

SOLICITUD DE EXPRESIONES DE INTERÉS **SERVICIOS DE CONSULTORÍA**

Selección #: PR-T1327-P001

Método de selección: Selección Competitiva Simplificada

País: Paraguay

Sector: División de Medio Ambiente, Desarrollo Rural y Administración de Riesgo por Desastres (RND)

Financiación - TC #: ATN/OC-19373-PR

Proyecto #: PR-T1327

Nombre del TC: Desarrollo de la oferta turística como parte de la estrategia de recuperación post -

pandemia **Descripción de los Servicios:** Estudio de mercado (oferta y demanda) para el turismo de naturaleza y cultural en Paraguay

[Documento de Cooperación Técnica](#)

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) está ejecutando la operación antes mencionada. Para esta operación, el BID tiene la intención de contratar los servicios de consultoría descritos en esta Solicitud de Expresiones de Interés. Las expresiones de interés deberán ser recibidas usando el Portal del BID para las Operaciones Ejecutadas por el Banco <http://beo-procurement.iadb.org/home> antes de 16 de junio de 2023 5:00 P.M. (Hora de Washington DC).

Para acceder al Portal del BID, las firmas deberán de generar una cuenta de registro, incluyendo **todos** los datos solicitados por el Portal. En caso de que alguno de los datos solicitados no sea completado, la firma no podrá participar en este o cualquier otro proceso de selección ejecutado por el BID para trabajo operacional. Si su firma ya se ha registrado previamente, deberá de validar que cuenta con **todos** los datos completos y actualizados antes de presentar una expresión de interés.

Los servicios de consultoría ("los Servicios") incluyen la realización de un estudio de mercado, incluyendo investigaciones de oferta y demanda (real y potencial), para el turismo de naturaleza y cultural en el territorio formado por el corredor turístico fluvial de los ríos Paraná y Paraguay, sus afluentes navegables y humedales de Ñeembucú, en Paraguay. El plazo estimado para la ejecución de los servicios es de 6 meses.

Las firmas consultoras elegibles serán seleccionados de acuerdo con los procedimientos establecidos en el Banco Interamericano de Desarrollo: [Política para la Selección y Contratación de Firms Consultoras para el Trabajo Operativo ejecutado por el Banco - GN-2765-4](#). Todas las firmas consultoras elegibles, según se define en la política, pueden manifestar su interés. Si la Firma consultora se presentara en Consorcio, designará a una de ellas como representante, y ésta será responsable de las comunicaciones, del registro en el portal y del envío de los documentos correspondientes.

El BID invita ahora a las firmas consultoras elegibles a expresar su interés en prestar los servicios descritos arriba donde se presenta un [borrador del resumen de los Términos de Referencia](#) de esta asignación. Las firmas consultoras interesadas deberán proporcionar información que indique que están cualificadas para suministrar los servicios (folletos, descripción de trabajos similares, experiencia en condiciones similares, disponibilidad de personal que tenga los conocimientos pertinentes, etc.). Las firmas consultoras elegibles se pueden asociar como un emprendimiento conjunto o en un acuerdo de sub-consultoría para mejorar sus calificaciones. Dicha asociación o emprendimiento conjunto nombrará a una de las firmas como representante.

Las firmas consultoras elegibles que estén interesadas podrán obtener información adicional mediante el envío de un correo electrónico a Luisa Fernanda Lema Vélez (llemavelez@iadb.org) entre los días 13 y 14 de junio.

Banco Interamericano de Desarrollo

División: División de Medio Ambiente, Desarrollo Rural y Administración de Riesgo por Desastres (RND)

Atención: Luisa F. Lema Vélez, Jefe de Equipo de Proyecto

Quesada N.º 4616 esquina Legión Civil Extranjera, Asunción, Paraguay

Email: llemavelez@iadb.org

Sitio Web: www.iadb.org

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Estudio de mercado (oferta y demanda) para el turismo de naturaleza y cultural en Paraguay

PARAGUAY

PR-T1327

ATN/OC-19373-PR

<https://www.iadb.org/en/project/PR-T1327>

DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN POST – PANDEMIA

1. Antecedentes y Justificación

- 1.1. El Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2019- 2026 y su actualización 2023 – 2030, identifican como una de las principales oportunidades para el desarrollo turístico el agua, como elemento vertebrador de la oferta y también de un posible nuevo posicionamiento de la marca turística Paraguay. Según se establece en ese documento, el desarrollo de la industria turística paraguaya se debe centrar en dos ejes temáticos clave: la naturaleza del país (riqueza natural y poder del agua) y sus culturas autóctonas, abordando un desarrollo sostenible en lo social, lo cultural, lo económico y lo medioambiental para convertir al turismo en uno de los sectores turísticos de mayor impacto. Para ello, se propone trabajar en ofertas que satisfagan 7 grandes tipos de experiencias: entorno rural, culturas pasadas y presentes, áreas naturales, compras, prácticas deportivas, turismo de reuniones y ríos y lagos.
- 1.2. El turismo articulado a la red fluvial es una oportunidad de crecimiento del sector turístico en el país, que viene desarrollando a través de diversas experiencias a orillas de los ríos y lagos de casi todos los departamentos, con estancias en zonas de playa o actividades como la pesca deportiva, paseos en kayak, en lancha o en motos de agua. Desde la década de los 2000, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) está trabajando con Paraguay en el fortalecimiento del turismo ligado a los atractivos naturales, culturales e históricos del país. Este apoyo ha derivado en un mejoramiento de la oferta turística y de la capacidad en la provisión de servicios turísticos en torno a valores como la cultura guaraní, el gran Chaco americano, el río Paraguay y las misiones Jesuíticas. El apoyo continuado del BID busca que, en el mediano plazo, se genere un proyecto de inversión que sea estructurante para el aprovechamiento estratégico de los valores naturales y culturales en torno al Río Paraguay.
- 1.3. Pese a la relevancia del turismo de naturaleza, en su concepción más amplia, y cultural para el posicionamiento esperado del país, las características específicas de la demanda que visita los destinos paraguayos con estas motivaciones, incluyendo el disfrute de actividades en el agua, todavía son poco conocidas. Tampoco hay información sistematizada sobre el público potencial que se puede atraer a partir de ese posicionamiento estratégico. En ese contexto se inserta la presente contratación, que buscará recabar información de mercado relevante para basar la toma de decisiones para el adecuado aprovechamiento de las oportunidades levantadas en el Plan Maestro.

2. Objetivos

- 2.1. El objetivo de esta consultoría es realizar estudio de mercado, incluyendo investigaciones de oferta y demanda (real y potencial), para el turismo de naturaleza y cultural en el territorio formado por el corredor turístico fluvial de los ríos Paraná y Paraguay, sus afluentes navegables y humedales de Ñeembucú (PPANÑ), en Paraguay.

3. Alcance de los Servicios

- 3.1. La consultoría prestada deberá alcanzar el objetivo planteado previamente a través de los siguientes objetivos específicos:
- (a) Caracterizar la demanda turística actualmente recibida en los principales destinos turísticos consolidados del territorio focalizado por el estudio, específicamente en el segmento de ocio y motivados por naturaleza y cultura;
 - (b) Caracterizar la demanda turística potencial para el turismo de naturaleza y cultural, considerando los productos ofertados en el territorio focalizado por el estudio;
 - (c) Identificar los atractores-ancla y principales características de la oferta turística en el territorio focalizado, considerando el turismo de naturaleza y cultural;
 - (d) Recomendar actuaciones para la focalización de esfuerzos en el territorio, en base a las informaciones recabadas sobre demanda y oferta y con el objetivo de subsidiar futuro programa de inversión a ser ejecutado por la Secretaría Nacional de Turismo de Paraguay (SENATUR).

4. Actividades Clave

- 4.1. A continuación, son enumeradas las actividades a conducirse por el equipo consultor para el alcance del objetivo esperado. No se trata de un listado exhaustivo de actividades, pero una referencia mínima a ser considerada y eventualmente ajustada futuramente, en común acuerdo entre el Banco y la firma contratada.
- (i) Elaboración de un plan de trabajo, incluyendo cronograma, estrategia de comunicación, metodología e instrumentos de investigación adoptados, entre otros. Deberá incluir el diseño muestral de las encuestas de demanda actual, sugerencia de puntos de recogida de datos, borradores de las herramientas de recogida de datos, descripción de la metodología y medios con los que contará la firma para procesar y analizar la información de las encuestas.
 - (ii) Identificación de atractivos-ancla y características de la oferta turística, con foco especial en las regiones aledañas a las ciudades de Encarnación, Pilar, Asunción y Concepción, debe ser elaborada a partir de un análisis estratégico de información sobre la oferta de productos turísticos actualmente consolidada en el territorio focalizado, bien como potencialidades aún poco explotadas. El análisis deberá centrarse específicamente en el turismo de naturaleza y cultural. La metodología para el desarrollo de esa identificación podrá ser delimitada por la firma consultora y se espera que sea ejecutada a partir de consulta a bases de datos, estudios previamente elaborados, compilación de datos sobre cartera de productos ofertados por turoperadores, y entrevistas a expertos, entre otros, sin necesariamente incluir la colección de datos en terreno. El análisis estratégico de la oferta de turística será base para el diseño metodológico del análisis de la demanda real y potencial incluidos en el estudio.
 - (iii) Análisis de la demanda turística actual – fuentes secundarias, elaborado con base en la recopilación de datos sobre la demanda turística actualmente recibida en el territorio focalizado motivada por ocio, en especial la que disfrute de actividades relacionadas al turismo de naturaleza y cultural. Las fuentes utilizadas deberán ser fiables, oficiales y estadísticamente significantes (si aplicable). Se valorará el uso de metodologías que analicen la huella digital de esos visitantes, ampliando la gama de datos analizados a aquellos generados en el entorno digital. El análisis podrá ser complementado con consultas a turoperadores locales que permitan inferir sobre el perfil de la demanda recibida y los tipos de productos ofertados en la actualidad, pensando especialmente en los subsegmentos de naturaleza y cultura. Los datos recopilados se presentarán de forma analítica y agrupados según temáticas (territorios similares, tipos de turistas, etc.), evitando la exposición excesiva de información descriptiva. Dicha información también podrá servir de insumo para la planificación de la colección de datos en fuente primaria (encuestas a turistas).

- (iv) Análisis de la demanda turística actual – fuente primaria (encuestas a turistas), realizado a partir de encuestas a turistas en destinos del territorio focalizado definidos en plan de trabajo y ajustados según insumos levantados en la etapa anterior. El plan muestral deberá incluir estratos estadísticamente relevantes de turistas domésticos e internacionales, siempre focalizando los subsegmentos de naturaleza y cultura. Se espera una muestra estadísticamente significativa para cada punto de colección de datos, para cada perfil de turista (nacional e internacional) y para cada subsegmento, mínimamente. Las encuestas deberán realizarse en puntos muestrales relevantes del consumo turístico actual por parte de visitantes, idealmente en puntos de entrada y salida de los destinos (ej.: aeropuerto, puntos de migración) y en momentos no atípicos. Las encuestas deberán proveer un perfil de los turistas que visitan cada destino, incluyendo datos sobre su perfil sociodemográfico, características del viaje, gasto turístico, evaluación/ percepción del destino, preferencias de viaje, atractivos y tipos de actividades realizados, etc. En la medida de lo posible, se buscará coherencia con las metodologías e instrumentos de encuesta ya adoptados por la SENATUR en el territorio nacional, de forma que se complemente la base de datos de la Secretaría con información específica de los segmentos de naturaleza y cultural. Los resultados de la encuesta deberán contemplar el traspase de la base de datos y un informe de carácter analítico, con el cruce de datos siempre que sea estadísticamente viable.
- (v) Análisis de la demanda turística potencial – panel online, elaborado a partir de encuesta online a potenciales visitantes del territorio focalizado, específicamente en los subsegmentos de naturaleza y cultural. La muestra deberá incluir visitantes de los principales mercados emisores nacionales e internacionales y establecer criterios de filtro para su focalización (ej. No conocer a ninguno de los destinos focalizados, haber realizado por lo menos 1 viaje motivado por turismo de naturaleza/cultural en el último año, etc.). La muestra deberá ser estadísticamente relevante para cada uno de los mercados emisores investigados, considerando por lo menos 2 mercados internacionales. Las encuestas deberán proveer un perfil de esos turistas potenciales, incluyendo datos sobre su perfil sociodemográfico, características de los viajes que realiza, nivel de conocimiento de los destinos del territorio, barreras a un viaje a la región, preferencias de viaje, tipos de actividades buscadas, atributos más valorados en un viaje de naturaleza, valoración de atributos relacionados al agua y a atractivos culturales, disponibilidad de recursos financieros y tiempo para viajes, etc. El diseño de la encuesta deberá basarse en las características de la oferta del territorio focalizado, en especial enfocándose en aquellos productos que se pretende fortalecer a través de programa estructurante actualmente en etapa de conceptualización por parte de SENATUR. Se valorará la aplicación de modelos de análisis de datos como la valoración contingente o metodologías similares, que permitan inferir sobre el peso de cada atributo analizado en el proceso de toma de decisión por un destino por parte de los viajeros potenciales. La encuesta online podrá ser complementada por un análisis de la huella digital de los turistas con características similares a los encuestados, de forma que se profundice la información sobre sus preferencias. Los resultados de la encuesta deberán contemplar el traspase de la base de datos y un informe de carácter analítico, con el cruce de datos siempre que sea estadísticamente viable.
- (vi) Recomendaciones para compatibilización oferta y demanda, construida a partir del análisis combinado de las informaciones sobre oferta y demanda en el territorio focalizado. Las recomendaciones deberán señalar áreas específicas prioritarias para inversión, considerando su potencial de mercado en una lógica de evitar la dispersión/ pulverización de esfuerzos, y serán insumo esencial para la identificación de inversiones financiadas en el marco de futura operación entre el BID y el país. Un conjunto de criterios claros deberá ser definido para pautar esas recomendaciones, incluyendo segmentos de mercado de mayor potencial, tipos de productos prioritarios, etc.

4.2. Los instrumentos adoptados y el contenido de los informes producidos a partir de este conjunto de actividades deberán ser coherentes con lo que establece el [Marco Sectorial de Turismo del BID](#) y los documentos estratégicos producidos por la SENATUR, como el Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2019- 2026, específicamente en su eje 2, y su actualización 2023 – 2030. Deberán incorporarse también como fuente de datos relevante estudios previos financiados por

el BID en el marco de las cooperaciones técnicas [PR-T1288](#) y [PR-T1222](#).

- 4.3. El equipo consultor tendrá acceso al diseño preliminar de proyecto de inversión potencialmente financiable en el territorio focalizado a partir de la firma del contrato.
- 4.4. El equipo técnico del BID y de la SENATUR serán responsables por el análisis técnico de los informes producidos, que deberán incorporar eventuales comentarios y ajustes identificados como necesarios.

5. Resultados y Productos Esperados

- 5.1. Los entregables previstos para el contrato son:
 - Producto 1 - Plan de trabajo
 - Producto 2 - Caracterización de la oferta turística
 - Producto 3 - Análisis de la demanda turística real
 - Producto 4 - Análisis de la demanda turística potencial
 - Producto 5 - Recomendaciones para compatibilización oferta y demanda

6. Calendario del Proyecto e Hitos

- 6.1. Se estima la duración total de este contrato de 7 meses, desde su adjudicación. Sus hitos están en el calendario de pagos definido en estos Términos de Referencia.

7. Requisitos de los Informes

- 7.1. La firma consultora deberá entregar los informes en formato digital. La firma presentará los avances parciales y el resultado final al equipo técnico del Banco y de la SENATUR, que realizarán los comentarios técnicos correspondientes y solicitarán los ajustes que estimen oportunos en los productos entregados. Estos ajustes deberán ser incorporados en los entregables finales. Los productos y resultados deberán observar el alcance técnico descrito en las secciones anteriores de esos Términos de Referencia para su aprobación.

8. Otros Requisitos

- 8.1. Las cualificaciones mínimas requeridas en la firma son:
 - (i) Experiencia mínima de 5 años en gestión de proyectos de investigación de mercado turístico, estudios de demanda turística y similares en América Latina. Se valorará experiencia previa en Paraguay.
- 8.2. Las cualificaciones mínimas requeridas en el equipo del oferente son:
 - (i) Director/Coordinador de proyecto con más de 8 años de experiencia en gestión de proyectos de investigación de mercado turístico, estudios de demanda turística y similares. Se valorará experiencia laboral previa en Paraguay.
 - (ii) Experto en investigación cuantitativa, con más de 5 años de experiencia en el diseño, ejecución y análisis de resultados de encuestas de demanda turística.
 - (iii) Experto en investigación online, con más de 5 años de experiencia en la conceptualización y ejecución de investigaciones de huella digital y paneles de encuesta online aplicadas al sector turístico.
 - (iv) Experto en investigación cualitativa, con más de 5 años de experiencia en el diseño, ejecución y análisis de resultados de estudios de mercado turísticos de carácter cualitativo.

Las firmas postulantes deberán presentar información completa, de preferencia en tablas, sistematizando el cumplimiento de los requisitos mencionados.

9. Supervisión e Informes

- 9.1. La supervisión directa de esta consultoría estará a cargo de la especialista del Banco Luisa Fernanda Lema Vélez (llemavelez@iadb.org).
- 9.2. La firma consultora deberá responder a la especialista del BID, mantener contacto permanente con el personal del equipo conformado por la SENATUR, quienes a su vez coordinarán las actividades necesarias con otras instituciones. La empresa debe comprometer su participación en las reuniones convocadas por la SENATUR para informar los avances de la consultoría y ceñirse a las orientaciones que en ellas se acuerden.
- 9.3. El trabajo será realizado en el lugar de residencia de la empresa y en terreno.

10. Calendario de Pagos

- 10.1. Las condiciones de pago se basarán en los hitos o entregables del proyecto. El Banco no espera hacer pagos por adelantado en virtud de contratos de consultoría a menos que se requiera una cantidad significativa de viajes. El Banco desea recibir la propuesta de costos más competitiva para los servicios descritos en el presente documento.
- 10.2. La Tasa de Cambios Oficial del BID indicada en el SDP se aplicará para las conversiones necesarias de los pagos en moneda local.

| Plan de Pagos | | |
|--|--------------|-------------|
| Entregables | Plazo | % |
| Producto 1 - Plan de trabajo | 20 días | 10% |
| Producto 2 - Caracterización de la oferta turística | 90 días | 20% |
| Producto 3 - Análisis de la demanda turística real | 120 días | 25% |
| Producto 4 - Análisis de la demanda turística potencial | 150 días | 25% |
| Producto 5 - Recomendaciones para compatibilización oferta y demanda | 180 días | 20% |
| TOTAL | | 100% |