



“SERVICIO DE AGENCIA PARA PROMOCION TURISTICA PARAGUAY”

DICTAMEN TECNICO

Lugar y fecha: Asunción, 10 de setiembre de 2024

UOC Convocante: SENATUR

Unidad o área requirente: Dirección de Marketing Turístico.

Funcionario o técnico responsable: Lic. Juana Quevedo

Dependencia y cargo que desempeña: Dirección de Marketing Turístico, Directora.

El **Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2023-2030**, en sintonía con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y el Plan Nacional de Desarrollo, tiene como primer desafío posicionar a Paraguay como un "destino por descubrir" tanto a nivel nacional como internacional. Para lograr esto, es fundamental mejorar y ampliar la difusión de los recursos turísticos del país. La visión para 2030 es incrementar el conocimiento sobre Paraguay en los principales mercados emisores, tanto dentro como fuera del país, asociando la imagen del país con la autenticidad y el valor de sus recursos naturales y culturales. El objetivo central es dar a conocer la amplia gama de opciones turísticas que Paraguay ofrece.

Dentro del Plan Maestro, el **Eje 1: Marketing Turístico y Estrategias de Marketing** está diseñado para impulsar tanto el turismo interno como el internacional receptivo. Se establecen varias acciones para alcanzar estos objetivos, siguiendo las prioridades del marco estratégico del Plan Maestro. Los resultados esperados son:

1. **Aumento del turismo interno:** Incrementar los viajes de los paraguayos dentro del país y fortalecer el interés en explorar todo lo que Paraguay tiene para ofrecer como destino turístico.
2. **Mayor visibilidad internacional:** Incrementar el conocimiento sobre los beneficios de visitar Paraguay entre los consumidores y mejorar la disposición de los operadores turísticos internacionales a ofrecer destinos paraguayos, lo que debería resultar en un mayor flujo de turistas internacionales.

Además, se han definido indicadores y metas para medir el cumplimiento de estos objetivos.

En este contexto, el llamado para el **SERVICIO DE AGENCIA PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA PARAGUAY** incluye el uso extensivo de herramientas y metodologías online, como redes sociales, plataformas turísticas y campañas con influencers, así como presencia offline a través de TV, radio, materiales impresos y comunicación exterior (cartelería en diversos soportes). También se contemplan canales de turoperación, como famtrips, roadshows y otros, orientados a generar conciencia sobre los beneficios de visitar y promocionar Paraguay.

Lic. Juana Quevedo

Directora
Dirección de Marketing Turístico
SENATUR

Mg. Javier Ramírez
Director General
Dirección General de Productos Turísticos

ACCIONES DE PROMOCIÓN

ITEM 149 - Costo de ingreso a eventos, atracciones turísticas y lugares emblemáticos según itinerario aprobado por la SENATUR.

ATRATIVOS TURÍSTICOS CON COSTO

ASUNCIÓN

- Museo del barro – Asunción, Dpto. Central
- Museo de la Estación Central del Ferrocarril – Asunción, Dpto. Central
- Museo Monseñor Juan Sinforiano Bogarín – Asunción, Dpto. Central
- Museo de Ciencias – Asunción, Dpto. Central

I - Dpto. de Concepción

- Ruta del Gua'a – San Lázaro, Dpto. de Concepción
- Cavernas de Vallemí - San Lázaro, Dpto. de Concepción

III - Dpto. de Cordillera

- Ruta del Queso – Piribebuy, Dpto. de Cordillera
- Ruta de la Caña - Piribebuy, Dpto. de Cordillera
- Aventura Xtrema (turismo aventura) – San Bernardino, Dpto. de Cordillera
- Ecotur Moringa - Dpto. de Cordillera
- Turismo Rural

IV – Dpto. de Guairá

- Cordillera del Ybytyruzú – Dpto. de Guairá
- Salto Suizo, Colonia Independencia
- Actividades de Aventura en Vista Alegre Resort

VII – Dpto. de Itapúa

- Misión Jesuítica Santísima Trinidad del Paraná – Dpto. de Itapúa
- Misión Jesuítica San Cosme y San Damián - Dpto. de Itapúa
- Misión Jesuítica Jesús de Tavarangué - Dpto. de Itapúa
- Ruta de la Yerba mate - Dpto. de Itapúa
- Museo del Árbol – Dpto. de Itapúa
- Ruta de la Cerveza, Dpto. de Itapúa

VIII – Dpto. de Misiones

- Museo Diocesano de Arte Jesuítico de San Ignacio Guasú
- Museo Diocesano de Santa Rosa de Lima Misiones

Mg. Javier Ramírez
Director General
Dirección General de Promoción Turística



Lic. Juana Quevedo
Directora
Dirección de Marketing Turístico
SENATUR

- Museo Tesoro Jesuítico Santiago

IX - Dpto. de Paraguari

- Iglesia de Yaguarón (recorrido vivencial) – Dpto. de Paraguari
- Eco reserva Mbatoví (turismo aventura) - Dpto. de Paraguari
- Pueblos pintorescos

X – Dpto. de Alto Paraná

- Aventura Monday – Alto Paraná
- Park Boutique – Alto Paraná
- Parque Nacional Ñacunday - Alto Paraná
- Circuito Vivencial del Mundo Guaraní – Yguazú, Alto Paraná
- Turismo Fluvial Katamaran – Ciudad del Este, Dpto. de Alto Paraná

XIV – Dpto. de Canindeyú

- Mbaracayú Lodge – Dpto. de Canindeyú

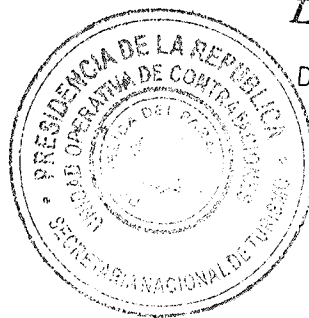
XV – Dpto. de Presidente Hayes

- Laguna salada – Dpto. de Presidente Hayes

XVI – Dpto. de Boquerón

- Museos en Loma Plata, Filadelfia, Neuland
- Actividades de observación de flora y fauna en Lagunas Saladas, acceso a sitios de naturaleza en propiedad privada

Mg. Javier Ramírez
Director General
Dirección General de Recursos Turísticos



Lic. Juana Quevedo
Directora
Dirección de Marketing Turístico
SENATUR



A continuación, se detallan las acciones a desarrollar en el presente llamado:

1. **Servicio de Agencia Publicitaria Institucional:** ítems 1, 2, 3.
2. **Materiales Promocionales:** ítems 4 al 13.
3. **Pautas para el Mercado Nacional e Internacional y Estrategias de Posicionamiento:** redes sociales, plataformas, SEO/SEM, IA, desarrollo de mejoras; ítems 14 al 66.
4. **Canales Offline y Turoperación:** ítems 67 al 230.
5. **Innovación y Creatividad en Productos Turísticos:** ítems 231, 232, 233.
6. **Material de Soporte para Promoción:** ítems 234 al 252.
7. **Acción de Promoción y Posicionamiento:** ítems 253 al 327.
8. **Generación de Información Estadística para Medir el ROI de la Campaña:** ítem 328.

Que, los ítems afectados a los rubros 284 y 281 se encuentran contemplados en el Art. 468 y 471 respectivamente, del Decreto N° 1092/2024; ya que los mismos serán destinados al servicio de catering en el marco de eventos internacionales, recepciones o agasajos a autoridades nacionales y extranjeras cuya participación se espera, para el caso del OG 284; y para el OG 281, los mismos serán destinados a presentes protocolares y destinados a la promoción comercial de la marca país y del turismo nacional.

Es nuestro Dictamen.

Lic. Juana Quevedo

Directora
Dirección de Marketing Turístico

Lic. Juana Quevedo, Directora
Dirección de Marketing Turístico

Firma del responsable UOC:

Mg. Javier Ramírez
Director General
Dirección General de Productos Turísticos

Vº Bº Mg. Javier Ramírez, Director General
Dirección General de Productos Turísticos

Aclaración: Ana María Galeano Morales