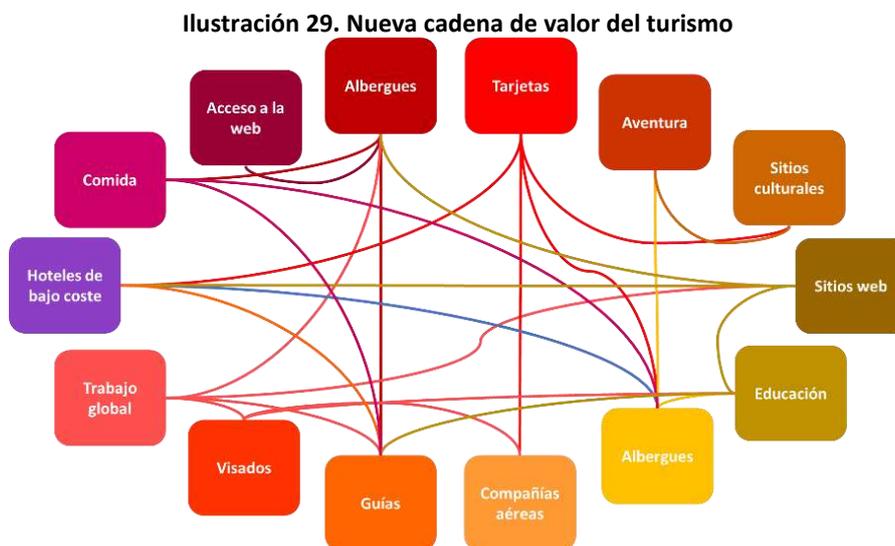
5.5.1. Marco político y legal

La tendencia actual en la gestión turística es a sobrepasar el sesgo cuantitativo de maximización de número de turistas como meta, a través de estrategias de promoción y mercadeo, a crear marcos competitivos 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.



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

En el contexto del marco de políticas públicas, un estudio de la OCDE²⁰ (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.

²⁰ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Al igual que en buena parte del Paraguay, por la ausencia de normas de preservación cultural e histórica, en Villa Hayes, la [falta de ordenanzas estrictas para la conservación del patrimonio histórico](#) es la causa de la pérdida de la identidad en los edificios históricos y a pesar de que en la Ley 3966/10 existen algunas atribuciones generales de preservación estas no son cumplidas en el municipio:

Así, el capítulo III, artículo 12 de la Ley 3966/10 Carta Orgánica Municipal establece “...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 se ve la necesidad de crear de manera prioritaria criterios, procedimientos, formas de preservación y recuperación del casco urbano histórico y la identidad local. El casco histórico debería ser delimitado seis cuadras a la redonda a partir del Río Paraguay donde todo tuvo su comienzo y en donde actualmente se concentran los predios antiguos, los edificios o viviendas antiguas que están en ese perímetro no podrán ser modificados ni demolidos, se tendría que crear una Ordenanza Municipal que ampare esos predios, además de establecer un diseño acorde a aquel centro histórico, creando bulevares, plazoletas, (por ej. recuperar la escalinata antigua que tiene un gran significado para la ciudad), crear corredores verdes a lo largo del casco histórico, no permitir el acceso de vehículos de gran porte para incentivar el uso peatonal.

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 un adecuado diseño de estrategias y, en consecuencia, la buena marcha del proyecto.

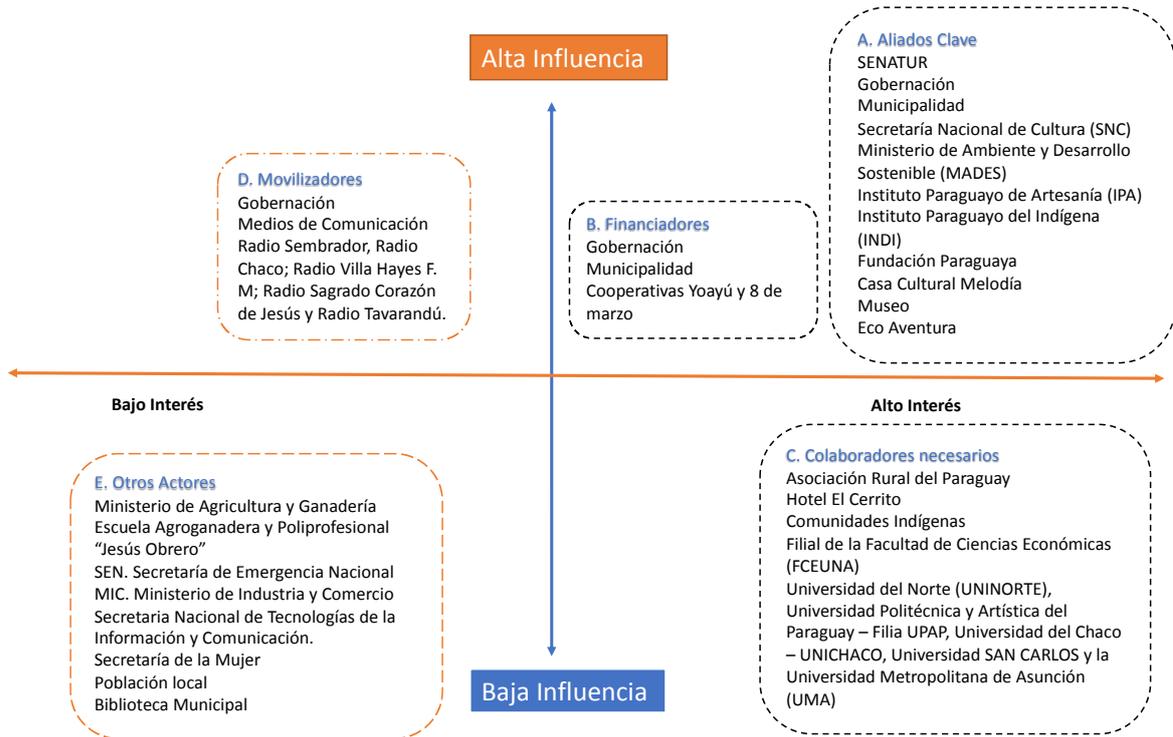
Se distinguen dos grupos: **actores primarios afectados y/o beneficiados** directamente por el desarrollo del proyecto y **actores secundarios o intermediarios** importantes también, pero en menor escala. Dependiendo de su capacidad de influencia (positiva o negativa), se le otorga una prioridad de alta,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

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

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

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

Ilustración 10. Mapa de Actores



Fuente: Inmark Europa S.A.

Tabla 10. 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.	Como máxima autoridad en Turismo, debe facilitar los procesos para el desarrollo turístico de Villa Hayes, a través del apoyo técnico, seguimiento de procesos, capacitación especializada, sensibilización turística, etc.	Alta
	Secretaría Nacional de Cultura	Encargados de diseñar, regular e impulsar políticas públicas culturales; garantizando los derechos culturales de la ciudadanía; preservando, protegiendo y promoviendo el patrimonio cultural en su diversidad, a nivel nacional e internacional.	Como máxima autoridad en cultura, debe proteger y recuperar el patrimonio histórico – cultural de Villa Hayes. Debe establecer mecanismos de comunicación, consulta y concertación con diferentes sectores de la sociedad en lo relativo a la gestión cultural y, específicamente, a la formulación de una Política Cultural para Villa Hayes. Deben incentivar la especialización, la capacitación y la organización de quienes ejercen profesionalmente actividades culturales; en especial encargados del Museo y guías históricos.	Alta
	MADES	Encargados de la formulación de políticas, la coordinación, la supervisión, la ejecución de las acciones ambientales, los planes, programas y proyectos enmarcados en el Plan Nacional de Desarrollo, referentes a la preservación, la conservación, la recomposición y el manejo de los recursos naturales. Además, se encarga del ordenamiento ecológico y del ambiente en general, propendiendo a un mejoramiento permanente de las condiciones de vida de los distintos sectores de la sociedad paraguaya para garantizar condiciones de crecimiento económico, equidad social y sustentabilidad ecológica a largo plazo.	Como máxima autoridad en ambiente, deben establecer políticas para la gestión de residuos, de aguas y la conservación de las áreas naturales. Es necesario que establezcan procesos de gestión ambiental y buenas prácticas ambientales para todas las industrias que se encuentran en la orilla del río y que pueden provocar contaminación.	Alta

Grupo	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
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 el de "elevar el nivel de vida de las comunidades artesanales fortaleciendo el desarrollo de sus núcleos, capacidad productiva y de comercialización, generando alianzas de acuerdo con la demanda del mercado nacional e internacional, por medio de la competitividad.	Promover la comercialización de la artesanía de Villa Hayes, poniendo en valor las artesanías y a los artesanos, mejorando la calidad del producto y estableciendo canales de promoción y comercialización para llegar a los clientes nacionales e internacionales.	Media
	INDI	Encargados de cumplir, garantizar y velar por el fiel cumplimiento de los derechos indígenas, armonizando el mandato legal con la participación de los pueblos indígenas, en forma articulada y coordinada con otras instituciones".	Promover la formación técnico-profesional del indígena, especialmente para la producción agropecuaria, forestal y artesanal, y capacitarlo para la organización y administración de las comunidades. Realizar otras actividades que tengan relación con los fines del INDI	Media
Gobierno Local	Gobernación	Generar oportunidades para mitigar las diferentes problemáticas en los sectores social, educativo, salud y productivo, acompañados de organizaciones públicas, privadas y fuerzas vivas, con presencia institucional efectiva, para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes del XV Departamento de Presidente Hayes.	Acompañar a Villa Hayes al desarrollo Turístico, a través de la inversión en infraestructura, capacitaciones, inversión en emprendimiento.	Alta
	Municipalidad	Generar oportunidades para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de Villa Hayes.	Apoyar al desarrollo turístico de Villa Hayes, a través de la inversión, capacitación, planificación y siendo uno de los dinamizadores de la mesa de turismo.	Alta
ONG/ Fundaciones	Centro Cultural Melodía	El propósito es de proveer oportunidades de educación y desarrollo cultural en la comunidad de Villa Hayes. El Centro Cultural Melodía cumple una función esencial de enlace entre diversas organizaciones, instituciones públicas y privadas, e individuos para ofrecer un servicio único a la comunidad.	El Centro Cultural Melodía desarrolla una nutrida agenda de actividades. Veladas culturales donde la comunidad puede apreciar obras de teatro, conciertos, muestras, exhibiciones de pinturas, lanzamientos de libros, talleres y seminarios de capacitación, presentaciones musicales y danzas.	Alta

Grupo	Agente	Rol	Expectativas	Prioridad
Sector Privado/Mixto?	Fundación Paraguaya	La Fundación Paraguaya es una empresa social sin fines de lucro, auto sostenible; fue fundada en 1985 y desde entonces es pionera en microfinanzas y emprendedurismo en Paraguay. Tiene 28 oficinas distribuidas en todo el país y más de 450 colaboradores, de los cuales el 60% son mujeres. Mediante cuatro estrategias vinculadas desarrolla e implementa soluciones prácticas, innovadoras y sostenibles para la eliminación de la pobreza y la creación de un ambiente digno para cada familia.	Apoyo y financiación a través de microcréditos a emprendimientos turísticos de la población local; comunidades locales, comunidades indígenas. Para ello sería óptimo que desde la Mesa de Turismo, la Fundación articulse y conociese a los emprendimientos turísticos del destino.	Alta
	Museo	Museo Municipal “Don Salvador Garozzo Simón”. Se trata de una construcción antigua –que fue reacondicionada por la municipalidad local con el apoyo de la Secretaría Nacional de Turismo (Senatur) en julio del 2017– ubicada frente al río Paraguay, en la Avenida Costanera de Villa Hayes.	El Museo debe liderar todo el desarrollo histórico y patrimonial del municipio. A través de la Mesa de Turismo, debería tener este rol y dotar de contenido a los Circuitos Históricos del municipio, siendo un elemento de referencia de la Historia de Villa Hayes.	Alta
	Hotel Cerrito	Hotel Escuela Cerrito, es un emprendimiento de la Fundación Paraguaya en su Escuela Agrícola San Francisco. La Escuela es un nuevo modelo de autogestión, en el que una granja escuela autosuficiente genera sus propios ingresos. Promueven el espíritu emprendedor de los estudiantes, llegados de 12 departamentos del país y el extranjero. Son una institución educativa mixta bajo el régimen de internado para 150 estudiantes.	Dinamizar el desarrollo del turismo rural en el Departamento de Presidente Hayes, pudiendo promocionar Villa Hayes por su cercanía a este.	Media

Fuente: Inmark Europa S.A.

5.5.3. Productos turísticos

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 muro en Facebook y están en la subcategoría de turismo emisoro y receptor. Teniendo en cuenta que en el departamento no hay agencias de viajes registradas se revisaron algunas de otros departamentos y el sitio oficial “Visit Paraguay”. A continuación, se muestra un resumen de la información encontrada:

Nombre

Página web <https://visitparaguay.travel/v1/circuito/1-ruta-jesuitica>

Descripción Sitio oficial para promocionar el turismo en Paraguay creado por SENATUR.

Ofertas: Museo, mirador, franja costera (en construcción), Centro Cultural Melodía.



La gran mayoría de las agencias analizadas son de turismo emisoro hacia el Norte y Sudamérica, Europa, algunas al continente asiático y otras al continente africano. Por este motivo, la búsqueda de productos al departamento de Presidente Hayes se dificulta, aun así, lo que se vende hacia Paraguay incluye Asunción, Alto Paraná, Misiones, y El Chaco en algunos casos.

En cuanto a lo que ofrece el sitio oficial Visit Paraguay, está relacionado con la historia del departamento, un mirador, la franja costera aún sin terminar y el Centro Cultural del municipio. Esto se ofrece en la sección museos y monumentos, a pesar de que no todos entran en esta categoría, y redactado a manera de lista más que de párrafo.

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

Tabla 11. Productos ofrecidos de Villa Hayes

Productos	Tripadvisor	LonelyPlanet	Internacionales	Nacionales	Promoción oficial
Mirador					X
Costanera					X
Centro Cultural Melodía					X
Museo					X

Fuente: Inmark Europa S.A.

Además de las analizadas, se ha encontrado en Asunción una agencia que comercializa Villa Hayes. El nombre de la Agencia es “Asunción City Tour” y Villa Hayes se encuentra comercializado en el Tour Étnico. <http://asuncioncitytour.com.py/v2/producto/tour-etnico/>.

Con motivo de la inauguración del Muelle embarcadero de Villa Hayes, el barco Catamarán “Aguas del Paraguay”, ofreció un recorrido de una hora por el río Paraguay hasta llegar a “El Peñón” y la ciudad de Villa Hayes, una excelente opción para el turista nacional. La inauguración del embarcadero trajo paseos en barco, que atrajeron gran cantidad de turistas durante esos días, por lo que la Municipalidad está pensando en mejorar los servicios para poder ofrecer de manera continua ese producto.

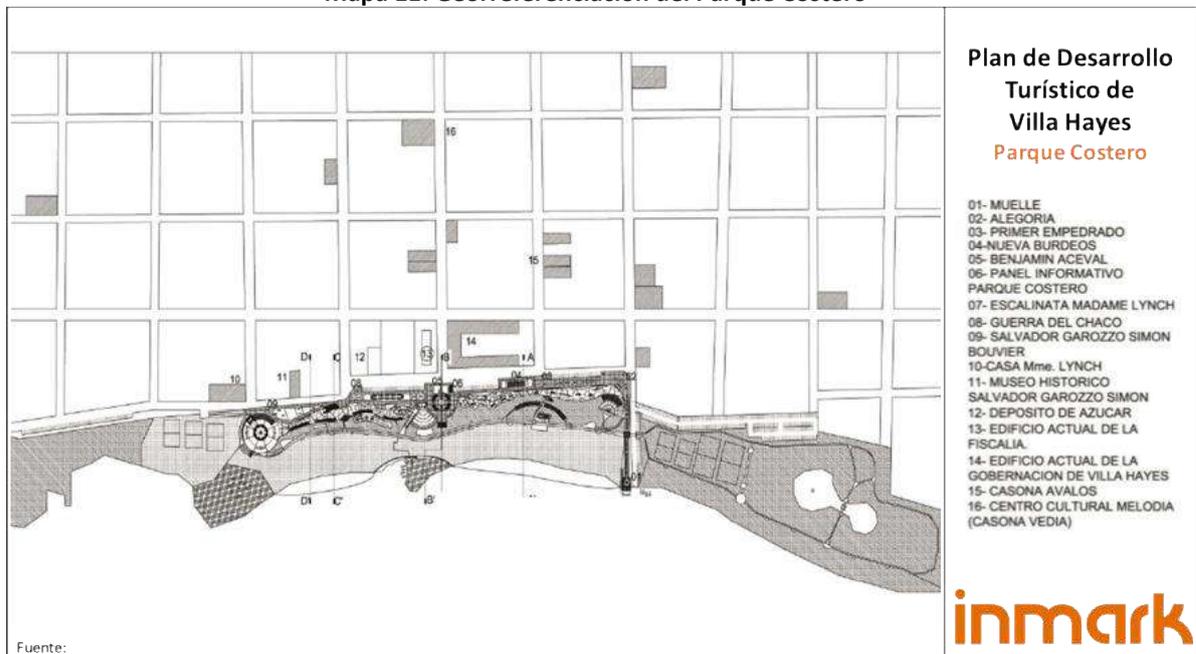
El catamarán Aguas del Paraguay se instaló en el Bajo Chaco para realizar paseos desde el mirador de Villa Hayes hasta El Peñón, reconocido como patrimonio cultural del país por la Secretaría Nacional de Cultura. El gerente y guía de turismo del mismo, explicó que los recorridos podrían continuar y se prevé además realizar salidas desde Asunción a Villa Hayes una vez al mes.

Existe un **Circuito Fluvial e Histórico** que ha diseñado SENATUR para Villa Hayes, que se está realizando en parte y de forma esporádica.

- **Llegada al embarcadero:** Aquí se inicia el encuentro entre el Río y la Ciudad de Villa Hayes, donde los visitantes son recibidos por un informante/guía que dará la bienvenida y explicación del recorrido. Seguidamente, se camina por el paseo litoral hasta el Cartel de la Alegoría.
- **Alegoría de la ciudad:** Con este ítem se descubre la rica historia de la Ciudad de Villa Hayes, sus principales acontecimientos a través de paneles con calados de un pilar metálico de la parte superior del museo, caída de agua que se deslizará por las paredes rugosas de hormigón en frente del lugar ubicado estratégicamente en la intersección de la rambla y el paseo del muelle.
- **Empedrado histórico:** Fue la primera ciudad del país que tuvo calles empedradas, en la época en que se llamaba Villa Occidental. Hacia 1872, se construyó el pavimento pétreo que subía desde la orilla del río hacia la ciudad, en la calle aledaña al edificio de la actual Gobernación.
- **Placa Nueva Burdeos:** Placa alusiva al tercer nombre de la ciudad. En época de Don Carlos Antonio López, se ofrecieron entre 1.000 y 2.000 hectáreas a cada uno de los inmigrantes provenientes de Burdeos, Francia que “vinieron a hacer las Américas”.
- **Estatua Benjamín Aceval:** Fue uno de los estadistas que, con sostenido afán, se preocupó por la educación pública. Contribuyó, además, con la afirmación de la soberanía nacional sobre el territorio chaqueño sometido al laudo Hayes.
- **Panel de la ciudad e informes:** En este sitio se encuentra un punto de encuentro con la entrada principal del Parque, donde se dispone un panel con todas las indicaciones, equipamientos señalizados para una mejor comprensión del mismo.
- **Escalinata Madame Lynch- cruce de la Región Oriental/Occidental:** Elysa Lynch, cortesana de origen irlandés y esposa del Mariscal López, visitaba Villa Hayes para tomar contacto con los inmigrantes franceses. Este lugar fue un importante puerto de aprovisionamiento y puerta única entre la Región Oriental y Occidental.
- **La Guerra del Chaco (1932-1935):** Fue el mayor conflicto bélico de Sudamérica del siglo XX y tuvo consecuencias negativas para Paraguay y Bolivia. Los antecedentes del conflicto deben buscarse en la colonización española: al producirse la independencia, las nuevas naciones se consideraron herederas de las divisiones territoriales coloniales, que eran confusas. El Virreinato del Río de la Plata abarcaba las actuales repúblicas del Paraguay, Uruguay, Argentina y Bolivia. Exceptuando el Uruguay, los otros tres países reclamaron el territorio del Chaco. Charcas (hoy Sucre, Bolivia) tenía jurisdicción sobre una parte del Chaco.

- **Placa Salvador Garozzo:** Periodista e historiador, fue creador del Museo Histórico Municipal, inaugurado en 1997. Escribió libros y elaboró varios proyectos de ley, entre ellos, uno de los más conocidos el "Proyecto de ley del feriado nacional, 12 de noviembre, día del Laudo Hayes"
- **Casona de Madame Lynch:** Antigua residencia de Madame Lynch, primera dama del Paraguay durante el gobierno de Francisco Solano López (1862-1870). Ubicada en la costanera de la ciudad, funcionaba como posada: "Villa Guadalupe". (Fuente: Fundación Melodía.). Actualmente se encuentra sin uso.
- **Museo Histórico Municipal Salvador Garozzo:** Instalado en una vieja construcción costanera, frente al río Paraguay, fue inaugurado en 1997, bajo administración del intendente Isidro Roussillon Pascottini. Cuenta con 3.000 piezas.
- **Depósito de azúcar:** De estilo colonial, denota importantes rasgos de la arquitectura europea. Originalmente depósito de la primera industria de azúcar colorada de Monte Sociedad, fue construido en por la necesidad de tener un lugar cercano al puerto de Villa Hayes, desde el cual trasladar la producción. (Fuente: Fundación Melodía.)
- **Gobernación:** Construido durante la ocupación argentina como cuartel del invasor hasta 1879. Abandonado quedó en propiedad del ejército paraguayo, es, actualmente la Gobernación.
- **Casona Ávalos:** De 1887, con un marcado estilo barroco italiano, cuenta con varias habitaciones, una caballeriza (hoy derrumbada) y un portón para el ingreso de carretas.
- **Centro Cultural Melodía:** Ubicado en la Casona Vedia, antigua reducción franciscana, data de la ocupación argentina. Actualmente es un centro cultural participativo que cuenta con actividades de gran importancia para la comunidad Villahayense.

Mapa 11: Georreferenciación del Parque Costero



Fuente: Inmark Europa S.A con base en información de SENATUR

5.5.4. Gestión ambiental y sostenibilidad

En Villa Hayes existe un problema con la gestión de residuos; en el trabajo realizado con el Taller de Flujos turísticos, uno de los impactos sobre los que más se hizo alusión era la cantidad de basuras que existen en los espacios naturales que son visitados por los turistas.

Así mismo, toda la costanera del río se encuentra llena de diferentes industrias que están provocando un fuerte impacto visual. No es compatible un producto fluvial por el río para disfrutar del paisaje y la naturaleza, con una costanera llena de industrias. Es necesario controlar la proliferación de industrias en la orilla del río y exigirles buenas prácticas ambientales para evitar episodios de impacto.

Ilustración 30. Impacto ambiental de las industrias en la Costanera



Fuente: Inmark Europa S.A

5.6. Instrumentos de análisis estratégico

5.6.1. DAFO

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.

Para la elaboración de este análisis se realizó un taller participativo en Villa Hayes en el mes de marzo de 2019. Los resultados son los que se muestran a continuación:

Tabla 12. DAFO Villa Hayes

FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
DEBILIDADES	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Oferta turística actual muy escasa, pocos productos desarrollados. • Oferta en alojamiento nula y en alimentación muy escasa. • Calidad y estándares mínimos en la prestación de servicios turísticos. • Flujos de turistas de paso (excursionistas) sin mayor gasto en el destino. • Museo con horario muy limitado. • Desconocimiento y desinformación sobre los lugares con potencial turístico por parte de la población local. • Escaso reconocimiento como posible destino turístico por parte de turistas potenciales. • Desarticulación y poca sinergia entre los actores locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Museo de historia en buenas condiciones y con un buen contenido. • Existencia de un par de guías legalizados, con experiencia y conocimientos en historia y cultura. • Municipio con hitos históricos muy atractivos para el turista nacional. • Peñón en medio del río muy atractivo. • Existe oferta de pesca. • Existe un City Tour que se ofrece a los turistas. • Cuenta con las llamadas estancias de carnes con producto de gastronomía y demostraciones de trabajo de campo. • Diversidad étnica aunque en precarias condiciones. • El recurso fluvial como transporte • Buenas vías de acceso terrestre desde Asunción • Jóvenes como fuerza laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Catamarán que conecta con Asunción • Empresa privada de yates que ofrece viajes a espacios naturales de Villa Hayes. • Cercanía con Asunción. • SENATUR ha desarrollado una serie de circuitos turísticos para su desarrollo y comercialización. • Posee una gastronomía propia que comienza a ser reconocida. • Cuenta con fechas históricas del orden nacional que permiten crear eventos de carácter histórico y cultural. • 480 Km. del río Paraguay donde existe un malecón y embarcadero. • La inversión en comercio y servicios ha venido creciendo al 5% en los últimos 5 años. 	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto ambiental y degradación del río por las industrias existentes. • Pérdida del patrimonio cultural por falta de gestión y planificación. • Inversión extranjera que desplace a los empresarios locales. • Desarticulación entre los gobiernos local y nacional • Escasa conciencia para la aplicación de normas de estacionamiento de vehículos en vía pública, legalidad en alojamientos, normas ambientales, entre otros.

Fuente: Inmark Europa S.A

Tabla 13. Estrategias derivadas del DAFO

ESTRATEGIAS DERIVADAS DEL DAFO							
DA	Supervivencia	DO	Reorientación	FA	Defensivas	FO	Ofensivas
<ul style="list-style-type: none"> • Involucrar a la junta municipal para revisar normativas que mitiguen los problemas del uso del suelo y, si es el caso expedirlas mediante ordenanza, coordinando su aplicación con el Juzgado de Faltas. • Diseñar e implementar programas de formación en emprendimiento turísticos, asociatividad, y de calidad en la prestación de servicios para ser competitivos y desarrollarse a la par de posibles inversiones foráneas o asociarse con éstas. • Establecer programas de formación en gestión pública del turismo 		<ul style="list-style-type: none"> • Generar un programa de inversiones en sectores clave para el desarrollo del municipio con condiciones jurídicas y económicas estables y atractivas para los inversionistas. • Promover programas de capacitación y de formalización de mypimes con el Ministerio de Industria y Comercio y con SENATUR en gastronomía y hotelería, pensado en estándares internacionales. • Diseñar nuevas experiencias turísticas que aprovechen como oportunidad el patrimonio histórico del municipio. 		<ul style="list-style-type: none"> • Promover actividades turísticas en relación con el río, a la vez que se promueven normas de descontaminación. • Mejorar los niveles de coordinación interinstitucional con normativas claras. • Identificar estancias y comunidades con potencial para turismo gastronómico y capacitarlos. • Potenciar el museo, institucionalizando apoyos. 		<ul style="list-style-type: none"> • Incluir en la promoción de atracción de inversión temas de infraestructura de bienes y servicios turísticos. • Diseñar programas de mejoramiento de calidad para personas de las estancias en gastronomía y en artesanías con las comunidades indígenas. • Buscar proyectos de descontaminación del río con la participación de las industrias. 	

Fuente: Inmark Europa S.A

5.6.2. Análisis de Impactos

Tabla 14. Impactos ambientales, sociales y culturales de los flujos turísticos

Flujo	Impacto Ambiental	Impacto Social	Impacto Cultural	Impacto Económico	Intervención	Responsable
City Tour	<ul style="list-style-type: none"> • Basuras • Impacto sonoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediano 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio/ Alto 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio/ Bajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Concienciar turísticamente a la población 	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad
Fluvial Remansito	<ul style="list-style-type: none"> • Basuras • Impacto sonoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediano 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio/ Bajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio/ Bajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Concienciar turísticamente a la población 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas privadas
Fluvial Choco'i.	<ul style="list-style-type: none"> • Basuras • Impacto sonoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediano 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio/ Bajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de promoción en social media 	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad • Empresas privadas

Fuente: Inmark Europa S.A

Los dos impactos más comentados por los participantes en el taller de flujos turísticos fueron el tema de los residuos y el impacto sonoro. Según la percepción de los participantes los tres flujos que definieron se encuentran afectados por estos dos tipos de impactos.

5.7. Mesa de Turismo

Así mismo, al final del taller de flujos, se convocó a los participantes para la conformación de una Mesa de Turismo. La Mesa de Turismo es una figura de participación y de gestión público – privada, clave para el empoderamiento local y la adecuada implementación desde la base de los actores involucrados.

Cada Mesa de Turismo debería estar integrada por grupo entre 6 – 10 personas (oficina regional de entidad pública, Instituciones, Asociaciones, Gremios, Universidades, Comunidades Locales), siendo la encargada de gestionar, coordinar y revisar el correcto desarrollo de los PDTs.

En Villa Hayes, por iniciativa de la municipalidad, se había comenzado a conformar una figura/ espacio de participación público / privado para la toma de decisiones en el desarrollo turístico del municipio. Es por ello, que no se pudo conformar la Mesa de turismo como tal, sino sólo un grupo de personas interesada en formar parte y que debían unirse a esa primera iniciativa municipal:

Tabla 15. Listado de Personas propuestas para conformar la Mesa de Turismo en Villa Hayes

NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	CELULAR	E-MAIL
Víctor Vera	Gobernación	0961-756382	vvmanuel13@gmail.com
Cinthia Mancuello	Municipalidad	0972-904372	cinthiapma27@gmail.com
Pedro Aranda	Gastronomía		
Jorge Villalba	Recepción Los Jardines	0971-262123	
Gabriel Giménez	Guía turístico	0971-875288	medinacarmedina@gmail.com
Félix Fariña	Centro Cultural Melodía	0985-964002	felix@melodia.org
Rosalía Martínez	Ecoaventura	0981-274209	rosimarvi1977@gmail.com
Martina Caballeros	Hotel Cerrito	0974-525151	mcaballero@fundacionparaguaya.org.py
María Teresa Garozzo	Museo	0982-664561	maritegarozzo@hotmail.com
Viviana Bonessi	Biblioteca Municipal	0971-177248	vivianapbonussi1961@gmail.com

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

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)²¹.



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.



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

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

Ser un destino turístico sostenible reconocido en Paraguay por su patrimonio cultural, histórico y gastronómico, así como por sus valores naturales, en especial la ribera del río Paraguay.

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 Villa Hayes así como los Escenarios de Futuro del destino a 5 y 10 años.

El Modelo de Desarrollo Turístico para Villa Hayes, es un **modelo tradicional turístico, con dos grandes productos estrella**, el Circuito Histórico – Cultural y el Circuito Fluvial – Natural, **para posicionar el destino turístico Villa Hayes como “Puerta al Chaco”**, donde un turista, tanto nacional como internacional, a tan sólo 30 Km de Asunción, puede tener una primera experiencia con el ecosistema chaqueño, sin las incomodidades que supone viajar a ese territorio.

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

Ventajas

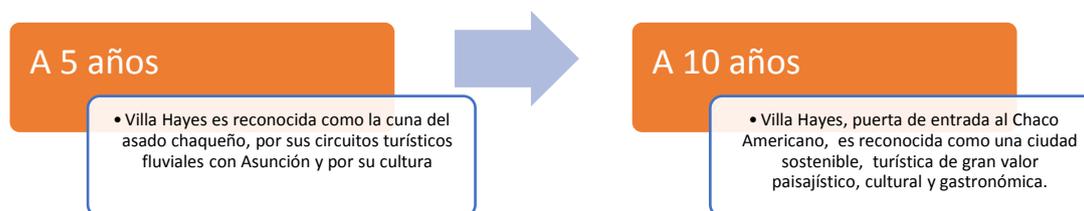
- ⇒ 3 ríos, humedales y estancias desaprovechadas.
- ⇒ 480 Km. de costas ribereñas sobre el río Paraguay que conectan las dos regiones del país.

Dificultades para Crecer

- ⇒ Desinterés de las autoridades locales y de los pobladores en 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 agentes implicados en el desarrollo del sector.

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



6.1.2. Posicionamiento del Destino Turístico Villa Hayes

La propuesta de posicionamiento corresponde a una idea fuerza, de lo que debe representar el desarrollo del turismo para Villa Hayes para el mercado, alcanzable mediante una batería de estrategias, programas y acciones detalladas para su implementación en la práctica.

6.1.2.1. Objetivos del Plan de Desarrollo Turístico de Villa Hayes

Los objetivos propuestos son los que se detallan a continuación:

OBJETIVO GENERAL	→ Convertir a Villa Hayes en un destino turístico reconocido en Paraguay, por su patrimonio histórico – cultural, gastronomía y riqueza fluvial.
Objetivo 1	→Mejorar la Gobernanza turística, la participación entre el sector público, el sector privado y las comunidades locales.
Objetivo 2	→Fortalecer la promoción y comercialización de Villa Hayes buscando un incremento de demanda y gasto
Objetivo 3	→Fomentar la mejora y gestión de los atractivos turísticos de Villa Hayes.
Objetivo 4	→Potenciar el desarrollo de productos turísticos con enfoque de mercado, innovadores y creativos.
Objetivo 5	→Fortalecer la promoción y comercialización de Villa Hayes como destino turístico
Objetivo 6	→Fomentar el emprendimiento empresarial turístico.
Objetivo 7	→Aumentar la calidad, cantidad y variedad de infraestructura y planta turística.

6.1.2.2. Propuesta de valor

Villa Hayes necesita seguir una **estrategia de desarrollo sostenible** para posicionarse como el Destino Turístico “Puerta del Chaco”. Villa Hayes con sus 480 km de costa ribereña, humedales, biodiversidad chaqueña, accesibilidad, calidad y buen servicio como elementos diferenciadores, puede convertirse en un destino no solo para disfrutar de la historia y cultura, sino también para tener un primer contacto con el Chaco de una forma sencilla y rápida a través de Asunción.

6.2. Pilares y Estrategias del Plan

El Plan de Desarrollo Turístico de Villa Hayes el cual se proyecta para 5 años, 2019- 2024, se encuentra enmarcado en siete pilares, provenientes del *Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico Paraguay 2019 - 2026*, que le proporcionan el sostén necesario para darle solidez y coherencia al Modelo de Desarrollo del destino turístico de Villa Hayes.

Los Pilares son los que se detallan a continuación:

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

→ **Pilar 1. Enfoque Territorial**

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

Villa Hayes, debe enfocar sus acciones a ordenar y conservar de forma sostenible el patrimonio natural, puesto que siendo por ejemplo la costa ribereña uno de sus principales valores, el desarrollo industrial está compitiendo por el espacio.

→ **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 y la creación de otras figuras de participación**, como consejos locales y unidades gubernamentales de turismo, se debe trabajar la gestión organizativa y la gobernanza de Villa Hayes.

Es necesario desarrollar acciones específicas y, como tal, así se proponen en este documento, que consigan que Villa Hayes, entendida como una realidad territorial y sectorial, crea, participe y se apropie del Plan de Desarrollo Turístico. En la metodología desarrollada, se implementó como pilar de participación la Mesa de Turismo, con la finalidad de provocar la participación y compromiso por parte de los actores locales. La participación, además de ser una herramienta fundamental en cualquier proceso de planificación, consigue que los actores se identifiquen con el plan.

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 de Villa Hayes. Si no existe por parte de la Gobernación y de la Municipalidad la inversión económica y humana necesaria para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico, este difícilmente progresará.

→ **Pilar 4. Orientación al mercado**

El componente esencial de la competitividad de un Destino como Villa Hayes es la comercialización; adecuar los productos turísticos a diseñar con la demanda existente y realizar una distribución multicanal son algunas de las tareas a desarrollar.

Villa Hayes, tiene como ventaja, su cercanía a Asunción, un mercado cautivo, lo que le convierte en un destino muy atractivo para el turismo nacional. Su proyección como “Puerta al Chaco” añade como valor diferencial acercar al turismo nacional el Chaco y toda la biodiversidad que comprende.

→ **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 de electricidad, tratamiento de residuos, acceso a educación y sanidad, etc., son fundamentales para alcanzar un desarrollo turístico del destino. Por ejemplo, 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. También en Villa Hayes es necesaria la mejora del alcantarillado y drenaje de las aguas residuales, acciones básicas para mejorar la calidad del destino para locales y visitantes.

El Proyecto “Parque costero”, presentado hace un par de años con el apoyo de SENATUR, es uno de los desarrollos en infraestructura costera más necesarios para el sector turístico de Villa Hayes. Por su elevado presupuesto, se puede plantear en construir en diferentes fases.

Así mismo, en Villa Hayes la dotación de infraestructuras turísticas como por ejemplo muelles aéreos para el desarrollo de circuitos fluviales, miradores, observatorios de aves en las áreas húmedas debe convertirse en prioridades para la inversión y desarrollo turístico.

Villa Hayes además se enfrenta a un reto, mejorar el transporte terrestre, a través de la dotación de un mayor número de líneas interurbanas que lo conecten con el resto del Chaco.

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

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

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

En el futuro la competitividad del territorio se establecerá por su capacidad para desarrollar modelos sostenibles. Villa Hayes tiene que ser un referente de sostenibilidad para los destinos que conforman esta región turística, y, por lo tanto, ser un factor clave para la competitividad. 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).

Las [Estrategias para el Plan de Desarrollo Turístico de Villa Hayes](#) se sustentan en los principios irrenunciables antes señalados y 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.

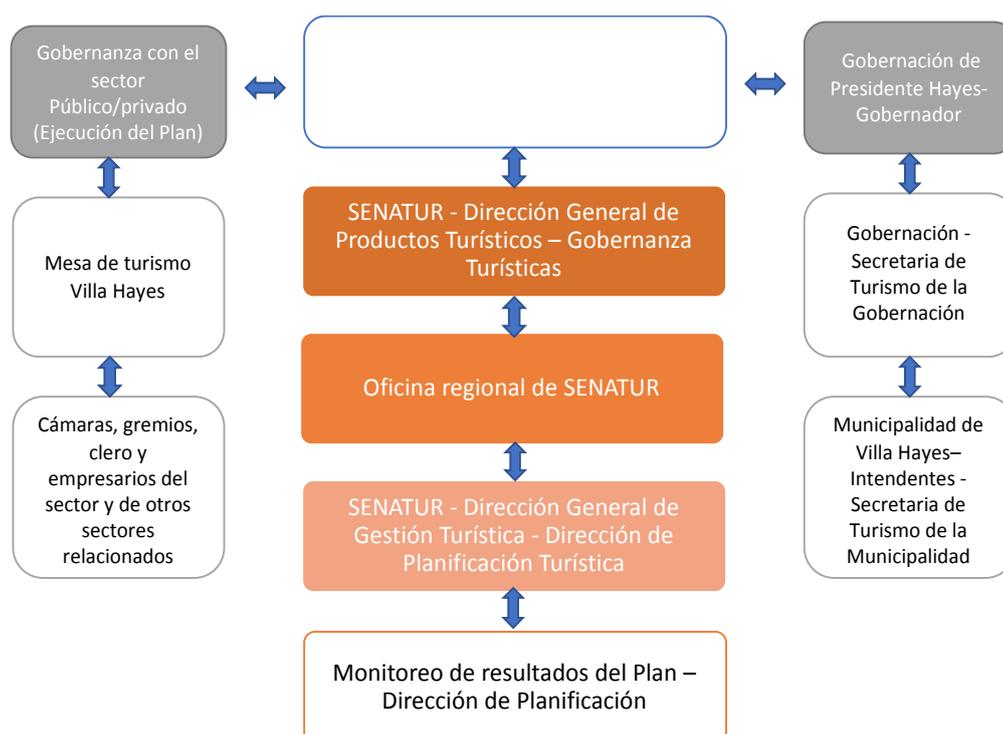
La ejecución del Plan de Desarrollo Turístico de Villa Hayes requiere de la aplicación de un modelo de gobernanza turística que determine qué instrumentos, personas y organizaciones deben asumir responsabilidades concretas, como la puesta en marcha, gestión y seguimiento del presente Plan.

Se señala la necesidad de una mayor involucración de la Gobernación de Presidente Hayes con el desarrollo turístico del destino Villa Hayes, articulándose como un actor líder del territorio e invirtiendo recursos humanos y económicos en el desarrollo turístico del sector.

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

- **Capacidad institucional y marco competencial.** Reforzar la capacidad institucional y el marco competencial del sector público; fomentar la representatividad y la cohesión de los agentes privados.
- **Liderazgo** de SENATUR a través de la descentralización y creación de oficinas regionales.
- **Articulación, compromiso y participación** del sector público y privado de Villa Hayes.
- **Emprendimiento empresarial.** Impulsar el desarrollo territorial, empresarial y productivo de Villa Hayes.
- **Gestión y financiación.** Dotar al sector turístico de mecanismos para la gestión de proyectos y para la captación de recursos de capital.

Modelo de Gobernanza Turística del Sector Turístico de Villa Hayes



Fuente: Inmark Europa S.A

Sumado al fortalecimiento de todos los actores que participan en el sector turismo vinculado a Villa Hayes, está la necesidad de establecer los mecanismos necesarios para la implementación del Plan.

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

Estrategia 2. Mejora de la Competitividad

El éxito en el mantenimiento de los beneficios de turismo para contribuir a la mitigación (o al alivio) de la pobreza, solo se puede lograr a través de la continua diversificación, innovación y actualización de los destinos turísticos, así como el fortalecimiento de capacidades e instituciones. Se habla entonces de conseguir destinos con calidad integral; establecer una estructura de gestión permanente que vele por el incremento de la competitividad de las empresas turísticas del destino, ofrecer un nivel de calidad homogéneo en todos los servicios turísticos, incrementando la satisfacción y fidelización de los turistas. Asimismo, es necesario incrementar la implicación y participación de los empresarios en el desarrollo turístico del destino.

Estrategia 3. Desarrollo de Portafolio de Productos Innovadores

La creación de productos turísticos novedosos, adecuados y rentables, es uno de los retos más interesantes en el proceso de desarrollo de Villa Hayes como destino turístico sostenible. Las tendencias actuales del mercado establecen una serie de consideraciones que han de ser tenidas en cuenta para el diseño de productos turísticos.

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



Fuente: Inmark Europa S.A

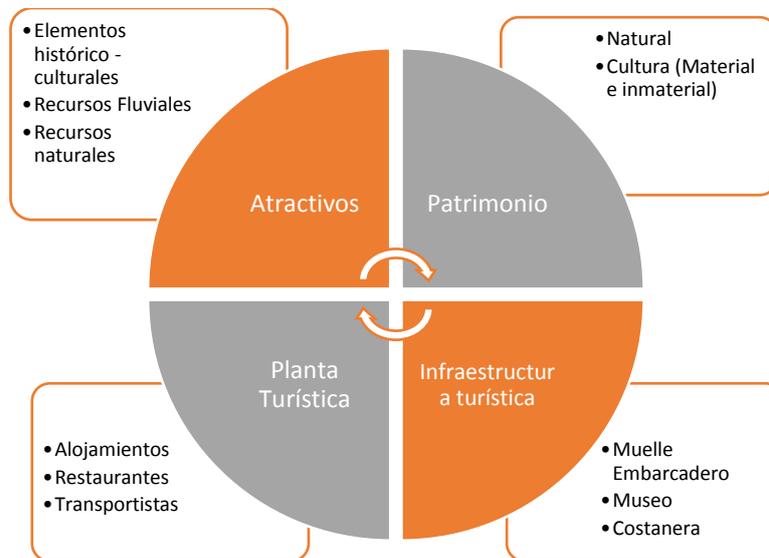
Villa Hayes centra su oferta turística en los siguientes segmentos y productos turísticos:



Fuente: Inmark Europa S.A

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

La oferta turística de un Destino turístico está formada por el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. En Villa Hayes, 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 Villa Hayes son muy escasos, la oferta de restaurantes también y no hay prestadores de servicios como lancheros, agencias locales, etc. Es por ello, que es necesario mejorar el estado tanto de los atractivos como de la planta turística para poder desarrollar y ofrecer un producto de calidad.



Fuente: Inmark Europa S.A

Villa Hayes necesita de estrategias de recuperación tanto del patrimonio natural como cultural, a través de fondos de financiación, para invertir en acciones para la mejora de los recursos.

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 de inicio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos de la zona. Por otro lado, incrementar la información sobre el destino a través de Centros de Información Turística.

Para ello, conocer el destino turístico, los movimientos de los flujos turísticos, así como el perfil del turista actual y potencial que llega a Villa Hayes es fundamental. Así mismo, el volumen de visitas y el gasto turístico son aspectos cuantitativos que también deben conocerse sobre el destino turístico.

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

Estrategia 5. Posicionamiento y Comercialización

Esta estrategia está basada en la necesidad que tienen los destinos de conocer el mercado, así como el perfil del turista que llega al destino. **Villa Hayes como destino se encuentra en un momento inicial de desarrollo**, es un destino emergente y, como tal, debe generar su posicionamiento de mercado mediante acciones encaminadas a desarrollar conocimiento de mercado y mejora de la comunicación, información y comercialización turística, entre otras.

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

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

Estrategia 6. Gestión Sostenible.

Los **principios del turismo sostenible** pueden traducirse en prácticas de gestión, que son aplicables para todo tipo de organizaciones en cualquier destino turístico. 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 ambiente y los recursos naturales es una necesidad, un compromiso ético y un desafío para el sector turístico. Es recomendable, por tanto, la implementación de buenas prácticas ambientales, pues Villa Hayes dispone de una oferta turística basada gran parte en el patrimonio natural y fluvial. La implementación de éstas permitirá a Villa Hayes 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. La OMT trabaja con gobiernos, socios públicos y privados, fondos multilaterales, instituciones financieras, organismos de las Naciones Unidas y organizaciones internacionales para alcanzar los ODS y, especialmente, los objetivos 8, 12 y 14, en los que figura el turismo. Para Paraguay, los objetivos 8 y 12 son los principales:

- **Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.** El turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico mundial y actualmente proporciona en todo el mundo 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres, puede beneficiarse de la mejora de las destrezas y el desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: «Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales».
- **Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.** Un sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo a la hora de acelerar la transformación global hacia la sostenibilidad. 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 Privado

6.3.1. Descripción y priorización de programas

Herramientas Estrategia N° 1. Gobernanza eficiente		
Programas	Subprogramas	Acciones
E1.1. Fortalecimiento Sector y Público	Fortalecimiento de la Mesa de turismo	E1.1.1. Desarrollo de un Plan de Acción para la Mesa de Turismo.
E1.2. de Gobernanza	Cooperación público-privada.	E1.2.1. Fomentar la formación de figuras de cooperación público – privada en el sector turístico de Villa Hayes

Estrategia N°2. Mejora de la competitividad		
Programas	Subprogramas	Acciones
E2.1. Competencia sector Privado y Público	Capacitación Especializada	E2.1.1. Elaboración e implementación de un programa de capacitación especializado para sector privado y público.
E2.2. Herramientas de Fortalecimiento Empresarial	Dinamización empresarial.	E.2.2.1. Crear programas de emprendimiento empresarial en sector turístico.
	Calidad empresarial.	E.2.2.2. 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	Patrimonio Histórico - Cultural	E3.1.1. Adecuación de atractivos históricos a la demanda nacional e internacional.
	Patrimonio Natural - Fluvial	E3.1.2. Adecuación de atractivos naturales - fluviales a la demanda nacional e internacional.
E3.2. Diseño de Producto Turístico	Productos Identitarios	E3.2.1. Diseño de producto recreativo - fluvial
		E3.2.2. Diseño de circuito histórico - cultural.
		E3.2.3. Diseño de circuito natural -fluvial
	Productos complementarios	E3.2.4. Diseño de producto gastronómico
Eventos y festividades	E3.2.5. Fortalecimiento y mejora de productos y servicios turísticos asociados a las festividades, eventos religiosos y eventos culturales	

Estrategia N°4. Mejora del Entorno y de la Capacidad Receptiva del Destino		
Programas	Subprogramas	Acciones
E4.1. Creación de instrumentos de ordenamiento y planificación del espacio turístico	Señalización e interpretación turística	E.4.1.1. Diseño e implementación de la señalización turística vial e interpretativa para la demanda nacional e internacional.
E4.2. Planta Turística	Estimación de la Demanda	E4.2.1. Evaluación de las necesidades de aumento y mejora de planta turística.
		E4.2.2. Evaluación de las necesidades de infraestructura turística
E4.3. Dinamización del destino	Información turística	E4.3.1. Apertura de un Centro de Información Turística (Puerta del Chaco)
	Accesibilidad	E4.3.2. Mejora de los accesos a los atractivos turísticos

Estrategia N°5. Posicionamiento y comercialización		
Programas	Subprogramas	Acciones
E5.1. Posicionamiento del Destino	Identidad turística	E5.1.1. Fortalecimiento de la cultura turística de Villa Hayes
		E5.1.2. Desarrollo de una Marca para el destino turístico de Villa Hayes
		E5.1.3. Elaboración de la Web del destino turístico Villa Hayes
E5.2. Fortalecimiento del Destino	Gestión del Conocimiento e Inteligencia de Mercado	E5.2.1. Diseño y generación de metodologías y herramientas de levantamiento, tratamiento y análisis de información y variables estadísticas turísticas.
	Instrumentos y metodologías con enfoque de ordenamiento territorial	E5.2.2. Diseño de un SITT, Sistema de Información Territorial Turístico del Destino.
E5.3. Promoción del destino	Marketing	E5.3.1. Diseño de la estrategia de promoción y comercialización para el destino Villa Hayes.

Estrategia N° 6. Gestión sostenible		
Programas	Subprogramas	Acciones
E6.1. Gestión Sostenible del Destino	Mejora ambiental del destino	E6.1.1. Elaborar e implementar buenas prácticas ambientales aplicadas al sector turismo
	Sostenibilidad del Destino	E6.1.2. Establecer Criterios de Sostenibilidad para el Destino.
		E6.1.3. Certificaciones en Sostenibilidad
	Responsabilidad Social	E5.6.1.4. Formación en Responsabilidad social y empresarial para el destino.
	Capacitación y sensibilización	E6.1.5. Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible dirigido a los prestadores de servicios

6.3.2. Fichas

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

Contenido y descripción de las fichas de acciones. Contemplan los siguientes campos:

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

E1. Estrategia de Gobernanza Eficiente

ACTUACIÓN	E1.1.1. Desarrollo de un Plan de Acción para la Mesa de Turismo	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Configurar legalmente la Mesa de Turismo de Villa Hayes • Elaborar un Plan de Acción para la Mesa de Turismo de Villa Hayes. 	
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. 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.

La Mesa de Turismo necesita dotarse de un Plan de Acción para implementar acciones concretas.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/ Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, Centro Cultural Melodía, Museo Salvador Garozzo.

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de la elaboración del Plan de Acción de la Mesa de Turismo de Villa Hayes, con acciones concretas para su ejecución.
- **Desarrollo:** Es necesario la asesoría de SENATUR para la elaboración del Plan de Acción.
 - a) Convocatoria de la Mesa de Turismo de Villa Hayes.
 - b) Reunión de trabajo para la definición del Plan de Acción. Se trabaja de forma participativa y se va construyendo una tabla con las acciones a desarrollar, los tiempos, presupuesto y responsables.
 - c) Se establecen acciones a implementar sencillas y alcanzables.
 - d) Definir el Cronograma del Plan de Acción a un año. Cada año debe ser evaluado para monitorear el cumplimiento de las acciones.
 - e) Se establece el calendario de reuniones de la Mesa de Turismo. Al menos una vez al mes la Mesa de Turismo debe reunirse.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año	
		1T	2T
a) Convocatoria de la Mesa de Turismo de Villa Hayes por SENATUR y municipalidad.			
b) Reunión de trabajo para la definición del Plan de Acción.			
c) Se establecen acciones a implementar sencillas y alcanzables.			
d) Definir el Cronograma del Plan de Acción a un año.			
e) Monitoreo			

INDICADORES

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

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidad
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	E1.2.1. Fomentar la formación de figuras de cooperación público – privada en el Sector Turístico de Villa Hayes	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Articular la cadena de valor del Sector Turístico en Villa Hayes • Fomentar la cooperación entre el sector público y privado (asociaciones público – privadas APPs) y dentro de los mismos sectores. • Formar un Consejo Municipal de Turismo (sector público) • Crear una unidad de turismo a nivel gubernamental. 	
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-6	

JUSTIFICACIÓN

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

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, Mesa de Turismo, Sector Privado de Villa Hayes, Universidades

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Fomento de la Cadena de valor del sector turístico de Villa Hayes e incentivo de la formación de asociaciones público – privadas (APPs).
- **Desarrollo:** Sería necesario por parte de SENATUR la implementación de varias reuniones de trabajo con el sector privado para fomentar la colaboración y el trabajo cooperativo entre diferentes prestadores. La idea es que se conozcan, que haya un intercambio de ideas también con el Sector Público y puedan establecer acuerdos, convenios de cooperación.
 - a) Convocatoria por parte de SENATUR del Sector Público y Privado en Villa Hayes. Explicación de la Gobernanza, formas de asociatividad e incentivar a la organización de APPs.
 - b) Reunión de SENATUR con la Gobernación de Villa Hayes para conseguir la formación de una Unidad de Turismo que colabore conjuntamente con la municipalidad en el desarrollo turístico de Villa Hayes.

Se recomienda la conformación de un **Consejo Municipal de Turismo**, que trabaje de la mano con la **Mesa de Turismo**. A nivel Gubernamental se recomienda también la formación de una **Unidad de Turismo**, que trabaje de forma coordinada con el Consejo Municipal de turismo.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año	
		1T	2T
a) Convocatoria por parte de SENATUR del Sector Público y Privado en Villa Hayes.			
b) Explicación de la Gobernanza, formas de asociatividad e incentivar a la organización de APPs.			
c) Reunión de SENATUR con la Gobernación de Villa Hayes para conseguir la formación de una Unidad de Turismo que colabore conjuntamente con la municipalidad en el desarrollo turístico de Villa Hayes.			

INDICADORES

N.A.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

E2. Mejora de la Competitividad

ACTUACIÓN	E2.1.1. Elaboración e implementación de un Programa de Capacitación especializado para Sector Privado y público.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Adquisición de capacidades mediante un Programa de Capacitación basado en las necesidades formativas del sector privado de Villa Hayes, en relación a su adaptación al mercado y la demanda. 	
PRESUPUESTO	USD 10,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-12	

JUSTIFICACIÓN

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

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

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR y Universidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, Mesa de Turismo, Sector Privado y Academia de Villa Hayes

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

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

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

CRONOGRAMA

Año		1			
Acción	Trimestre	1T	2T	3T	4T
a) Evaluación de las necesidades formativas del Sector Público y Privado.					
b) Diseño de Cursos como: Sensibilización y cultura turística, Guianza e interpretación, Diseño de Producto, Marketing, Inglés, Servicio, Calidad					
c) Diseño de los módulos de formación. Presencial/ Semi – presencial/ On – line, dependiendo de los resultados de la evaluación.					
d) Implementación del programa de formación. (6 meses de programa)					

INDICADORES

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

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

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

ACTUACIÓN	E.2.2.1. Crear programas de emprendimiento empresarial en Sector Turístico.	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Dinamizar emprendedores y emprendimientos en el Sector Turístico de Villa Hayes. Crear un capital semilla para los emprendedores. 	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-12	

JUSTIFICACIÓN

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

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR y Universidades
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, Mesa de Turismo, Sector Privado y Academia de Villa Hayes

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Se trata de la activación del sector empresarial turístico en Villa Hayes a través de la implementación de un Programa de Emprendimiento, con el objeto de dinamizar el sector y fomentar el emprendimiento de nuevos negocios turísticos para jóvenes, mujeres y cualquier interesado en el sector.
- **Desarrollo:** Elaborar un programa de emprendimiento en el sector turístico a través de la municipalidad con apoyo de la SENATUR, la Gobernación y alguna Universidad. La idea es desarrollar un programa de varios meses con apoyo en capacitación, herramientas técnicas.
 - Diseño del Programa de Emprendimiento, de 6 meses de duración.
 - Selección de emprendimientos.
 - Asesoría personalizada.
 - Capacitación especializada.
 - Selección para capital semilla.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Diseño del Programa de Emprendimiento. Se plantea un programa con una duración de 6 meses.					
b) Selección de emprendimientos.					
c) Asesoría personalizada.					
d) Capacitación especializada.					
e) Selección para capital semilla.					

INDICADORES

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

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

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

ACTUACIÓN	E.2.2.2. Implementación de Estrategias de Calidad en el Sector turístico	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar Villa Hayes como un destino turístico de calidad. • Implementar procesos de calidad en el empresariado turístico. 	
PRESUPUESTO	USD 12,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

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

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

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** PROCALTUR/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** PROCALTUR
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, sector privado

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Aplicación del SNCT (Sistema Nacional de Calidad Turística de Paraguay) en el eje EMPRESAS en los dos niveles: buenas prácticas y Normas paraguayas, fomentando su acceso al Sistema de Reconocimiento. El tamaño de Villa Hayes y de su planta turística no amerita la implantación del eje DESTINOS.
- **Desarrollo:**
 - a) Solicitud de asistencia a PROCALTUR/ SENATUR.
 - b) Sensibilización y proceso de adhesión.
 - c) Definición de un mecanismo de ayudas/subvenciones para afrontar el coste de implantación y mejoras necesarias en las empresas, como incentivo, sujeto a resultados cuantificables y en un plazo determinado.
 - d) Aplicar un Programa de Formación de Calidad.
 - e) Asistencias colectivas y personalizadas.
 - f) Fomento del acceso al Sistema de Reconocimiento (distintivo para Buenas Prácticas y certificación para Normas paraguayas).

CRONOGRAMA

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

INDICADORES

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

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

E3. Desarrollo de Portafolio de Productos Innovadores

ACTUACIÓN	E3.1.1. Adecuación de atractivos históricos a la demanda nacional e internacional.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Inventariar y catalogar bienes inmuebles. • Normalizar el acceso a museos y atractivos. • Mejorar la visibilidad y reconocimiento de los atractivos. • Mejorar la experiencia de la visita. • Fomentar el consumo de bienes de turismo cultural. 	
PRESUPUESTO	USD 65.000, no incluye obra civil ni equipamientos	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1-12	

JUSTIFICACIÓN

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

En cuanto a Villa Hayes, hay diversas acciones que realizar. Por un lado, el inventario y puesta en valor del patrimonio cultural tangible de inmuebles de Villa Hayes.

Por otro la mejora del Museo Salvador Garozzo, el cual dispone de un horario muy restringido y no se encuentra puesto en valor respecto a temas de digitalización o innovación. Respecto de la interpretación, hay que entender que el Museo no debe considerarse como un “almacen” de testimonios pasados y presentes, sino como espacios de intercambio, conocimiento y aprendizaje y por lo tanto ha de adaptarse a la innovación, y a la creación de un espacio que sea cultura viva, con eventos y otros actos para difundir y promocionar la cultura e historia de Villa Hayes.

El resto de atractivos que podría conformar el circuito histórico - cultural o no se encuentran puestos en valor, o los guías existentes, al menos dos, no se encuentran disponibles en cualquier horario, sino restringidos al fin de semana.

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
- **Responsable de financiación:** SNC
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, Centro Cultural Melodía, Museo Salvador Garozzo, Mesa de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Villa Hayes dispone de un patrimonio histórico – cultural muy interesante para dinamizar el turismo en el núcleo urbano. La mayoría de los atractivos que forman parte de este patrimonio no se encuentran puestos en valor, lo que hace que el elemento, pierda valor y significado dentro del circuito. Es necesario desarrollar una serie de acciones para alcanzar esta mejora.
- **Desarrollo,** conforme a las siguientes sub-acciones:
 - a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales.
 - b) Inventario del Patrimonio cultural tangible de inmueble, catalogación y valoración de los mismos. Recomendaciones para su puesta en valor y uso futuro.
 - c) Fortalecimiento del personal del Museo y de los Guías turísticos a través de formación especializada en Interpretación del Patrimonio cultural; formación para los guías y desarrollo de contenidos interpretativos. Formación comercial, en museología y museografía.

- d) Mejorar los servicios ofrecidos por el Museo Salvador Garozzo.
- Cobrar una entrada para el nacional y para el internacional, el local está exento.
 - Ampliar, mejorar y modernizar las instalaciones del Museo.
 - Normalizar los horarios y días de apertura
 - Definir y comunicar una agenda de exposiciones y actividades por mes y anual, que coincida con fecha importantes histórica, fiestas y eventos.
 - Crear un Pase Cultural, que combine el Circuito Histórico- Cultural con la entrada al Museo.
 - Diseño de la página Web del Museo.
 - Creación de una Tienda de Artesanía del lugar para apoyar a comunidades indígenas, venta libros y otros artículos como souvenirs del museo.
- e) Para el desarrollo del circuito turístico histórico – cultural es necesario introducir técnicas de innovación como el tema de las Rutas Teatralizadas. Para ello se recomienda el fomento de cursos de teatro, interpretativos, para crear un grupo de Teatro de Villa Hayes que posteriormente pueda participar en los Circuitos Turísticos teatralizados.

CRONOGRAMA

Año		1			
Acción	Trimestre	1T	2T	3T	4T
a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales.					
b) Inventario del Patrimonio cultural tangible de inmueble, catalogación y valoración de los mismos.					
c) Fortalecimiento del personal del Museo y de los Guías turísticos					
d) Mejorar los servicios ofrecidos por el Museo Salvador Garozzo.					
e) Formación en técnicas de innovación interpretativa como el tema de las Rutas Teatralizadas.					

INDICADORES

- Grado de satisfacción manifestado por los visitantes mediante consulta.
- Número de asistentes a programas de formación en interpretación del patrimonio cultural / periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Municipalidad
- Gobernación
- SNC
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	E3.1.2. Adecuación de atractivos naturales - fluviales a la demanda nacional e internacional.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Normalizar el acceso a atractivos. • Mejorar la visibilidad y reconocimiento de los atractivos. • Mejorar la experiencia de la visita. • Fomentar el consumo de bienes de turismo natural. • Mejorar la sustentabilidad. 	
PRESUPUESTO	USD 35.000, no incluye obra civil ni equipamientos	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-12	

JUSTIFICACIÓN

La necesaria puesta en valor y uso turístico de los recursos, incluyendo el patrimonio natural y fluvial de Villa Hayes, requiere, para su articulación como producto turístico, su puesta en valor, difusión y accesibilidad para el visitante.

El patrimonio natural - fluvial de Villa Hayes se encuentra seriamente amenazado por todas las industrias que se encuentran en la orilla del río. Es por tanto necesario, ordenar en primer lugar los usos de la ribera, gestionar la actividad industrial con sus efluentes y residuos sólidos, así como localizar los mejores espacios naturales (mejor conservados) para el desarrollo de un circuito fluvial natural.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Villa Hayes dispone de un patrimonio natural – fluvial muy interesante para dinamizar el turismo fluvial. La mayoría de los atractivos que podrían formar parte de un circuito natural – fluvial no se encuentran puestos en valor. Además del Muelle embarcadero de Villa Hayes, es necesario no sólo poner en valor y dinamizar todos estos atractivos, sino también invertir en nuevas infraestructuras para dotar a este circuito de las condiciones necesarias para su visita.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación de esta acción, se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - a) Desde la Gobernación y la Municipalidad de Villa Hayes, junto con algunas instituciones como MADES y SENATUR, además del sector privado, se deben realizar varias reuniones con el objetivo de desarrollar:
 - Acuerdo de Colaboración público – privado para la mejora y puesta en valor de los atractivos naturales y fluviales del municipio.
 - Acuerdo de Colaboración público - privado para normalizar los horarios y días de visita del Peñón.
 - Acuerdo de colaboración con el barco Catamarán “Aguas del Paraguay” para aumentar el número de circuitos fluviales a realizar en Villa Hayes.
 - Mejora de las condiciones del Peñón; como elemento patrimonial es atractivo de visitar, pero debería dotarse de contenido, por ejemplo podría contener elementos museísticos sobre Villa Hayes y su Relación con el Río. Para dotar de contenido e interpretación al circuito fluvial a desarrollar.

- b) Fortalecimiento de los Guías de Naturaleza. Interpretación del Patrimonio natural; formación para los guías y desarrollo de contenidos interpretativos.
- c) Diseño de un Circuito Fluvial con atractivos naturales en condiciones ideales de conservación. Diseño de un circuito fluvial, para realizar en lancha, que contenga varias paradas para observar la biodiversidad y paisajes.
- d) Normalizar los horarios y días de salidas para los Circuitos Fluviales
- e) Fomentar y legalizar la formación de empresas de transportes especializadas en circuitos fluviales.
- f) Búsqueda de financiación para la mejora de los atractivos turísticos naturales y fluviales de Villa Hayes. Por ejemplo el Peñón
- g) 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.
- **Seguimiento.** Revisión del estado del patrimonio natural y fluvial de Villa Hayes y del número de turistas que llegan al municipio.

CRONOGRAMA

Acción	Año	Trimestre	1			
			1T	2T	3T	4T
a) Acuerdo de Colaboración público – privado para la mejora y puesta en valor de los atractivos naturales y fluviales del municipio.						
b) Acuerdo de Colaboración público - privado para normalizar los horarios y días de visita del Peñón.						
c) Acuerdo de colaboración con el barco Catamarán "Aguas del Paraguay"						
d) Mejora de las condiciones del Peñón.						
e) Fortalecimiento de los Guías de Naturaleza						
f) Diseño de un Circuito Fluvial con atractivos naturales en condiciones ideales de conservación.						
g) Normalizar los horarios y días de salidas para los Circuitos Fluviales						
h) Fomentar y legalizar la formación de empresas de transportes especializadas en circuitos fluviales.						
i) Búsqueda de financiación para la mejora de los atractivos turísticos naturales y fluviales de Villa Hayes. Por ejemplo el Peñón						
j) Gestión ambiental.						

INDICADORES

- Grado de satisfacción manifestado por los visitantes mediante consulta.
- Número de asistentes a programas de formación en interpretación del patrimonio natural / periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Municipalidad
- Gobernación
- MADES
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	E3.2.1. Diseño de producto recreativo - fluvial	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Poner en marcha el proyecto "Parque Costero" • Diseñar un producto recreativo fluvial • Diseñar el Guion Turístico del Circuito 	
PRESUPUESTO	USD 25.000, no incluye obra civil ni equipamientos	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 1 -24	

JUSTIFICACIÓN

El Parque Costero propone un producto turístico a partir de la mejora, ordenamiento y puesta en valor de un espacio público de gran importancia histórica, cultural y paisajística de Villa Hayes.

Las autoridades ya iniciaron con la construcción de un "Embarcadero Mirador", un proyecto que se inició en noviembre del 2016 y que ya fue inaugurado. La idea es seguir desarrollando el proyecto en diversas fases. Se plantea una primera fase para la construcción de una Plaza de Comidas con puestos de venta de artesanía y productos locales.

Así mismo, se plantea la creación de infraestructuras deportivas y recreativas para el uso público del espacio.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación y Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, Centro Cultural Melodía, Museo Salvador Garozzo, Mesa de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Villa Hayes dispone de un patrimonio histórico – cultural muy interesante para desarrollar un circuito histórico - cultural. Por este potencial se propone el desarrollo de un Circuito histórico – cultural en el núcleo urbano de Villa Hayes, que comprenderá los elementos más representativos del destino.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - a) Colaboración público – privada para la búsqueda de financiación para la fase del proyecto a desarrollar.
 - b) Diseño de TdR y licitación externa para la construcción de las infraestructuras. *Basado en la Ley N° 1618 | Concesiones de obras y servicios públicos. La concesión de obras y servicios públicos será autorizada en cada caso por ley, por ordenanza departamental o por ordenanza municipal. Tendrá por objeto la prestación por el concesionario, a su cuenta y riesgo, de un servicio o la construcción, mejoramiento, rehabilitación, reparación o mantenimiento de una obra y su operación o explotación según los términos del respectivo contrato. La concesión podrá otorgarse indistintamente sobre obras ya existentes, obras nuevas o combinaciones de ellas, o sobre el todo o parte de una o varias obras de una misma naturaleza o de naturaleza similar o complementaria.*
 - c) Selección de establecimientos en base a su autenticidad e identidad territorial.
 - d) Diseño de Experiencias turísticas para actividades recreativas.
- **Seguimiento.** Obras concluidas y concesiones en marcha.

CRONOGRAMA

Acción	Año	1				2			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Colaboración público – privada para la búsqueda de financiación para la fase del proyecto a desarrollar.	Trimestre	■	■						
b) Diseño de TdR y licitación externa para la construcción de las infraestructuras. <i>Ley N° 1618 / Concesiones de obras y servicios públicos.</i>			■	■	■	■	■	■	
c) Selección de establecimientos en base a su autenticidad e identidad territorial.							■	■	
d) Diseño de Experiencias turísticas para actividades recreativas.									■

INDICADORES

- Número de turistas que registrados/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación
- Gobernación
- Municipalidad

ACTUACIÓN	E3.2.2. Diseño de Circuito Histórico - Cultural	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Poner en valor el patrimonio histórico -cultural de Villa Hayes • Diseñar un circuito turístico histórico – cultural • Recopilar los contenidos histórico – culturales • Diseñar el Guion Turístico del Circuito 	
PRESUPUESTO	USD 25,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -24	

JUSTIFICACIÓN

El Diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino: auténtico, compuesto por actividades enriquecedoras, donde la parte histórica y cultural cobran vida para ofrecer una experiencia inolvidable.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura)/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** SNC
- **Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, Centro Cultural Melodía, Museo Salvador Garozzo, Mesa de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Villa Hayes dispone de un patrimonio histórico – cultural muy interesante para desarrollar un circuito histórico - cultural. Por este potencial se propone el desarrollo de un Circuito histórico – cultural en el núcleo urbano de Villa Hayes, que comprenderá los elementos más representativos del destino.
- **Desarrollo:** Para el desarrollo e implementación se podrían plantear las siguientes sub-acciones:
 - a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales.
 - b) Fortalecimiento del Museo. Desarrollar un plan museológico y museográfico para la elaboración temática de contenidos. Formación y asesoramiento para presentar un plan de negocio o mejoras, para optar a la financiación. En la evaluación se tendrían en cuenta el valor intrínseco de los contenidos, el mercado actual y el potencial atractivo.
 - c) Modernización del Museo. Ampliación y mejora de los contenidos interpretativos.
 - d) Desarrollar una agenda de exposiciones y actividades con contenido cultural e histórico para Villa Hayes.
 - e) Diseño del Circuito a través de Visitas Teatralizadas. Diseño del guión interpretativo. Formación de un grupo de teatro en Villa Hayes con formación en técnicas teatrales, redacción de guiones adaptados Podrían ser realizadas por guías entrenados o actores, como ocurre en muchos otros países.
 - f) Diseño y paquetización del Circuito.
 - g) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.
- **Seguimiento.** Turistas que realizan el circuito.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 2			
		1T	2T	3T	4T
a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos histórico – culturales.					
b) Fortalecimiento del Museo.					
c) Modernización del Museo. Ampliación y mejora de los contenidos interpretativos.					
d) Desarrollar una agenda de exposiciones y actividades con contenido cultural e histórico para Villa Hayes.					
e) Diseño del Circuito a través de Visitas Teatralizadas. Diseño del guión interpretativo. Formación de un grupo de teatro.					
f) Diseño y paquetización del Circuito.					
g) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					

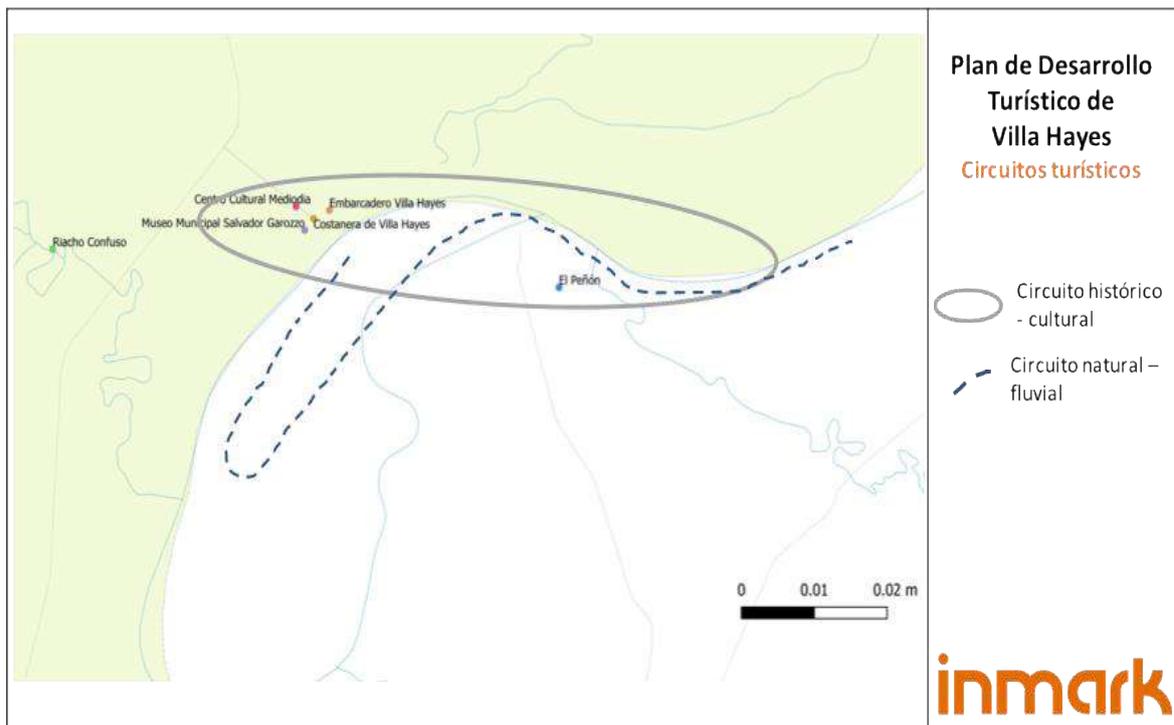
INDICADORES

- Número de turistas que realizan el circuito turístico histórico - cultural.
- Número de prestadores que se integran al portafolio.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

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

Mapa 12. Circuito histórico cultural- natural fluvial de Villa Hayes



Fuente: Inmark Europa S.A

ACTUACIÓN	E3.2.3. Diseño de Circuito Natural -Fluvial	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Poner en valor el patrimonio natural y fluvial de Villa Hayes • Diseñar un circuito turístico natural - fluvial • Recopilar los contenidos • Diseñar el Guion Turístico del Circuito 	
PRESUPUESTO	USD 20,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

El diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino turístico de Villa Hayes. Un producto turístico auténtico, compuesto por actividades enriquecedoras, donde la riqueza fluvial de Villa Hayes destaque a través de un viaje único, en Catamarán, observando el patrimonio natural del municipio ubicado en sus riberas más próximas.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** MADES / SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/MADES
- **Colaboradores:** Municipalidad, Mesa de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Villa Hayes dispone de un patrimonio fluvial y natural muy interesante para desarrollar un circuito.
- **Desarrollo** mediante las siguientes sub-acciones:
 - a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos fluvias y naturales.
 - b) Acuerdo público - privado para normalizar los horarios y días de visita del Peñón.
 - c) 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.
 - d) Diseño de experiencias de naturaleza en la ribera del río.
 - e) Diseño de experiencia de pesca deportiva.
 - f) Diseño de Guión de contenidos de naturaleza.
 - g) Diseño y paquetización del Circuito.
 - h) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Colaboración público – privada para la mejora y puesta en valor de los atractivos fluvias y naturales.					
b) Acuerdo público - privado para normalizar los horarios y días de visita del Peñón.					
c) Mejora del tramo fluvial objeto de ser visitado; gestión y ordenación de los usos del suelo, limpieza y puesta en valor de atractivos.					
d) Diseño de Experiencias de Naturaleza en la Ribera del río.					
e) Diseño de Guión de contenidos de naturaleza.					
f) Diseño y paquetización del Circuito.					
g) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					

INDICADORES

- Número de turistas que realizan el circuito turístico natural – fluvial/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación.

ACTUACIÓN	E3.2.4. . Diseño de Producto Gastronómico	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Promover la gastronomía local como uno de los pilares de la oferta de Villa Hayes. 	
PRESUPUESTO	USD 20,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

El diseño de productos turísticos es fundamental para desarrollar el destino turístico de Villa Hayes. La gastronomía es cultura viva. Una Ruta Gastronómica es un itinerario que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación y consumo de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico.

COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SNC (Sistema Nacional de Cultura)/ SENATUR
- Responsable de financiación:** SNC/ SENATUR
- Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, Centro Cultural Melodía, Museo Salvador Garozzo, Mesa de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito municipal.
- Descripción:** Desarrollo de una ruta y oferta gastronómica local, resultado de una investigación sobre la cocina tradicional de Villa Hayes. Un producto turístico auténtico, compuesto por actividades enriquecedoras, donde la cocina tradicional con platos como el asado chaqueño, los tereres, y otros platos tradicionales, pueden resultar como atractivos para generar un flujo turístico desde Asunción y otros municipios de alrededor.
- Desarrollo.** Sub-acciones:
 - Acuerdo entre la Municipalidad, asociación gastronómica y Universidades de Villa Hayes para recopilación de información sobre cocina tradicional.
 - Inventario de restaurantes / fincas que cocinen platillos tradicionales.
 - Diseño y paquetización de la Ruta.
 - Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.
 - Comercialización de la Ruta Gastronómica.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		2			
		1T	2T	3T	4T
a) Acuerdo entre la Municipalidad, asociación gastronómica y Universidades de Villa Hayes para investigación sobre cocina tradicional.					
b) Inventario de restaurantes / fincas que cocinen platillos tradicionales.					
c) Diseño y paquetización de la Ruta.					
d) Fam Trip con Agencias de Viajes de Asunción.					
e) Comercialización de la Ruta Gastronómica.					

INDICADORES

- Número de turistas que realizan la Ruta Gastronómica/ periodo.
- Número de restaurantes/ fincas que forman parte de la Ruta Gastronómica.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación.

ACTUACIÓN	E3.2.5. Fortalecimiento y mejora de productos y servicios turísticos asociados a las festividades, eventos religiosos y eventos culturales.	PRIORIDAD	
		ALTA	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar eventos religiosos y eventos culturales de Villa Hayes como tractores de demanda turística. 		
PRESUPUESTO	USD 15,000		
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 24-36		

JUSTIFICACIÓN

Villa Hayes celebra en el mes de octubre la Fiesta Patronal en honor a su Santa Patrona, que según cuentan habría llegado a la ciudad hacia los años 1837. Inicialmente llamada Virgen del Rosario hasta principios del siglo XX, Hoy se la conoce como "Nuestra Señora de la Victoria". Asimismo, es conocido el Festival del Acero, anual, donde se realizan varias presentaciones artísticas. Ninguno de ellos concita la llegada de foráneos.

COLABORADORES/ AGENTES

- Responsable de ejecución:** SNC/ SENATUR
- Responsable de financiación:** Municipalidad
- Colaboradores:** Gobernación, Municipalidad, Centro Cultural Melodía, Museo Salvador Garozzo, Mesa de Turismo

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito municipal.
- Descripción:** Fortalecer las festividades y eventos que se celebran en Villa Hayes, para que sean más atractivas para el turismo.
- Desarrollo,** por medio de las siguientes sub-acciones:
 - Definir nuevos eventos, festivales, relacionados con la cultura, historia y naturaleza de Villa Hayes; y recopilar las festividades, eventos religiosos y eventos culturales susceptibles de explotación turística, proponiendo actividades relacionadas.
 - A través de la Mesa de Turismo y otros actores clave como la Gobernación, Municipalidad, Centro Cultural Melodía y Museo Salvador Garozzo, establecer un cronograma y contenido a los eventos a realizar; por ejemplo Evento Gastronómico con el Asado Chaqueño; un Festival de Música Popular con la Orquesta de Villa Hayes; Festival "los 5 nombres de Villa Hayes" con exposiciones en el museo, charlas, comida y música. Diseñar algunos eventos destacados para celebrar las festividades de Villa Hayes.
 - Organización con los actores clave.
 - Búsqueda de patrocinadores.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 3			
		1T	2T	3T	4T
a) Definir nuevos eventos, festivales, relacionados con la cultura, historia y naturaleza de Villa Hayes.					
b) Establecer con la Mesa de Turismo y otros actores clave un cronograma y contenido a los eventos a realizarse.					
c) Organización con los actores clave.					
d) Búsqueda de patrocinadores.					
e) Promoción del evento					

INDICADORES

- Número de turistas que asisten a cada evento/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidad
- SNC

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

ACTUACIÓN	E.4.1.1. Diseño e implementación de la Señalización turística vial e interpretativa para la demanda nacional e internacional.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un sistema de señalización turística para Villa Hayes. • Definir los atractivos para la señalización interpretativa. 	
PRESUPUESTO	USD 30,000 no incluye ejecución	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-24	

JUSTIFICACIÓN

La señalización turística orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos. 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/ Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Señalizar la localización de sus atractivos, así como emplear señalización interpretativa de los mismos.
- **Desarrollo:**
 - Elaboración de TdR para la contratación de una consultoría externa que hiciese el análisis y valoración del plan de señalización vial e interpretativo, diseño e implementación.
 - 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 los recursos y rutas susceptibles de ser señalizados.
 - Plan de señalización peatonal en Villa Hayes.
 - Plan de señalización vial para indicar los principales atractivos turísticos.
 - Plan de señalización interpretativa en español e inglés (al menos). El fin es mejorar la experiencia de visita. Debe determinar necesidades en los principales museos, atractivos e instalaciones, incluyendo el fomento del uso de audioguías; paneles informativos o folletos.
 - Implementar el Plan de Señalización Peatonal realizando los estudios necesarios con SENATUR y con la administración municipal, vinculando empresas interesadas comercialmente.

CRONOGRAMA

Acción	Año							
	1				2			
Trimestre	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de TdR.								
b) Contratación de un equipo externo.								
c) Análisis de la señalización actual, desde la perspectiva turística, al objeto de establecer las bases para la realización de los planes de señalización (direccional y posicional) e identificar los recursos y rutas susceptibles de ser señalizados.								
d) Plan de señalización peatonal en Villa Hayes.								
e) Plan de señalización vial para indicar los principales atractivos turísticos.								
f) Plan de señalización interpretativa en español e inglés (al menos).								
g) Será necesario implementar el Plan de Señalización Peatonal realizando los estudios necesarios con SENATUR y con la administración municipal para su implementación, vinculando empresas interesadas comercialmente.								

INDICADORES

- N.A.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación/ Municipalidad

ACTUACIÓN	E4.2.1. Evaluación de las necesidades de aumento y mejora de planta turística.	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Adecuar el estado y las necesidades de la planta turística en Villa Hayes a las expectativas de la demanda futura. 	
PRESUPUESTO	USD 7,500	
PLAZO DE EJECUCIÓN	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. Al estar Villa Hayes muy cerca de Asunción compite en alojamiento, y es por ello que la oferta en el destino es nula. Sería necesario explorar otro tipo de alojamientos más campestres, que ofrezcan un valor añadido a la estancia en el destino. Así mismo con los restaurantes, el asado chaqueño ofrecido en un restaurante tradicional puede convertirse en un reclamo del destino.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito nacional.
- **Descripción:** Es necesario evaluar, según la demanda, las necesidades de ampliación y mejora de la planta turística de Villa Hayes (alojamientos, restaurantes). El flujo turístico en Villa Hayes está compuesto principalmente por excursionistas (personas que no pernoctan) porque la oferta existente para alojamiento y alimentación es muy escasa. El crecimiento de estos servicios, junto con otros factores, es necesario para aumentar el flujo turístico.
- **Desarrollo:** Para esta acción, las sub-acciones necesarias serían:
 - a) Reunión de SENATUR, la Mesa de Turismo y el Sector Privado junto con la Municipalidad para definir oportunidades de inversión.
 - b) Villa Hayes necesita restaurantes que muestren la tradicional cocina chaqueña, tanto en la zona urbana como en la rural. Para ello es necesario en la zona urbana invertir en la construcción del algún restaurante tradicional que pueda ofrecer un servicio de comida típica a los turistas que llegan. En la zona rural, sería interesante que algunas de las fincas que ya ofrecen el asado chaqueño entren dentro del circuito cultural y/o fluvial.
 - c) Respecto al alojamiento, El Hotel Cerrito que se encuentra en la zona rural y ya fuera de los límites de Villa Hayes puede ofrecer servicios a los turistas que optan por quedarse más de una noche y sigue de camino para el Chaco. A largo plazo, sería recomendable adaptar las fincas ya existentes que ofrecen diversas actividades y el asado chaqueño a invertir en tener hospedaje.

Aquellos turistas que quieren quedarse en la zona urbana, han de tener alguna opción viable, y es por ello, que debe existir inversión para la creación de alojamientos. En alguna de las casona antiguas, y como el flujo de turistas no es aún tan elevado, se debería contemplar el diseño de un pequeño hotel boutique.

Seguimiento. Mejora en el alojamiento y en el número de restaurantes que ofrecen comida tradicional en Villa Hayes.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5				
		1T	2T	3T	4T																	
a)	Reunión de SENATUR, la Mesa de Turismo y el Sector Privado junto con la Municipalidad para definir oportunidades de inversión.																					
b)	Villa Hayes necesita restaurantes que muestren la tradicional cocina chaqueña, tanto en la zona urbana como en la rural. Para ello es necesario en la zona urbana invertir en la construcción del algún restaurante tradicional que pueda ofrecer un servicio de comida típica a los turistas que llegan. En la zona rural, sería interesante que algunas de las fincas que ya ofrecen el asado chaqueño entren dentro del circuito cultural y/o fluvial.																					
c)	Respecto al alojamiento, El Hotel Cerrito que se encuentra en la zona rural y ya fuera de los límites de Villa Hayes puede ofrecer servicios a los turistas que optan por quedarse más de una noche y sigue de camino para el Chaco. A largo plazo, sería recomendable adaptar las fincas ya existentes que ofrecen diversas actividades y el asado chaqueño a invertir en tener hospedaje.																					

INDICADORES

- Grado de ocupación/ plazas/ subsegmento/ municipio/ variación interanual.
- Crecimiento de la oferta en número de plazas/ subsegmento/ municipio/ variación interanual.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E4.2.2. Evaluación de las necesidades de infraestructura turística	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Adecuar el estado y las necesidades de la infraestructura turística en Villa Hayes, en calidad, cantidad y variedad. 	
PRESUPUESTO	USD 16,000 no incluye obra civil	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 6-60	

JUSTIFICACIÓN

La infraestructura turística hace posible que el turismo se desarrolle, por lo cual debe haber tanto un plan estratégico como una buena gestión para que cada destino turístico pueda darle un mantenimiento efectivo a dicha infraestructura, de tal manera que el turista se sienta satisfecho y cómodo tanto con las instalaciones como con los servicios requeridos.

La infraestructura turística de un país está conformada por los elementos interconectados que permitan a los turistas llegar, permanecer y disfrutar del atractivo turístico de su destino, haciendo que su viaje sea placentero.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- Destinos:** Ámbito municipal.
- Descripción:** El desarrollo de los circuitos requiere invertir en Infraestructuras turística.
- Desarrollo:**
 - Reunión de SENATUR, la Mesa de Turismo y el Sector Privado junto con la Municipalidad para definir oportunidades de inversión.
 - Establecer prioridades de inversión en infraestructuras turísticas, como por ejemplo:
 - Pantalán o muelle aéreo en la ribera del río, con diferentes infraestructuras para las paradas del circuito fluvial; mirador de aves, parada para observación de humedales.



Fuente: fundacioncosmos.cl

- Búsqueda de financiación e inversión privada para el desarrollo de Infraestructura turística, ya sean de fondos públicos o privados

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5				
		1T	2T	3T	4T																	
a) Reunión de SENATUR, la Mesa de Turismo y el Sector Privado junto con la Municipalidad para definir oportunidades de inversión.																						
b) Establecer prioridades de inversión en infraestructuras turísticas																						
c) Búsqueda de financiación e inversión privada para el desarrollo de Infraestructura turística, ya sean de fondos públicos o privados																						
d) Construcción de infraestructura																						

INDICADORES

- Grado de satisfacción de los visitantes manifestado mediante consulta.
- Inversión anual pública en infraestructura turística.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Agencias de Cooperación
- Gobernación
- Municipalidad
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	E4.3.1. Apertura de un Centro de Información Turística (Puerta del Chaco)	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Informar sobre los atractivos , eventos y circuitos turísticos de Villa Hayes y del Chaco. 	
PRESUPUESTO	USD 15,000 no incluye obra civil	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

JUSTIFICACIÓN

Los Centros de Información Turística son los encargados de proveer información a los turistas con el fin de facilitar su decisión de viajar, mejorar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su estadía, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico. Suelen ser de carácter público y sin fines de lucro, con el fin de mantener la neutralidad y calidad de la información. La información que brindan incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos y otros datos relevantes para el turista como hospitales o centros de culto. Suelen proporcionar materiales informativos gratuitos del destino.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación, Mesa de turismo, Sector Privado

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Creación en Villa Hayes de un Centro de Información Turística; ya que el municipio constituye la entrada al Chaco, debe existir un lugar donde se proporcione información turística del destino y de la región donde se encuentra, aprovechando el potencial de biodiversidad del Chaco.
- **Desarrollo:** Sería necesario la colaboración de la Gobernación, la municipalidad y el asesoramiento de SENATUR para poder abrir un Centro de Información con carácter público.
 - a) Acuerdo de colaboración entre municipalidad, gobernación y SENATUR.
 - b) Solicitud de presupuesto a Gobernación.
 - c) Ubicación del Local
 - d) Evaluación de las necesidades formativas del personal de los CIT. Valoración de las necesidades formativas para desarrollar sus capacidades el personal de los CIT.
 - e) Capacitaciones específicas para el personal de CIT. Diseño del currículo y de los materiales para capacitación, tener en cuenta formación en atención al cliente.
 - f) Evaluación de las necesidades de equipamientos para los CIT: computadoras, impresoras, teléfono e internet.
 - g) Evaluación de las necesidades de materiales de promoción, y adquisición de los materiales promocionales de los prestadores que se encuentran en los territorios.
 - h) Diseño de nuevas funciones para los CIT, recogida de información del turista, papel proactivo en el fomento del turismo en el departamento donde se encuentren.
 - i) Articulación de los CIT con la Dirección de Promoción y los prestadores de servicios turísticos privados, para disposición de materiales promocionales del destino donde se encuentran durante todo el año.
- **Seguimiento.** CIT en funcionamiento

CRONOGRAMA

Año		2			
Acción	Trimestre	1T	2T	3T	4T
a)	Acuerdo de colaboración entre municipalidad, gobernación y SENATUR.				
b)	Solicitud de presupuesto a Gobernación.				
c)	Ubicación del Local				
d)	Evaluación de las necesidades formativas del personal de los CIT.				
e)	Capacitaciones específicas para el personal de CIT. Diseño del currículo y de los materiales para capacitación.				
f)	Evaluación de las necesidades de equipamientos para los CIT: computadoras, impresoras, teléfono e internet.				
g)	Evaluación de las necesidades de materiales de promoción, y adquisición de los materiales promocionales de los prestadores.				
h)	Diseño de nuevas funciones para los CIT, recogida de información del turista, papel proactivo en el fomento del turismo.				
i)	Articulación de los CIT con la Dirección de Promoción y los prestadores de servicios turísticos privados, para disposición				

INDICADORES

- Número de turistas atendidos por el CIT de Villa Hayes.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Gobernación
- Municipalidad
- Fundación Paraguaya

ACTUACIÓN	E4.3.2. Mejora de los accesos a los atractivos turísticos	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Consolidar la red de accesos y servicios públicos básicos capaces de satisfacer las necesidades de la población residente y turística 	
PRESUPUESTO	USD 15,000, no incluye obra civil	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 24-60	

JUSTIFICACIÓN

Gran parte de los recursos turísticos de Villa Hayes, sobre todo los pertenecientes al patrimonio natural y rural, se encuentran en condiciones inaccesibles dificultando su visita. Es fundamental valorar la accesibilidad de estos, y qué acciones son necesarias para solventar esta situación, que puede frenar la afluencia turística.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito nacional.
- **Descripción:** La accesibilidad para la visitación de los recursos turísticos es un elemento básico en el desarrollo de un destino turístico.
- **Desarrollo:** Sería necesario la elaboración de unos TdR y contratación de una consultoría externa que hiciese el análisis y valoración de la accesibilidad de los recursos turístico en el territorio.
 - Análisis sobre la situación de la accesibilidad a los principales recursos turísticos.
 - Levantamiento en territorio de los accesos y su nivel de calidad
 - Elaboración del diagnóstico de accesibilidad a los recursos turísticos.
 - Elaboración del Plan de Accesibilidad.
 - Establecimiento de las acciones prioritarias para mejorar la accesibilidad a los recursos turísticos.
 - Búsqueda de financiamiento para la implementación del plan
 - Ejecución del Plan de Accesibilidad

CRONOGRAMA

Acción	Año	Trimestre	2			
			1T	2T	3T	4T
a) Análisis sobre la situación de la accesibilidad a los principales recursos turísticos.						
b) Levantamiento en territorio de los accesos y su nivel de calidad						
c) Elaboración del diagnóstico de accesibilidad a los recursos turísticos.						
d) Elaboración del Plan de Accesibilidad.						
e) Establecimiento de las acciones prioritarias para mejorar la accesibilidad a los recursos turísticos.						
f) Búsqueda de financiamiento para la implementación del plan						
g) Ejecución del Plan de Accesibilidad						

INDICADORES

- Valor de la inversión pública ejecutada o contratada / periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

E5. Posicionamiento y comercialización

ACTUACIÓN	E5.1.1. Fortalecimiento de la Cultura Turística de Villa Hayes	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el perfil del turista que llega a Villa Hayes. • Realizar registros normalizados de los turistas que visitan Villa Hayes. 	
PRESUPUESTO	USD 5,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-36	

JUSTIFICACIÓN

Villa Hayes, como destino emergente que es, presenta grandes debilidades en cuanto a la apropiación, concienciación y sensibilización, tanto del sector público como privado en Cultura turística. Esto se traduce en la falta de conocimiento y valoración de su patrimonio cultural y natural, en la ausencia de conciencia y escasa experiencia en servicios de acogida y atención al visitante y/o turista.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

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

Acción	Trimestre	Año 2			
		1T	2T	3T	4T
a) Diseño de un programa de cultura turística para Villa Hayes.					
b) Diseño de material didáctico para entrega.					
c) Programas de Radio sobre Cultura Turística.					
d) Charlas dirigidas a todos los sectores, público, privado y comunitario sobre Cultura Turística.					

INDICADORES

- Número de asistentes a las charlas de cultura turística

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- SENATUR
- Gobernación
- Municipalidad
- Fundación Paraguay

ACTUACIÓN	E5.1.2. Desarrollo de una Marca para el Destino Turístico de Villa Hayes	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar una estrategia de marketing para el destino turístico de Villa Hayes. • Desarrollar una marca para el destino turístico de Villa Hayes. 	
PRESUPUESTO	USD 15,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12-24	

JUSTIFICACIÓN

Según la Organización Mundial de Turismo, (OMT), la marca se refiere a la esencia o conjunto de características básicas de un producto o destino, lo cual abarca su personalidad y lo hace singular y distinto de la competencia. La marca del destino permite detectar las virtudes, generando un mensaje integral que contiene una idea sencilla sobre el destino turístico capaz de ser entendida de forma directa. Es esencial además que al crear una marca se sepa fortalecer aquellos valores que harán al destino único y especial.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR/ Municipalidad
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Mesa de turismo, sector privado de Villa Hayes, población local

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** La creación de una marca ayuda al destino a posicionarse mejor. La marca del destino de Villa Hayes debe ser realizada a través de una construcción participativa, con el propósito de generar valor agregado e impacto positivo en la población local.
- **Desarrollo:** Se podría establecer un acuerdo entre SENATUR y alguna de las universidades presentes en Villa Hayes para el acompañamiento técnico en el desarrollo de la Marca del destino turístico Villa Hayes.
 - a) Reunión de SENATUR, Universidades y Mesa de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Marca del Destino.
 - b) Concurso público dirigido a la población local, sector privado, donde describir como debería ser la Marca Destino.
 - c) Votación popular para elegir la Marca.
 - d) Contratación de un Diseñador para adaptación y mejora gráfica de la Marca.
 - e) Campaña de comunicación de la marca; definir público objetivo, canales, elementos a comunicar, visuales y gráficos.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año			
		1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR, Universidades y Mesa de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Marca del Destino.					
b) Concurso público dirigido a la población local, sector privado, donde describir como debería ser la Marca Destino.					
c) Votación popular para elegir la Marca.					
d) Contratación de un Diseñador para adaptación y mejora gráfica de la Marca.					
e) Campaña de comunicación de la marca; definir público objetivo, canales, elementos a comunicar, visuales y gráficos.					

INDICADORES

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

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Municipalidad

ACTUACIÓN	E5.1.3. Elaboración de la Web del Destino turístico Villa Hayes	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una web para el destino turístico de Villa Hayes como soporte de una estrategia de marketing digital del destino. 	
PRESUPUESTO	USD 25,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 18-30	

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 Villa Hayes en un destino competitivo.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** La creación de una web ayuda al destino a posicionarse mejor.
- **Desarrollo:** Se podría establecer un acuerdo entre SENATUR y alguna de las universidades presentes en Villa Hayes para el acompañamiento técnico en el desarrollo de la Web del destino turístico Villa Hayes.
 - Reunión de SENATUR, Universidades y Mesa de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Web del destino: contenidos, información, material audiovisual, idiomas, optimización de buscadores, .
 - Contratación de un Diseñador Web.
 - Definir mantenimiento de la Web; recursos financieros y humanos. ¿quién va a actualizar los contenidos? ¿va a haber presupuesto para traducción de contenidos? En un inicio el mantenimiento de la Web debería ser por parte de la municipalidad con apoyo financiero propio y externo.

CRONOGRAMA

Acción	Año				Año			
	Trimestre				Trimestre			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Reunión de SENATUR, Universidades y Mesa de Turismo para definir el proceso para el desarrollo de la Web del destino: contenidos, información, material audiovisual, idiomas, optimización de buscadores, .								
b) Contratación de un Diseñador Web.								
c) Definir mantenimiento de la Web								
d) Promoción de la Web								

INDICADORES

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

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E5.2.1. Diseño y generación de metodologías y herramientas de levantamiento, tratamiento y análisis de información y variables estadísticas turísticas.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el perfil del turista que llega a Villa Hayes. • Realizar registros normalizados de los turistas que visitan Villa Hayes. 	
PRESUPUESTO	USD 40,000 incluye trabajo de campo	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 12 -48	

JUSTIFICACIÓN

Para la toma de decisiones informadas sobre planificación, producto y demanda, Villa Hayes necesita herramientas de recogida de información y tratamiento de datos con el fin de no solo de generar conocimiento, sino también de realizar predicciones.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Es esencial contar con datos estadísticos del sector turístico por ello Villa Hayes necesita conocer más acerca del perfil de turista que llega al destino, a través de un registro en el Museo y un proceso de encuestación puede obtenerlo.
- **Desarrollo:** Se podría establecer un acuerdo entre SENATUR y alguna de las universidades vinculadas a Villa Hayes para la elaboración de encuestas turísticas. Así mismo sería importante definir un Registro de visitantes para el Museo Salvador Garozzo y realizar un análisis mensual de los turistas que lo visitan.
 - Elaboración de encuestas turísticas (destino visitado, motivo del viaje, tipo de alojamiento y transporte y actividad principal, clasificadas por origen).
 - Elaboración de encuestas para conocer el gasto turístico del turista internacional y nacional (alojamiento, alimentación, transporte interno, artesanías).
 - Elaboración de encuestas por parte de los establecimientos de alojamiento a sus huéspedes (perfil del turista, satisfacción, destinos visitados)
 - Diseño de un Registro de Visitantes para el Museo con una formación específica por parte de SENATUR para su uso y análisis.

CRONOGRAMA

Acción	Año	3				4			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de encuestas turísticas dirigidas al turismo internacional y nacional (destino visitado, motivo del viaje, tipo de alojamiento y transporte y actividad principal, clasificadas por origen).									
b) Elaboración de encuestas para conocer el gasto turístico del turista internacional y nacional (alojamiento, alimentación, transporte interno, artesanías).									
c) Elaboración de encuestas por parte de los establecimientos de alojamiento a sus huéspedes (perfil del turista, satisfacción, destinos visitados)									
d) Diseño de un Registro de Visitantes para el Museo con una formación específica por parte de SENATUR para su uso y análisis.									
e) Análisis e interpretación de resultados									

INDICADORES

- Encuesta anual en temporada baja y alta. Resultados.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E5.2.2. Diseño de un SITT, Sistema de Información Territorial Turístico para el Destino.	PRIORIDAD
		MEDIA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Almacenar y gestionar la información turística del territorio a través de un Sistema de Información Turístico 	
PRESUPUESTO	USD 65,000 incluye desarrollo	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 36-60	

JUSTIFICACIÓN

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

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Creación en Villa Hayes de una Geoplataforma Turística (sistema de información territorial turístico)
- **Desarrollo:** Sería necesario la elaboración de unos TdR y contratación de una consultoría externa que hiciese el desarrollo de la Geoplataforma Turística.
 - Recopilación de información turística de Villa Hayes a cargo de la Mesa de turismo y la municipalidad.
 - Trabajo coordinado entre la municipalidad, Mesa de Turismo, SENATUR y personal contratado para el desarrollo de la GeoPlataforma Turística.

CRONOGRAMA

Acción	Trimestre	Año 4				Año 5			
		1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
a) Recopilación de información turística de Villa Hayes a cargo de la Mesa de turismo y la municipalidad.									
b) Trabajo coordinado entre la municipalidad, Mesa de Turismo, SENATUR y personal contratado para la GeoPlataforma Turística.									

INDICADORES

- Número de usuarios mensuales de la GeoPlataforma turística.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- MITIC
- Gobernación

ACTUACIÓN	E5.3.1. Diseño de la estrategia de promoción y comercialización para el destino Villa Hayes.	PRIORIDAD
		ALTA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias de marketing para orientar la comercialización y promoción de la oferta con ofertas dirigidas a segmentos y nichos y conforme a criterios de optimización costo/beneficio. Generación de flujo turístico 	
PRESUPUESTO	USD 35,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

JUSTIFICACIÓN

La estrategia de mercadeo de Villa Hayes debe orientarse en primer lugar al mercado nacional, tratar de captar el turista que llega desde Asunción. Una vez implementadas las estrategias de marketing, previsiblemente no habrá resultados significativos hasta transcurrido, al menos, 6 meses desde su puesta en marcha. Terminada la redacción, su implementación deberá coincidir los meses en los que principales operadores turísticos estén ajustando su programación y realizando la contratación, aunque se deberán contemplar acciones más inmediatas. También conviene señalar que los periodos de maduración son distintos para cada destino.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** Sector Privado/ SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Gobernación

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Desarrollar una estrategia de promoción y comercialización para el destino de Villa Hayes, basada en los circuitos turísticos desarrollados y el público objetivo.
- **Desarrollo:** Para esta acción deberían realizarse las siguientes sub-acciones:
 - a) Matriz Productos - Mercado: qué producto vender, a quien (segmento u oclotipo) y en qué mercado. Elaboración de argumentarios comerciales.
 - b) RR.PP. y comunicación promocional: Publicity (Gabinete de prensa y Relaciones Públicas), Press y Fam Trips, Bartering y Sponsoring, Hermanamientos.
 - c) Publicidad: off y online, primando esta última.
 - d) Promoción y ventas directas: Sales Blitzes, organización de Workshops y Showcases, asistencia a las principales ferias, e-mail marketing, marketing de guerrilla (en concreto, acciones de buzz marketing, street marketing y marketing viral). 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.
 - El éxito del posicionamiento en internet implica reforzar las informaciones prácticas, los contenidos audiovisuales y la interacción con usuarios a través de las redes sociales, así como la definición de storytelling para promoción digital. Estos contenidos deben ser sustentados en las narrativas de los productos propuestos en el presente documento.
 - Realización de un estudio de mercado de demanda actual y potencial en los principales mercados emisores.
 - Igualmente, se creará un CRM de clientes, instituciones y operadores especializados, para su explotación comercial.

CRONOGRAMA

Acción	Año	Trimestre	5			
			1T	2T	3T	4T
a) Matriz Productos - Mercado: qué producto vender , a quien (segmento u oclotipo) y en qué mercado. Elaboración de argumentarios comerciales.						
b) RR.PP. y comunicación promocional: Publicity (Gabinete de prensa y Relaciones Públicas), Press y Fam Trips, Bartering y Sponsoring, Hermanamientos.						
c) Publicidad: off y online, primando esta última.						
d) Promoción y ventas directas: Sales Blitzes, organización de Workshops y Showcases, asistencia a las principales ferias, e-mail marketing, marketing de guerrilla (en concreto, acciones de buzz marketing, street marketing y marketing viral).						
e) Realización de un estudio de mercado de demanda actual y potencial en los principales mercados emisores.						
f) Se creará un CRM de clientes, instituciones y operadores especializados, para su explotación comercial						

INDICADORES

- Ingresos por turismo: cifra bruta y variación/periodo.
- Progreso interanual de visitantes/ variación/periodo.
- Eficiencia: costo total de las acciones comerciales dividido entre el número de visitantes año.
- Marketing Online: ranking de posicionamiento orgánico, número de visitas a las páginas web relacionadas, likes y seguidores en redes sociales.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

E6. Gestión sostenible

ACTUACIÓN	E6.1.1. Elaborar e implementar buenas prácticas ambientales aplicadas al Sector turístico	PRIORIDAD
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico de las buenas prácticas ambientales Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico de las buenas prácticas ambientales 	
PRESUPUESTO	USD 10,000.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48 -60	

JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico de Villa Hayes, hacia la mejora de los servicios mediante la implementación de buenas prácticas ambientales, económico empresariales y socioculturales que se traduzcan en beneficios para los emprendimientos, el ambiente, la población y el territorio. Las buenas prácticas no solo reducen costos de operación y mejoran la imagen del emprendimiento y del destino, sino que garantizan su sostenibilidad y motivan la llegada de grupos de turistas con mayor capacidad de gasto interesados en beneficiar al municipio y conservar el ambiente.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito nacional.
- **Descripción:** Elaboración de todo un Programa de Buenas Prácticas Ambientales para aplicar en el Sector Turístico de Villa Hayes.
- **Desarrollo:**
 - Elaboración de TdR para la contratación de una consultoría externa que hiciese el Programa de Buenas Prácticas Ambientales para aplicar en el Sector Turístico de Villa Hayes.
 - Contratación de un equipo externo.
 - Definir buenas prácticas ambientales aplicadas al sector turístico.
 - Elaborar un Manual de Buenas Prácticas para aplicar al Sector Turístico de Paraguay.
 - Desarrollar un Programa de Capacitación en Buenas Prácticas Ambientales para el sector.

CRONOGRAMA

Acción	Año	Trimestre	5			
			1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de TdR.						
b) Contratación de un equipo externo.						
c) Definir buenas prácticas ambientales aplicadas al sector turístico.						
d) Elaborar un Manual de Buenas Prácticas para aplicar al Sector Turístico de Paraguay.						
e) Desarrollar un Programa de Capacitación en Buenas Prácticas Ambientales para el sector turístico.						

INDICADORES

- Número de empresas capacitadas con las buenas prácticas ambientales y socioculturales/ periodo.
- Número de personas capacitadas en buenas prácticas ambientales y socioculturales/ periodo.

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E6.1 2. Establecer criterios de sostenibilidad para el destino	PRIORIDAD
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Conseguir que Villa Hayes se convierta en un destino turístico sostenible 	BAJA
PRESUPUESTO	N.A.	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

JUSTIFICACIÓN

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

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Gestionar destinos sosteniblemente requiere de un proceso de mejora continua. Los Criterios GSTC ofrecen el marco de referencia y pueden ser aplicados para simplificar el proceso de elaboración de las políticas de destino y gestión de prácticas más sostenible.
- **Desarrollo:** Los Criterios de Turismo Sostenible para Destino pueden ser descargados de forma gratuita a través de la web <https://www.gstccouncil.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.
 - Descargar los Criterios de Turismo Sostenible
 - Leer y revisar los Criterios y definir cuales 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

Acción	Año	5			
		1T	2T	3T	4T
a) Descargar los Criterios de Turismo Sostenible	Trimestre				
b) Leer y revisar los Criterios y definir cuales pueden ser aplicados a corto, medio y largo plazo.					
c) Designar dentro de la Mesa de Turismo una comisión para la implementación					
d) Seguimiento de los avances.					

INDICADORES

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

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A

ACTUACIÓN	E6.1 3. Certificaciones en turismo	PRIORIDAD	
		BAJA	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar el certificado en turismo que mejor se adapte al destino. • Búsqueda de financiación para apoyar al sector privado • Implementación del Certificado 		
PRESUPUESTO	N.A.		
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48 -60		

JUSTIFICACIÓN

La certificación es una forma de garantizar que una actividad o producto cumple con ciertos estándares. Dentro de la industria turística, diferentes organizaciones han desarrollado programas de certificación que miden distintos aspectos del turismo: (a) la calidad, de toda la industria turística, (b) la sostenibilidad, también de todos los sectores y (c) el ecoturismo, del turismo sostenible que se desarrolla en ecosistemas naturales, protegidos o frágiles, que pueden incluir comunidades indígenas y que se ajusta a la definición anterior.

COLABORADORES/ AGENTES

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

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito nacional.
- **Descripción:** Búsqueda a través de SENATUR, mediante algún acuerdo de colaboración con otros países, entidades, agencias de cooperación para seleccionar un certificado en turismo y aplicarlo al sector turístico paraguayo.
- **Desarrollo.** 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

CRONOGRAMA

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

INDICADORES

- Número de empresas turísticas certificadas/ periodo.

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.

ACTUACIÓN	E6.1 4. Formación en responsabilidad social y empresarial para el Destino	PRIORIDAD
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico en responsabilidad social y empresarial. Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico en responsabilidad social y empresarial. 	
PRESUPUESTO	USD 8,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico de Villa Hayes, hacia la mejora de los servicios mediante la formación en responsabilidad social y empresarial. La responsabilidad social y empresarial es una forma de dirigir las empresas basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambientales y sobre la sociedad en general. Es ser responsable con el territorio y las personas a las que afecta directa e indirectamente nuestra actividad.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Mesa de turismo, Academia

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

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

CRONOGRAMA

Acción	Año	5				
		Trimestre	1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de TdR.						
b) Contratación de un equipo externo.						
c) Definir un Programa de Formación de Responsabilidad Social Empresarial						
d) Elaborar un Manual de Responsabilidad Social Empresarial para aplicar al sector turístico.						
e) Desarrollar un Programa de Capacitación en Responsabilidad Social Empresarial para el sector turístico.						

INDICADORES

- Número de empresas turísticas capacitadas en Responsabilidad Social y Empresarial
- Número de actores capacitados en Responsabilidad Social y Empresarial

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

ACTUACIÓN	E6.1.5. Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible	PRIORIDAD
		BAJA
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar y concienciar al empresariado turístico en responsabilidad social y empresarial. Sensibilizar y concienciar al trabajador del sector turístico en responsabilidad social y empresarial. 	
PRESUPUESTO	USD 7,000	
PLAZO DE EJECUCIÓN	Mes 48-60	

JUSTIFICACIÓN

Sensibilizar y orientar a los empresarios y trabajadores del sector turístico de Villa Hayes, hacia la mejora de los servicios mediante la formación y sensibilización sobre el cambio climático y turismo sostenible.

COLABORADORES/ AGENTES

- **Responsable de ejecución:** SENATUR
- **Responsable de financiación:** Gobernación/ Municipalidad
- **Colaboradores:** Mesa de Turismo, MADES

DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

- **Destinos:** Ámbito municipal.
- **Descripción:** Elaboración de un Programa de Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible para capacitar al Sector Turístico de Villa Hayes.
- **Desarrollo:**
 - Elaboración de TdR para contratación de una consultoría externa que hiciese el Programa de Formación y sensibilización sobre el Cambio Climático y Turismo sostenible para capacitar al Sector Turístico de Villa Hayes.
 - Contratación de un equipo externo.
 - Definir un Programa de Formación y sensibilización sobre el cambio climático y turismo sostenible.
 - Elaborar un manual de cambio climático y turismo sostenible para aplicar al sector turístico.
 - Desarrollar un programa de capacitación en cambio climático y turismo sostenible.

CRONOGRAMA

Acción	Año	5			
		1T	2T	3T	4T
a) Elaboración de TdR.	Trimestre				
b) Contratación de un equipo externo.					
d) Definir un Programa de Formación y sensibilización sobre el cambio climático y turismo sostenible,					
d) Elaborar un manual de cambio climático y turismo sostenible para aplicar al sector turístico.					
e) Desarrollar un programa de capacitación en cambio climático y turismo sostenible					

INDICADORES

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

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

N.A.

6.3.3. Plan de Trabajo y Cronograma Integrado



El cronograma integrado permite adecuar el plan a las necesidades y capacidades del destino y a los recursos disponibles en cada momento, así como a eventuales ajustes en su implementación, que pudieran ser recomendables, en función de resultados, mediante el uso y vigilancia de los indicadores sugeridos. Las acciones, calendarizadas según valores estándar, pueden ser distribuidas de otra manera siempre que se respete el criterio que diferencia las que son secuenciales, respecto de las que se pueden abordar simultáneamente y la prioridad: el color rojo diferencia las acciones prioritarias frente a las que tienen prioridad media (en amarillo) y las de prioridad baja (en verde).

6.3.4. Monitoreo: sistema de indicadores y Cuadro de Mando Integral

El turismo no se puede planificar o ser administrado de forma aislada respecto de los ambientes, economías y comunidades que son parte del destino. Los indicadores se comparten con otros grupos de interés, institucionales o privados, que pueden ser parte –directa o tangencialmente- de una experiencia turística.

Un indicador tiene como objeto asistir el proceso de toma de decisiones en todos los niveles de la planificación y gestión del turismo, tanto por parte de empresas como de instituciones. Miden aspectos relativos a tendencias, desempeño o riesgos y permiten comparativos. Pueden ser de diferentes ámbitos (internacional, nacional, regional o a escala de destino).

Hay indicadores de alerta temprana, capaces de anticipar efectos negativos sobre el destino (por ejemplo, el nivel de satisfacción o recomendación del turista), de estrés en el sistema (por ejemplo, la escasez de agua, o de criminalidad), de status (por ejemplo, tasa de ocupación), de impacto del desarrollo turístico en los ambientes biofísicos y socio-económicos (por ejemplo, los índices del nivel de deforestación, los cambios de los patrones de consumo y niveles de ingresos en las comunidades locales), de gestión (por ejemplo, el costo de la limpieza de la contaminación costera) o de rendimiento (por ejemplo, incremento de turistas, estancia o ingresos).

Para garantizar su eficacia, en el diseño y uso, un indicador debe ser:

- Disponible: los datos básicos para la construcción del indicador deben ser de fácil obtención sin restricciones de ningún tipo. Un indicador puede ser aplicado en la práctica sólo si hay un mecanismo viable para medirla, teniendo en cuenta que la recogida y tratamiento de datos debe ser técnica y económicamente viable.
- Simple: el indicador debe ser de fácil elaboración.
- Válido: la validez de los indicadores significa que éstos deben tener la capacidad de medir realmente el fenómeno que se quiere medir y no otros.
- Específico: si un indicador no mide realmente lo que se desea medir, su valor es limitado, pues no permite la verdadera evaluación de la situación al reflejar características que pertenecen a otro fenómeno paralelo.
- Confiable: los datos utilizados para la construcción del indicador deben ser fidedignos (fuentes de información satisfactorias).
- Sensible: a los cambios.
- Sintético: respecto de los distintos factores. En lo posible el indicador debe ser globalizador.
- Inalterable: no en el resultado, sino en el atributo referencial: por ejemplo, en relación a la energía no es indicador el importe, sino en el consumo.

También hay que señalar que el mismo indicador frecuentemente pueden servir diferentes propósitos y su uso puede variar con el tiempo. Por ejemplo, un indicador de las tensiones en el sistema servirá más tarde para medir los efectos y resultados de los esfuerzos de gestión adoptados

en respuesta a los problemas identificados, llegando a ser, en efecto, una medida de desempeño para la respuesta.

Los diferentes medios que se utilizan para representar los indicadores incluyen los siguientes:

- Las mediciones cuantitativas: donde los números se puede conseguir en el tiempo.
- Datos sin procesar, por ejemplo, el número de turistas que visitan un sitio / año / mes, o el volumen de residuos generados / mes / semana expresada en toneladas.
- Ratios, donde se relaciona un conjunto de datos a otro que muestra una relación (ratio por ejemplo, del número de turistas a residentes locales en temporada alta - que muestra si los turistas superan en número a los locales, y en caso afirmativo en qué medida.
- Porcentajes, donde los datos se relaciona con la totalidad, un punto de referencia o una medición anterior (por ejemplo, % de las aguas residuales que reciben tratamiento, % de la población local con grados educativos de diferentes niveles, % de cambio en la llegada de turistas y el gasto con respecto al año pasado).

Cualitativos:

- Índices o categorías, que describen un estado o nivel de logro en una lista clasificada (por ejemplo, el nivel de protección de los espacios naturales de acuerdo con el Índice de la UICN, los grados en la escala de los sistemas de certificación ambiental).
- Indicadores de cumplimiento, asociados a normativas, en relación con la existencia de ciertos elementos de la gestión del turismo y la operación.
- Los indicadores nominales como, por ejemplo, las certificaciones.
- Dictámenes subjetivos basados en indicadores (por ejemplo, el nivel de satisfacción de los turistas o el nivel de satisfacción de los residentes locales en relación con el turismo o elementos específicos). Estos normalmente se obtienen por encuestación y se pueden expresar como números, porcentajes o indicadores nominales.

Existe un número limitado de indicadores que un destino puede manejar, -alrededor de 40- en función de los recursos disponibles, por lo que es necesario realizar una selección.

La selección, uso y priorización de estos debiera ser parte de un proceso de planificación de la actividad turística.

A continuación, se detallan una selección de KPIs (indicadores clave del desempeño) básicos que permiten analizar la evolución del destino:

Cuadro de Mando Integral

Indicador	Representatividad	Unidad de medida	Modo de obtención / Fuente	Frecuencia de medición
Actividad empresarial	Impacto del turismo en la dinámica económica del destino.	Número de empresas turísticas de capital local. Valor absoluto. Cambios de actividad, en sectores tradicionales (como la artesanía).	Registur.	Anual
PIB	Beneficio económico generado en el destino por el turismo.	Participación % del PIB Turístico / PIB local.	Destino. Estadística local.	Anual
Impuestos	Valor devengado de impuestos al turismo.	Valor absoluto, anual.		Anual
Gasto turístico	Ingresos por turismo/ período.	Valor medio por persona.	Encuesta auto administrada a demanda actual.	Trimestral
Visitantes	Fluctuaciones de demanda.	Número de visitantes por período. Valor absoluto.	Registros de la Estadística Turismo, por temporadas.	Mensual
Tasa de empleo	Empleo generado y su participación de mercado.	% de población ocupada en el sector turismo % de población ocupada en el sector turismo/ total población ocupada (local y nacional) % del empleo femenino sobre o minorías (ej. indígenas) sobre el total.	DGEEC	Anual
Calidad empleo	Empleo especializado	Porcentaje de egresados en turismo o profesionales cualificados sobre el total del empleo.	DGEEC	Anual

Secundarias

- Aeropuertos del Mundo. (s.f.). Aeropuertos de América del Sur. Recuperado de <https://www.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
- Dirección Nacional de Aeronáutica Civil. (s.f.). anuarios estadísticos y resúmenes anuarios. Recuperado de http://www.dinac.gov.py/v2/index.php?option=com_k2&view=item&id=468:resumenes-de-anuarios-estadisticos&Itemid=122
- Dirección Nacional de Aviación Civil e Infraestructura Aeronáutica - Uruguay. (s.f.). Estadísticas: estadísticas año 2017. Recuperado de <http://www.dinacia.gub.uy/ciudadania/estadisticas.html>
- Duarte, N. y Medina, E. (22 de septiembre de 2013). *Una marcada influencia de Brasil se observa en los distritos paranaenses*. Diario Última Hora.
- El Día. (2015). El turismo, estancado por falta de promoción. Recuperado de https://www.eldia.com.bo/index.php?cat=357&pla=3&id_articulo=175844
- Embratur. (2016). Turismo deverá receber mais recursos para 2017. Recuperado de http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/noticias/arquivos/Turismo_devera_receber_mais_recursos_para_2017.html
- Empresa Argentina de Navegación Aérea. (2017). Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini. Recuperado de <https://www.eana.com.ar/sites/default/files/media/estadisticas/tableros/2018/SAEZ.pdf>
- Fayos-Solá, E. (abril 2004). Política Turística en la era de la globalización. *Colección Mediterráneo Económico*. "Las nuevas formas del turismo", (5) 215-231. Recuperado de <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/5/5-61.pdf>

- Infraero. (2010). Anuário Estatístico Operacional. Recuperado de <http://www.infraero.gov.br/images/stories/Estatistica/anuario/final.pdf>
- Innovative Tourism Advisors. (2015). Plan de Marketing Turístico de Paraguay.
- Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales y Sociales del Paraguay y la Universidad Nacional de Pilar (UNP). (2018). *Atlas de la Violencia e Inseguridad en Paraguay*. Asunción, Paraguay: UNP.
- Masi, F., Borda, D., Arce, L., Birch, M., Herken, J. C., Ovando, F.,... Zárate, W. (2011). *Estado y economía en Paraguay. 1870-2010*. Asunción: CADEP. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Paraguay/cadep/20160713052419/7.pdf>
- Ministerio de Hacienda - Argentina. (2015). Presupuesto Ministerio de Turismo 2015. Recuperado de <https://www.minhacienda.gob.ar/onp/documentos/presutexto/proy2015/jurent/pdf/P15J53.pdf>
- OCDE (2018). *Estudios de la OCDE sobre Gobernanza Pública: Paraguay. Hacia un desarrollo nacional mediante una gobernanza pública integrada*. Recuperado de https://read.oecd-ilibrary.org/governance/estudios-de-la-ocde-sobre-gobernanza-publica-paraguay/analisis-recomendaciones_9789264304017-3-es#page1
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2014). *Legislación de Turismo en Las Américas*. OMT, Madrid.
- Organización Mundial de Turismo. (2017). Barómetro de turismo Diciembre.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Argentina.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Bolivia.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Brasil.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Uruguay.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). Arrivals of non-resident tourists at national borders, by country of residence – Paraguay.
- Paraguay Travel. (2019). *Sirio web*. Recuperado de http://www.paraguay-travel.de/info_paraguay.html
- Parques Nacionales De Paraguay. (2013). *Pastizales de Mesopotamia*. Recuperado de <http://parquesnacionalesdelparaguay.blogspot.com/2013/06/pastizales-de-mesopotamia.html>
- Piera, A. (6 de junio de 2018). Paraguay lanza ambicioso programa de incentivos para mejorar la conectividad aérea. *GHP: Guanes, Heisecke y Piera*. Recuperado de <https://www.ghp.com.py/blog/paraguay-lanza-ambicioso-programa-de-incentivos-para-mejorar-la-conectividad-aerea>
- Presidencia de la República del Paraguay. Ministerio De Hacienda. (2013). *Atlas de políticas públicas del Paraguay: tendencia y retos de la intervención*. Paraguay.
- Presidencia de la República del Paraguay. Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social. (2011). *Plan Marco Nacional de Desarrollo y ordenamiento Territorial del Paraguay (PMDyOT)*. Recuperado de http://biblioteca.clacso.edu.ar/Paraguay/id/20170405041907/pdf_687.pdf
- República de Paraguay. (1981). Ley 904/1981 “Estatuto de las Comunidades Indígenas” y sus leyes modificatorias.

República de Paraguay. (1994). *Ley 426/1994 "Carta Orgánica del Gobierno Departamental"*.

República de Paraguay. (2005). *Ley 2828/05 del turismo*.

Ruta Jesuítica. (2019). *Sitio web*. Recuperado de <http://rutajesuitica.com.py/v1/>

Secretaría de Políticas Lingüísticas. Gobierno Nacional. (28 de junio 2016). *La academia de la lengua guaraní y la secretaría de políticas lingüísticas promoverán uso del guaraní*. Recuperado de <http://www.spl.gov.py/es/index.php/noticias/la-academia-de-la-lengua-guarani-y-la-secretaria-de-politicas-linguisticas-promoveran-uso-del-guarani>

Secretaría del Ambiente (SEAM). (2016). *Estrategia Nacional y Plan de Acción para la conservación de la Biodiversidad del Paraguay 2015-2020*. Programa de las Naciones unidas para el desarrollo (PNUD) y Fondo para el medio ambiente mundial (FMAM). Asunción.

SENATUR (2012). *Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del sector turístico en Paraguay. Actualización al 2012*. Recuperado de https://www.senatur.gov.py/application/files/9314/7920/7840/Plan_Maestro_de_Turismo_-_Paraguay_2012-min.pdf

SENATUR (2013). *Plan Nacional de Turismo Rural Comunitario Paraguay. Okara Aty M'Bae. Paraguay*.

SENATUR. (2019). *Paraguay tenés que sentirlo*. Recuperado de <https://visitparaguay.travel/v1/circuito/1-ruta-jesuistica>

Tedeschi, L. y Baller, L. (2018). Fronteras fragmentadas y múltiples identidades: una investigación de 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

Expertos entrevistados

- Linda Taiyen, Codeleste.
- Marta Weissmann, Howard Johnson.
- Emilio Achinelli, CT- Turismo
- Augusto Scavone, Parque Aventura Monday.
- Darío Díaz, Mavani Tour.
- Mirian Medina, Codeleste.
- Normiña Isnardi, Asatur Regional.
- Eva Figueredo, Codeleste.
- Cesar Pardo, Hotel Casino Acaray.
- Víctor Chamorro, Asociación Industrial Hotelera del Paraguay.
- Carlos Pavón, VIPsTour.
- David Prono, DTP Travel Group Tour.

Agencias y operadores

Agencias de viajes en Asunción

- Richard Vecca, Intertours Mayorista de Turismo
- Rufer Rodríguez, Yguazú Travel Service SRL
- Gisella Ferreira, DTP Travel Group
- Osvaldo Morinigo, Giromundo Corporación Turística

Agencias de viajes internacionales

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

Otros entrevistados

- Joana Minck_ Operadora natural

Gobernación Presidente Hayes

- Víctor Vera, Director turismo.
- Juan Ángel González, Servicio Deportes.
- Rodrigo Valenzuela, Servicio Pueblos Indígenas.
- Tomás Gabriel Giménez, Guía local.

Municipalidad

- Raúl Vera Ferreira, Municipalidad de Villa Hayes.
- Bianca Zorio, Dirección Obras, Municipalidad de Villa Hayes
- Angel Caravaca, Museo Municipal
- Maria Teresa Garozzo, Museo Municipal
- Manuel Serna, Dpto Planificación, Municipalidad de Villa Hayes
- Rodney Ramirez, Secretario de turismo.
- Carlos Medina, Informador turístico, Municipalidad de Villa Hayes
- Viviana P. Bonassi, Desarrollo turístico, Municipalidad de Villa Hayes

Prestadores locales

- Martina E. Caballero, Hotel Los Cerritos
- Jorge Villalba, Los Jardines
- Gustavo Renaut, El Quincho Bar.
- Pedro A. Aranda, Comedor Petter max.

Fundaciones, asociaciones, clubes y ONG

- Felix Fariña, Centro Cultural Melodía.
- Rubén Gaona, Club Pesca Deportiva.

SENATUR

- Carmen Silva, SENATUR.
- Nora Guanes, SENATUR – PRONATUR.
- Arq. Stella Barrail, SENATUR-PRONATUR.
- Naiman Miserlian – SENATUR.
- Romoaldo Duarte – SENATUR.
- Yenny Ibarra – SENATUR.
- Delia Martinez, SENATUR
- Deisy Varela – SENATUR.
- Maria Armoa, SENATUR.

Anexo: operadores que comercializan Paraguay

ESPAÑA

Nombre	Catai Tours
Página web	https://www.catai.es/destinos/viajes/paraguay.html
Descripción de la agencia	Catai Tours, mayorista fundada en 1981, está especializada en viajes de larga distancia (Asia, Oceanía, África y América), viajes por Europa y viajes de novios. Cerca de 4.500 agencias de viajes comercializan sus programas en toda España y más de 150 corresponsales atienden al viajero en 120 países del mundo.
Ofertas hacia Paraguay	Atractivos nombrados en la descripción: casco histórico colonial de Asunción, misiones jesuíticas (ruta jesuítica), Represa Hidroeléctrica de Itaipú, Saltos del Monday.

DESCUBRE PARAGUAY



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

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

Actividades recomendadas



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

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

MAGICAL DESTINATIONS IN PARAGUAY



URUGUAY

Nombre	Campomar
Página web	http://www.campomar.com.uy/
Descripción de la agencia	Agencia de Viajes con más de 15 años de trayectoria en el mercado. El perfil de la Agencia está dirigido a la gestión y venta personalizada de Servicios de Turismo y Viajes Corporativos; y la organización integral de delegaciones, tanto oficiales como privadas, a diferentes congresos y misiones.
Ofertas hacia Paraguay	Al realizar la búsqueda y seleccionar por país Paraguay no aparece, pero hay un paquete que aparece para Brasil que incluye el circuito Uruguay-Brasil-Paraguay, sin embargo, en Paraguay no se hospedan. Cataratas 07 días- desde USD\$ 435 Incluye: Cataratas Brasileñas Argentinas, Ruinas Jesuitas, Ciudad Del Este, Represa de Itaipú.



✓ 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	<p>Agencia de viajes en La Paz. es una empresa de viajes constituida legalmente como una DMC (Destination Management Company) en el año 2002, con el objeto de organizar y brindar servicios turísticos a las personas que deseen visitar Bolivia donde lo “auténtico aún existe”, descubriendo y viviendo experiencias únicas.</p> <p>Son socios activos de la Cámara Nacional de Operadores de Turismo Receptivo CANOTUR de la Cámara de Comercio y de la Cámara BolivianoPeruana.</p> <p>También organizan, coordinan y proporcionan servicios turísticos en países limítrofes.</p>
Ofertas hacia Paraguay	Asunción, Ciudad del Este (terminal de buses).

ASUNCIÓN Y FOZ DE IGUAZÚ

El paquete incluye:

- Boleto aéreo La Paz – Asunción – La Paz
- Traslado aeropuerto – Hotel – aeropuerto en Asunción
- 02 noches de hospedaje en Asunción con desayunos
- Traslado Hotel – Terminal de buses – Hotel Asunción
- Ticket de bus regular Asunción – Ciudad del Este - Asunción
- Traslados terminal de buses Ciudad del Este / hotel en Foz
- Traslado hotel en Foz – Terminal en Ciudad del Este
- 03 noches de alojamiento en Foz con desayuno en hotel seleccionado
- 01 cena de bienvenida en el hotel
- Visita a Cataratas brasileras y Argentinas *sin entradas
- Cortesías: Parque de Aves sin entradas + Duty Free lado Argentino + Hito de las Tres Fronteras + Museo de Cera con entradas
- Traslados represa de Itaipu (ida y vuelta)



Precio del paquete desde \$us960 por persona en base a habitación doble

Requisitos de viaje: CI vigente y vacuna contra la fiebre amarilla

Pago de entradas en destino: \$us 81

BRASIL

Nombre CVC viagens

Página web <https://www.cvc.com.br/destinos/>

Descripción de la agencia Se considera como una de las mayores operadoras de turismo de América Latina. La CVC fue la primera compañía en fletar aviones, a invertir en un nuevo canal de distribución con red multimarca de productos turísticos, a desarrollar el concepto de atención en shoppings e hipermercados, además de ofrecer el parcelamiento de viajes en 10 veces sin intereses y valores que caben en el bolsillo del consumidor.

Ofertas hacia Paraguay En “qué hacer” en Paraguay se menciona Itapúa y Misiones, esta última por las ruinas jesuíticas. También el Panteón de los Héroes en Asunción. Aparecen las opciones de “diversión” y otra de “compras”, sin embargo, estas no despliegan mayor información.



ALEMANIA

Nombre Tourismus Chiegg

Página web <https://www.lateinamerika.de/Reisen/paraguay.php#oben>

Descripción de la agencia Agencia de viajes hacia Latinoamérica con oferta de vuelos, alquiler de coches, autocaravanas, hoteles y cruceros.

Ofertas hacia Paraguay Nombran a Paraguay como “El Jardín del mundo” y “el corazón de Sudamérica”. Entre los productos ofertados están:

- “Una vez cruzando Paraguay”: 5 días/4 noches. Lugares: Asunción, Santuario de Caacupe, Independencia, **Ciudad del Este, Central hidroeléctrica de Itaipú**, Foz do Iguazu.
- “Experimenta Paraguay intensivamente”: 8 días/7 noches. Lugares: Asunción, Chaco (ecosistema único), Filadelfia (antiguas colonias alemanas), Concepción, Independencia, ruinas jesuitas de Trinidad, Bella Vista, **Ciudad del Este, estación hidroeléctrica de Itaipú**, Foz de Iguazú.
- “Ida y vuelta en el corazón de Sudamérica”: 12 días /11 noches. Lugares: Asunción, Chaco (legendarios gauchos), Filadelfia (colonias menonitas nacidas en Alemania), Concepción, Bonito, Pedro Juan Caballero, Independencia, Bella Vista, ruinas jesuitas Trinidad, **Ciudad del Este, Itaipú hidroelectricidad**, Foz do Iguazu. “El mejor tiempo de viaje es en la primavera paraguaya (octubre - diciembre) y otoño (abril - junio).“
- “Viaje agrícola”: 7 días/6 noches. Lugares: Asunción, Independencia, Villarrica, Bella Vista, Trinidad, Foz do Iguazu, **planta hidroeléctrica de Itaipú**. “Durante las visitas, siempre tiene contacto directo con los empleados de la empresa, de modo que puede hacer preguntas en cualquier momento e intercambiar experiencias.”
- “Naturaleza de Paraguay”: 9 días/8 noches. Lugares: Asunción y sus alrededores, 2 parques nacionales, selva tropical y observación de vida silvestre, ruinas jesuitas, **Itaipú**, Cataratas del Iguazú.
- **Maravillas naturales y sitios culturales** del mundo: 21 días. Lugares: Brasil, **Paraguay**, Bolivia, Perú. Foz de Iguazú, Asunción, Santa Cruz, Sucre, Potosí, Salar de Uyuni, Desierto de Siloli, La Paz, Lago Titicaca, Isla del Sol, Copacabana, Puno, Cuzco, Machu Picchu.

Rundreise im Herzen Südamerikas
12 Tage/11 Nächte

Höhepunkte und Charakter der Reise: Asunción, Chaco, Filadelfia, Concepción, Bonito, Pedro Juan Caballero, Independencia, Bella Vista, Jesuítische Ruinenstadt Trinidad, Ciudad del Este, Wasserkraftwerk Itaipu, Foz do Iguazu

Rundreise: ab 3193 EUR

Bei dieser Reise lernen Sie eine unvergleichliche Mixtur aus pulsierendem Stadtleben, ländlicher Ruhe und Gelassenheit kennen. Folgen Sie den Spuren der deutschstämmigen mennonitischen Kolonien wie auch den legendären Gauchos im Chaco. Überzeugen Sie sich im Süden von der Qualität der paraguayischen Weine und stärken Sie sich für das imposante Wasserkraftwerk Itaipu. Zum Abschluss Ihrer Reise besuchen Sie die größten Wasserfälle der Welt, die Cataratas del Iguazu, welche in eine herrliche Natur eingebettet sind. Was Sie hier erleben werden, ist Südamerika pur!

Die beste Reisezeit liegt im paraguayischen Frühjahr (Oktober – Dezember) und Herbst (April – Juni).

[in Wunschkreis-Liste vormerken](#) [Wunschkreis-Liste anzeigen](#)

Itaipú – das zweitgrößte Wasserkraftwerk der Erde

CHILE

Nombre Meridian

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

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

Ofertas hacia Paraguay 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. There are also flags for Chile and Paraguay, and the Meridian logo with the tagline 'AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO'. Below the navigation, there is a 'Destinos' section with a list of countries: Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay. The 'Paraguay' link is highlighted. On the left, there is a 'SELO DE Calidad Turística' logo. The main content area displays 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', 'webpay.cl' logo, and a 'Código prevención explotación de menores' button.

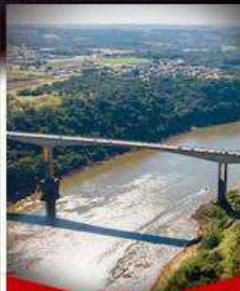
PARAGUAY

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:

Nombre	Lleva touroperador
Página web	https://www.facebook.com/pg/llevamxtour
Descripción de la agencia	Agencia de viajes de Ciudad del Este que ofrece productos turísticos de Paraguay al mundo.
Ofertas de Paraguay	<p>Paseo increíble con el Kattamaram II donde tendrás la posibilidad de contemplar el encuentro entre los Ríos Iguazú y Paraná, visita al museo Bertoni, y además ver la puesta del sol de un ángulo diferente.</p> <p>Vení a descubrir un Paraguay diferente, circuito vivencial de los colonos japoneses, visita a la fábrica de queso suizo, paseo por el templo Budista y mucho más!</p> <p>Jardín Bertoni</p> <p>Ciudad del Este Multicultural</p> <p>City Tour en Ciudad del Este</p> <p>Salto del Monday</p>

EMBARQUES EN PUERTO MEIRA - FOZ

 <p>MONUMENTO Moisés Bertoni</p> <p>VISITA AL MUSEO BERTONI Hora de embarque: 07:30 horas Se servirá desayuno colonial</p> <p>Luego del paseo se tomará una embarcación rápida hasta el museo Bertoni, donde será realizado una caminata guiada.</p> <p>Retorno al puerto: 11:00 horas</p> <p style="text-align: center;">KATTAMARAM + MUSEO GS. 410.000</p>	 <p>ENCUENTRO DE LAS AGUAS ENTRE RIO PARANÁ & RIO IGUAZÚ</p> <p>Hora de embarque: 11:30 horas Se servirá desayuno colonial</p> <p>Luego del paseo se tomará una embarcación rápida hasta el museo Bertoni, donde será realizado una caminata guiada.</p> <p>Retorno al puerto: 13:30 horas</p> <p style="text-align: center;">ENCUENTRO DE LAS AGUAS GS. 410.000</p>	 <p>PASEO POR LAS 3 FRONTERAS Duración del paseo: 1 hora</p> <p>Hora de embarque: 14:30 horas Se servirá frutas en la merienda.</p> <p>Navegaremos desde el puente de la fraternidad hasta al marco de las 3 fronteras.</p> <p style="text-align: center;">PASEO 3 FRONTERAS GS. 315.000</p>	 <p>PUESTA DEL SOL</p> <p>Hora de embarque: 17:30 horas</p> <p>Duración del paseo 2 horas, parte desde el Puesto de la Fraternidad hasta el Marco de las 3 Fronteras. Con música en vivo y Cena incluida a bordo.</p> <p style="text-align: center;">CENA + PUESTA DEL SOL GS. 410.000</p>
---	--	---	--

Nombre	Maitei
Página web	https://www.facebook.com/maiteiturismo/
Descripción de la agencia	Agencia de viajes de Ciudad del Este que ofrece productos turísticos de Paraguay y desde Paraguay a otros países.
Ofertas de Paraguay	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: Itaipuland
- Visita a la Virgen Nuestra Señora Aparecida

Gs. 250.000
Por pasajero

Maitei
TURISMO

+595 61 578 369 | +595 981 646 291 | maiteitursmo@gmail.com
f @maiteitursmo

Anexo: legislación vigente

- ☐ 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

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Artesanía Tabalatería				CÓDIGO	VH9			
1.2. Departamento	Presidente Hayes								
1.3. Ciudad / Municipio	Villa Hayes								
1.3.1. Área urbana / área rural	Área Urbana								
1.4. Coordenadas para georreferenciación									
1.5. Dirección/ubicación	Carretera Villa Hayes				1.6. Distancia en Km	1km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Privado								
1.8. Teléfono fijo					1.8.1. Celular				
1.9. Correo electrónico					1.10. Pag web				
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?				
	Terrestre	x	Terrestre 4X4						
2. CARACTERÍSTICAS									
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	x			
	Otro ¿Cuál?								
2.4. Tipo de atractivo	Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía	x	Fiesta / Festividad		
	Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística		
	Otros ¿Cuál?								
2.4. Descripción	Villa Hayes es conocida por su artesanía en cuero llamada Tabalatería. Aunque el producto es de elevada calidad la en valor es mínupuesta ima y es difícil encontrar a estos artesanos.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN				
Criterios					Puntaje				
3.1. Singularidad					2				
3.2. Reconocimiento					1				
3.3. Capacidad de carga					1				
3.4. Grado de aprovechamiento					2				
3.5. Servicio ofrecidos					1				
3.6. Señalización					0				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte					3				
3.8. Interpretación					2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento					1				
3.10. Seguridad					3				
Total					1,6				
					Fuente	Inmark Europa S.A.			
5. OBSERVACIONES GENERALES									
Fecha	feb-19								



FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Centro Cultural Melodía		CÓDIGO	VH4		
1.2. Departamento	Presidente Hayes					
1.3. Ciudad / Municipio	Villa Hayes					
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana					
1.4. Coordenadas para georreferenciación	25°05'49.5"S 57°31'18.3"W					
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	http://www.ccmelodia.org	
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	x	Otro ¿Cuál?	
	Terrestre		Terrestre 4X4			
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	x Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	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	<p>Ubicado sobre la Avenida Laudo Hayes, es considerado patrimonio histórico de la ciudad. Este edificio data de la ocupación Argentina de la Villa Occidental (Hoy en día Villa Hayes) fue construida por algunos prisioneros paraguayos, en su mayoría ancianos según relata el escritor nacional Salvador Garozzo Simón, en su libro "El timón de nuestra real historia"</p> <p>Una de sus características notables es su construcción con grandes bloques de piedra, traídos por los prisioneros engrillados de una cantera que distaba más de 2500 metros de la zona. La edificación funcionaba entonces como gobernación de la villa, fue la residencia del primer gobernador de nuestra ciudad "Julio Vedia". Después del abandono del ejército invasor, habitó la construcción la familia Coccian Pinazo, de origen italiana, probablemente de los inmigrantes de 1869. Permaneció como tal hasta fines del siglo XX. En ese interin de la historia, en 1965, se impartía en la residencia las primeras enseñanzas de la secundaria, mientras se construía el edificio del Colegio Blas Garay.</p> <p>Posteriormente, un grupo de ganaderos de Villa Hayes, preocupados por la marcada inequidad y estado de exclusión de niños y jóvenes tienen la idea de crear el primer Centro Cultural del Bajo Chaco. Es inaugurado el 22 de junio del 2001 bajo el nombre de Centro Cultural Melodía, en honor a la denominación de la localidad fundada en tierra chaqueña por el Sacerdote Amancio González y Escobar.</p> <p>Se ha realizado una meticulosa restauración de la casa preservando los detalles decorativos y la decoración mural de la época. La restauración fue ejecutada por el maestro Adalberto Mussi, bajo la dirección del arquitecto César Aquino y Supervisión del Centro de Conservación del Patrimonio, "Centurión Frontanilla".</p> <p>El Centro Cultural Melodía está dirigida por la profesora Gabriela Ricart y una comisión directiva integrada por personalidades de Villa Hayes y profesionales de la educación de reconocida trayectoria.</p> <p>La Asociación Melodía que recauda fondos para el emprendimiento, está presidida por Diane Espinoza y una comisión directiva integrada por el Dr. Juan Antonio Galeano, el Dr. Jorge Gross y el Ing. Antonio Espinoza. El centro cuenta con una biblioteca y acceso a bibliotecas virtuales que tiene a disposición de los estudiantes, la biblioteca alberga 5948 volúmenes entre libros y enciclopedias y más de 1600 revistas de diversos temas. Igualmente cuenta 150 materiales audiovisuales.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios			Puntaje			
3.1. Singularidad			1			
3.2. Reconocimiento			2			
3.3. Capacidad de carga			3			
3.4. Grado de aprovechamiento			1			
3.5. Servicio ofrecidos			0			
3.6. Señalización			0			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte			3			
3.8. Interpretación			0			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			3			
3.10. Seguridad			3			
Total			1,6		Fuente: Inmark Europa S.A.	
5. OBSERVACIONES GENERALES						
El Centro Cultural Melodía, se encuentra ubicado en una Casa que forma parte del patrimonio cultural, realmente se visualiza desde fuera. Forma parte de un circuito histórico.						
Fecha	feb-19					

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre		Comunidad Indígena de San Francisco		CÓDIGO		VHS	
1.2. Departamento		Presidente Hayes					
1.3. Ciudad / Municipio		Villa Hayes					
1.3.1. Área urbana / área rural		Área Rural					
1.4. Coordenadas para georreferenciación		24°57'44" S 57°33'25" O					
1.5. Dirección/ubicación		Junto al Hotel El Cerrito		1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)							
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso		Aéreo		Urbano		Otro ¿Cuál?	
		Terrestre x		Terrestre 4X4			
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación		Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial 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	
		Turismo religioso		Turismo de bienestar		Turismo de compras	
		Otro ¿Cuál?		etnoturismo			
2.4. Tipo de atractivo		Monumento / Edificaciones		Paisaje		Artesanía	
		Espacio urbano		Gastronomía		Accidente/ Monumento natural	
		Otros ¿Cuál?		comunidades de especial interés			
2.4. Descripción		Esta Comunidad vende artesanías, tipo cestería, mochilas, cestas, abanicos, pero no está puesto en valor. Es una casa de la propiedad del líder indígena que no está siempre abierta y que hay que llamar para que la abra al turista. Se encuentra junto al Hotel El Cerrito, por lo que realmente no pertenece al Distrito de Villa Hayes pero se encuentra muy cerca.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				0			
3.2. Reconocimiento				0			
3.3. Capacidad de carga				1			
3.4. Grado de aprovechamiento				0			
3.5. Servicio ofrecidos				0			
3.6. Señalización				0			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				1			
3.8. Interpretación				0			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				0			
3.10. Seguridad				3			
Total				0,5			
				Fuente		Inmark Europa S.A.	
5. OBSERVACIONES GENERALES							
Comunidades indígenas de la etnia ANGAITÉ, ENXET SUR, SANAPANÁ, NIVACLÉ, ENHLET NORTE, MAKÁ Y TOBA . Se debe mejorar para la comercialización							

Fecha feb-19

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Costanera		CÓDIGO		VH1		
1.2. Departamento	Presidente Hayes						
1.3. Ciudad / Municipio	Villa Hayes						
1.3.1. Área urbana / área rural	Urbana						
1.4. Coordenadas para georreferenciación	25°05'54.9"S 57°31'09.6"W						
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo		Urbano	x	Otro ¿Cuál?		
	Terrestre		Terrestre 4X4				
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Clasificación	Patrimonio natural		Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material		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		Artesanía		Fiesta / Festividad
	Espacio urbano	x	Gastronomía		Accidente/ Monumento natural		Infraestructura turística
	Otros ¿Cuál?						
2.4. Descripción	El desarrollo de Villa Hayes siempre ha estado unido al río Paraguay. Es así como en el año 2000 se puso en funcionamiento la Costanera, que hoy es uno de los espacios urbanos más importantes como parte de planes nacionales de impulso al turismo. La costanera es utilizada como lugar de espaciamiento y relajación especialmente para los habitantes locales. La costanera de la Ciudad, con su mirador, las playas, y el importante puerto, recibe numerosos turistas durante todo el año, que llegan por agua, como también por carretera. En ella se encuentra el monumento en honor al Presidente Norteamericano Rutherford B. Hayes y otro en homenaje al Dr. Benjamín Aceval. En dicha zona, se encuentran la Gobernación del Departamento de Presidente Hayes y la Filial de la Facultad de Ciencias Económicas (FCEUNA) de la Universidad Nacional de Asunción.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios				Puntaje			
3.1. Singularidad				1			
3.2. Reconocimiento				1			
3.3. Capacidad de carga				2			
3.4. Grado de aprovechamiento				0			
3.5. Servicio ofrecidos				1			
3.6. Señalización				0			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte				2			
3.8. Interpretación				1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento				1			
3.10. Seguridad				3			
Total				1,2		Fuente	Inmark Europa S.A.
5. OBSERVACIONES GENERALES							
Existen muchas fábricas en la costanera, lo que le quita valor al paisaje fluvial.							

Fecha feb-19

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	El peñón		CÓDIGO	VH7		
1.2. Departamento	Presidente Hayes					
1.3. Ciudad / Municipio	Villa Hayes					
1.3.1. Área urbana / área rural	Cerca área urbana					
1.4. Coordenadas para georreferenciación	25°6'0"S 57°31'14"O					
1.5. Dirección/ubicación	En medio del Río Paraguay		1.6. Distancia en Km			
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)	Público					
1.8. Teléfono fijo	(0983)933568,(0961)756382		1.8.1. Celular			
1.9. Correo electrónico			1.10. Pag web			
1.11. Forma de acceso	Aéreo	Urbano	Otro ¿Cuál?		Fluvial	
	Terrestre	Terrestre 4X4				
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Clasificación	Patrimonio natural	x	Pat. cultural inmaterial		Pat. cultural material	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento	Nacional ¿Cuál?	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	<p>Ubicado en el río Paraguay, producto de un accidente orográfico de antaño, sobresale de la superficie de las aguas del principal río del país.</p> <p>Durante la prehistoria conocido como Tapúa por los naturales de la zona. Posteriormente es nombrado Peñón por el padre Amancio Gonzáles de Escobar y en siglos anteriores también utilizado como local de algunas fiestas sociales.</p> <p>Hacia 1930 es construida sobre la gran mole de piedra, una obra que sirviera de farol para la navegación fluvial, permaneciendo tal construcción hasta la fecha.</p> <p>En 1999 es declarado patrimonio del Municipio de Villa Hayes, pudiendo ser visitado por las habitantes de la ciudad, así como por turistas o excursionistas, quienes son trasladados hasta el lugar, en lanchas o canoas, disponibles en la costa de nuestro río.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN			
Criterios		Puntaje				
3.1. Singularidad		2				
3.2. Reconocimiento		2				
3.3. Capacidad de carga		1				
3.4. Grado de aprovechamiento		1				
3.5. Servicio ofrecidos		0				
3.6. Señalización		0				
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte		3				
3.8. Interpretación		2				
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento		2				
3.10. Seguridad		3				
Total		1,6		Fuente	Inmark Europa S.A.	
5. OBSERVACIONES GENERALES						
Actualmente el Peñón es visitado en un circuito turístico que se hace a veces por lancha, no ofrece ningún servicio. Pero quién más lo utiliza son los pescadores locales.						
Fecha	feb-19					

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre		Museo Municipal Salvador Garozzo		CÓDIGO		VH3
1.2. Departamento		Presidente Hayes				
1.3. Ciudad / Municipio		Villa Hayes				
1.3.1. Área urbana / área rural		Urbana				
1.4. Coordenadas para georreferenciación		25°6'0"S 57°31'14"O				
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)		Privado				
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular		
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web		
1.11. Forma de acceso		Aéreo	Urbano	x	Otro ¿Cuál?	
		Terrestre	Terrestre 4X4			
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Clasificación		Patrimonio natural	Pat. cultural inmaterial	Pat. cultural material	x	Patrimonio industrial
2.2. Declaratoria / Reconocimiento		Nacional ¿Cuál?	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		En Villa Hayes se encuentra el Museo Histórico de la Ciudad, el Museo Salvador Garozzo Simón, donde se exponen uniformes, armas, fotografías y utensilios de época de la Guerra del Chaco. Además existe una exposición de monedas antiguas y animales disecados de la región chaqueña, y frente al local se encuentra una máquina de antaño, un tren taninero. Tiene una galería con reproducciones de retratos de expresidentes de la República, fotografías familiares de inmigrantes que se asentaron en la zona después de la Guerra de la Triple Alianza (1865- 1870), billetes, monedas y estampillas paraguayas e internacionales, así como fotocopias de documentos relacionados con los inicios de Villa Hayes. El museo puede ser visitado de miércoles a domingos, de 9.00 a 12.00 y de 15.00 a 18.00, respectivamente. El ingreso al lugar es gratuito.				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios			Puntaje			
3.1. Singularidad			1			
3.2. Reconocimiento			2			
3.3. Capacidad de carga			2			
3.4. Grado de aprovechamiento			2			
3.5. Servicio 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			
Total			2,2		Fuente: Inmark Europa S.A.	
5. OBSERVACIONES GENERALES						
Georreferenciar						

Fecha feb-19

FICHA ATRACTIVOS TURÍSTICOS						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Obra embarcadero menor		CÓDIGO	VH6		
1.2. Departamento	Presidente Hayes					
1.3. Ciudad / Municipio	Villa Hayes					
1.3.1. Área urbana / área rural						
1.4. Coordenadas para georreferenciación	25°05'51.2"S 57°31'01.8"W					
1.5. Dirección/ubicación				1.6. Distancia en Km		
1.7. Situación administrativa (púb./priv.)						
1.8. Teléfono fijo				1.8.1. Celular		
1.9. Correo electrónico				1.10. Pag web		
1.11. Forma de acceso	Aéreo	Urbano	Otro ¿Cuál?			
	Terrestre	Terrestre 4X4				
2. CARACTERÍSTICAS						
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		Paisaje	Artesanía	Fiesta / Festividad	
	Espacio urbano		Gastronomía	Accidente/ Monumento natural	Infraestructura turística	x
	Otros ¿Cuál?					
2.4. Descripción	<p>La puesta en valor e implementación de políticas de infraestructura se ve reflejada en Villa Hayes en el embarcadero turístico "Mirador de Villa Hayes", obra financiada por el Banco Interamericano de Desarrollo y la intermediación de SENATUR. Su uso complementa la actividad turística en torno del Río Paraguay. Este representa la posibilidad de unir espacio urbano con el natural Chaco paraguayo. La infraestructura acerca a la Capital Asunción con Villa Hayes, la cual, a finales de 1800 y comienzos del siglo XX, presentaba una importante actividad portuaria, que se perdió cuando durante la guerra de la Tripe Alianza fue tomada por Argentina. La importancia portuaria cesó aún libre de la ocupación argentina.</p> <p>El muelle se encuentra ubicado en la vera del río Paraguay, sobre la avenida Costanera Pablo Contese y la calle Cerro Corá.</p> <p>El muelle tuvo una inversión de más de G. 1.800 millones y fue financiado con recursos del BID, a través del préstamo N° 2453/OC-PR. La construcción, que estuvo a cargo del consorcio TES-INGENET, inició el 29 de noviembre del 2016 y culminó el 15 de noviembre del 2017.</p> <p>Según las autoridades, el lugar contará con un centro de información que guiará al turista sobre qué lugares históricos y qué puntos de referencia no puede dejar de visitar cuando llega a Villa Hayes.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				4. FOTOGRAFÍA / IMAGEN		
Criterios			Puntaje			
3.1. Singularidad			0			
3.2. Reconocimiento			1			
3.3. Capacidad de carga			1			
3.4. Grado de aprovechamiento			1			
3.5. Servicio ofrecidos			1			
3.6. Señalización			2			
3.7. Accesibilidad / Infraestructura vial y de transporte			1			
3.8. Interpretación			1			
3.9. Estado de conservación / Mantenimiento			3			
3.10. Seguridad			3			
Total			1,4		Fuente: Inmark Europa S.A.	
5. OBSERVACIONES GENERALES						

Fecha feb-19

+

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