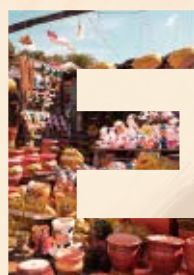
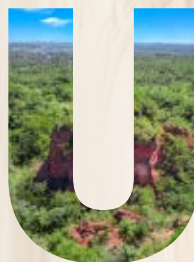


Ciudad Creativa

Resultados de Investigación

Percepciones sobre el
impacto generado en
la población



**Datos Internacionales de Catalogación en la Publicación (CIP)
DE LA BIBLIOTECA E INTERNET DE LA FACEN - UNA**

Areguá – Ciudad creativa. Resultado de investigación / María del Pilar Azcona Pereira, Antonia Felicia Benítez Duarte, Andrea Mabel Fleitas Zayas, Joaquín Ariel Ramírez Avalos.-- San Lorenzo: Universidad Nacional de Asunción. Facultad de Ciencias Exactas y Naturales. Departamentos de Tecnología de Producción a Distancia, 2025.

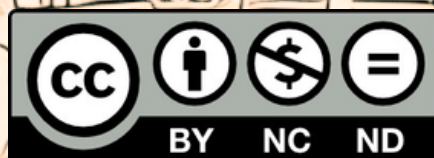
40 p. -- Impreso y en línea disponible próximamente en
<https://www.virtual.facen.una.py/AREGUACiudadCreativa.pdf>

1. Literatura Académica 2. Divulgación científica 3. Red de Ciudades Creativas de la UNESCO 4. Areguá – Ciudad creativa 5. Artesanos y Artesanías - Areguá 6. Desarrollo turístico 7. Expo frutilla – Impacto económico y turístico I. Título.

745.5/Az99a

Areguá - Ciudad Creativa

UNESCO 2019



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Ciudad Creativa

Resultados de investigación

“Percepciones sobre el
impacto generado en la
población”



Ficha técnica

Título

AREGUÁ - CIUDAD CREATIVA
RESULTADOS DE
INVESTIGACIÓN

“Percepciones sobre el impacto
generado en la población”

Género

Literatura académica
Divulgación científica

Cantidad de páginas

40

Formato de distribución

Digital

Publicación

Julio del 2025

Equipo investigador

María Del Pilar Azcona Pereira
Antonia Felicia Benítez Duarte
Andrea Mabel Fleitas Zayas
Joaquín Ariel Ramírez Ávalos

Editorial

Universidad Nacional de Asunción

Ilustraciones, diseño interior, tapas, diagramación y maquetado

Andrea Mabel Fleitas Zayas
Joaquín Ariel Ramírez Ávalos

Revisión y corrección

Leticia Dahiana Ruiz Díaz Alonso



"La creatividad de una ciudad nace
en el alma de quienes la habitan,
floreciendo como un jardín
compartido donde cada habitante
siembra ideas, riega tradiciones y
cosecha futuros que trascienden lo
ordinario, dando forma con sus
propias manos al tapiz vibrante de
su destino"



Índice de contenido

Introducción	7
Resultados de la investigación. Areguá como Ciudad Creativa declarada por la UNESCO	8
Participaciones en la Investigación.....	9
Generalidades.....	10
Impacto diferenciado.....	11
1. Percepción sobre Areguá como Ciudad Creativa.....	12
Areguá Ciudad creativa.....	13
Percepción General.....	14
Impacto en la Comunidad	15
Oportunidades de Desarrollo	16
Prioridades por Edad	17
Fortalezas identificadas	18
Indicadores de Éxitos sugeridos.....	19
Conclusiones.....	20
2. Percepción Turística en Areguá 2024-2025.....	21
Areguá Centro turístico e histórico.....	22
Turismo en Areguá.....	23
Perfil del visitante	24
Conocimiento de la designación UNESCO	25
Tendencias y patrones observados	26
Conclusiones.....	27
3. Percepción de artesanos y comerciantes de Areguá.....	28
Areguá tierra de artesanos y frutillas.....	29
Artesanos y comerciantes	30
Situación de los negocios	31
Cambios y visibilidad.....	32
Capacitaciones y conocimiento.....	33
Conclusiones	34
Conclusión General	35
Dato Clave.....	38
Referencias Utilizadas.....	39

Introducción

En octubre de 2019, Areguá se unió oficialmente a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, en la categoría de Artesanía y Artes Populares. Este reconocimiento no solo celebra el rico patrimonio cultural de la ciudad, sino que también abre puertas para impulsar un desarrollo sostenible a través de la creatividad, la identidad y la participación de la comunidad. Más de cinco años después de este nombramiento, es crucial analizar cómo ha impactado realmente esta designación en la vida de la ciudad y sus habitantes.

Este análisis compila los hallazgos de tres estudios realizados entre noviembre de 2024 y junio de 2025, que examinan el impacto como Ciudad Creativa desde múltiples perspectivas. Los estudios incluyen la percepción de los ciudadanos, la experiencia de los turistas y la situación del sector artesanal y comercial, ofreciendo una visión completa del desarrollo de la ciudad en el contexto de esta importante distinción internacional.

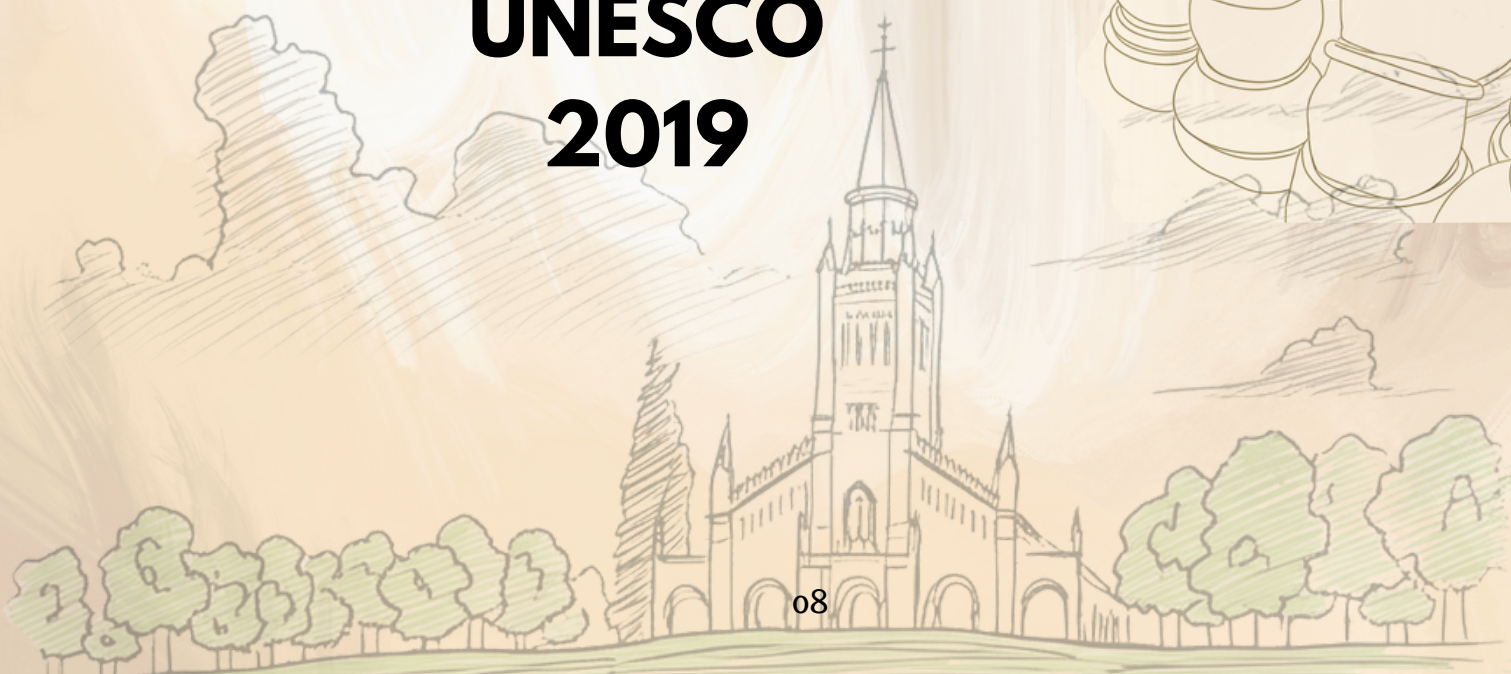
En total, participaron 556 personas en tres grupos de muestra, utilizando metodologías mixtas que permiten una comprensión profunda desde enfoques tanto cuantitativos como cualitativos.

Este estudio es importante porque permite proporcionar información valiosa que serán claves para la formulación de políticas locales, la gestión cultural y el fortalecimiento de un modelo de desarrollo centrado en la economía creativa.

Resultados de la investigación

Percepciones
sobre el impacto
generado en la
población

AREGUÁ
Ciudad Creativa
declarada por la
UNESCO
2019



PARTICIPACIONES EN LA INVESTIGACIÓN

Ciudad Creativa

Solicitud de colaboración

La SENATUR solicitó al la FACEN la colaboración para llevar a cabo esta investigación en la Ciudad de Areguá.

La FACEN designó al Dpto. de Tecnología de Producción para abordar esta actividad y así dar herramientas oportunas a otras instituciones para tomar medidas o decisiones estratégicas.

El Dpto. de Tecnología de Producción designó a Docentes de la carrera y en colaboración con el Dpto. de Educación a Distancia, se estableció el Equipo Investigador que tendría el compromiso de realizar esta actividad.

En colaboración con la Coordinación de Extensión Universitaria del Dpto., se pudo contar con la participación de varios estudiantes de la Carrera de Tecnología de Producción para el relevamiento de los datos, mediante las entrevistas y encuestas realizadas.

Cabe señalar que este trabajo es fruto del esfuerzo y compromiso de todos los involucrados directa o indirectamente durante el tiempo que duró la investigación, quienes han destinado tiempo y recursos propios, a fin de contribuir de manera positiva como Academia al objetivo principal trazado desde el momento de conocer la necesidad.

El propósito fue conocer el impacto que ha generado la Declaración de Areguá como Ciudad Creativa por la Unesco en el año 2019 en los diversos sectores que convergen en esta zona.

El Equipo investigador y los Directivos de la FACEN agradecen a todos los participantes y la apertura en dar respuestas y contar realidades en pos del conocimiento de esta causa.

Es importante destacar que este trabajo, pese a sus limitaciones, contiene un análisis riguroso basado en evidencia empírica, que puede servir de base para futuras investigaciones, políticas públicas y acciones orientadas al desarrollo sostenible y cultural de la ciudad.

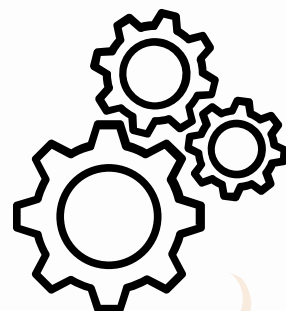
Esta experiencia reafirma el compromiso de la universidad con la sociedad, fortaleciendo la articulación entre la academia y la comunidad. Los resultados obtenidos buscan aportar a la toma de decisiones que impulsen el desarrollo sostenible y cultural de Areguá.



Secretaría
**NACIONAL
DE TURISMO**



FACEN



GENERALIDADES



Características de la investigación

Estudio	Participantes	Período	Enfoque
Percepción Ciudadana y	220	Nov 2024 - Mayo 2025	Impacto en residentes, visitantes, autoridades.
Percepción Turística	310	Nov 2024 - Mayo 2025	Experiencia y satisfacción turística
Percepción de Artesanos	26	Nov 2024 - Mayo 2025	Evolución del sector productivo
Análisis realizado en el mes de Junio 2025			

Implicación estratégica:

Existe un consenso transversal sobre el potencial de Areguá, pero el desarrollo futuro está condicionado a inversiones en infraestructura básica y turística.

b). Brecha significativa de conocimiento sobre la designación UNESCO Disparidad en el conocimiento:

- **Artesanos/Comerciantes:** 68.8% conoce la designación
- **Ciudadanos:** 34.5% conoce la designación
- **Turistas:** 34.5% conoce la designación

Oportunidad de comunicación:

- Potencial de mejora del 65.5% en difusión turística
- Necesidad de estrategias diferenciadas por sector
- El conocimiento correlaciona positivamente con participación en capacitaciones

Implicación estratégica:

Existe un potencial significativo para incrementar el impacto de la designación UNESCO mediante campañas de comunicación y marketing especializadas.

Perfil demográfico consolidado

- Predominio femenino: Rango de 58 a 81% en los tres estudios
- Edad promedio: Entre 33 y 41 años
- Origen geográfico: 87-91% del Área Metropolitana de Asunción
- Experiencia sectorial: Alta (18 años promedio en artesanos)

Marco temporal de evaluación

Los estudios evalúan el período posterior a la designación de la UNESCO (2019-2025), permitiendo una perspectiva de mediano plazo sobre los efectos de la declaración de Ciudad Creativa.



Fuente: www.canva.com

Aspectos destacados

a). Percepción mayoritariamente positiva con desafíos estructurales críticos

Fortalezas identificadas:

- 72.7% de impacto positivo según ciudadanos
- 100% de satisfacción turística
- 77.3% reconoce beneficios tangibles de la designación

Desafío crítico:

- Infraestructura emerge como barrera principal (45.5% de menciones ciudadanas, 40% de sugerencias turísticas)
- Problemáticas específicas: señalización deficiente, servicios básicos inadecuados, accesibilidad limitada, disposición de residuos deficiente.

IMPACTO DIFERENCIADO

c). Impacto diferenciado en sectores económicos: Turismo próspero vs. Sector productivo en transición

Sector turístico - Indicadores excepcionales:

- 100% de recomendación del destino
- 77.4% de visitantes recurrentes (fidelización alta)
- Crecimiento sostenido en experiencias positivas



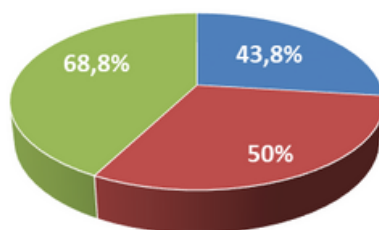
Fuente: www.canva.com

Sector artesanal/comercial - Situación mixta:

- 43.8% experimentó deterioro en los últimos 5 años
- 50% reporta disminución de clientes/turistas
- 68.8% manifiesta mejora en calidad de vida personal



Sector artesanal/comercial



- experimentó deterioro en los últimos 5 años
- reporta disminución de clientes/turistas
- manifiesta mejora en calidad de vida personal



Oportunidades de integración:

- 87.5% de artesanos/comerciantes invierte en sus negocios
- 50% reporta aumento en demanda de productos
- 75% tiene proyección nacional/internacional

Implicación estratégica: Se requiere un enfoque diferenciado que conecte mejor el éxito turístico con el desarrollo del sector productivo local.

Oportunidades de integración



1

Percepción de Areguá como Ciudad Creativa Declarada por la UNESCO en el 2019



Areguá ciudad creativa

En calles de Areguá vive la historia,
donde manos maestras tallan el tiempo,
y cada familia guarda en su memoria
el eco dulce de ancestral aliento.

Una iglesia alza al cielo antigua gloria,
la estación susurra al viento los recuerdos,
mientras el lago espeja nueva historia
en tantas melodías se volvió sentimiento.

Aquí la arcilla cobra vida y tiene alma,
la creatividad es un don sagrado
que trasciende el título, se agiganta.

Tierra nuestra, es la esencia paraguaya,
donde el arte en cada gesto es creado
y el alma del pueblo siempre canta.

Creación poética original de Andrea Fleitas,
escrita en 2025 para la presente investigación.



PERCEPCIÓN GENERAL

1.1. Resumen ejecutivo

El presente informe analiza los resultados de encuestas realizadas en el periodo comprendido entre noviembre de 2024 y mayo de 2025 sobre la percepción ciudadana respecto a la declaración de Areguá como Ciudad Creativa.

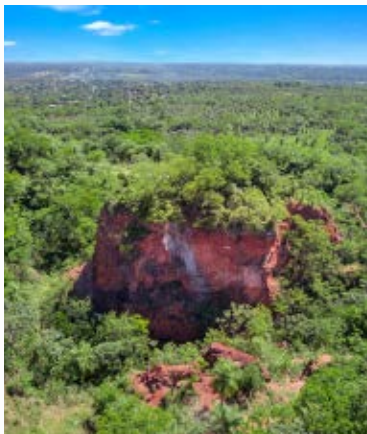
La investigación revela una percepción mayoritariamente positiva (72.7% de impacto positivo o muy positivo), aunque identifica desafíos significativos en infraestructura y señalización que requieren atención prioritaria.

1.2. Metodología

Periodo de recolección: 1 de noviembre de 2024 - 30 de mayo de 2025

Método: Preguntas estructuradas abiertas y cerradas realizadas como entrevista personal.

Muestra: 220 participantes
Tipo de muestreo: Probabilístico.



Fuente: www.canva.com

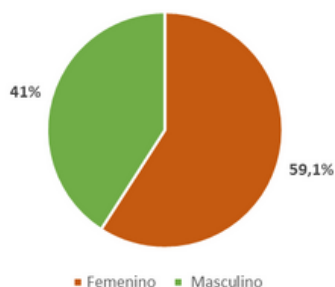
1.3. Análisis demográfico

1.3.1. Distribución por sexo

- Femenino: 130 participantes (59,1%)
- Masculino: 90 participantes (40,9%)

Comentario: La muestra presenta una ligera predominancia femenina, lo que puede reflejar mayor participación de mujeres en temas relacionados con cultura y desarrollo comunitario.

Análisis Demográfico - Distribución por Sexo



1.3.2. Análisis etario

Edad promedio: 33.5 años

Rango de edad: 18-52 años

Distribución por grupos:

18-25 años: 80 personas (36.4%)

26-35 años: 60 personas (27.3%)

36-45 años: 20 personas (9.1%)

46-55 años: 60 personas (27.3%)

Comentario: La muestra está concentrada en población joven y adulta joven (63.7% menores de 35 años), lo que sugiere mayor interés de estos grupos en el desarrollo urbano y cultural.



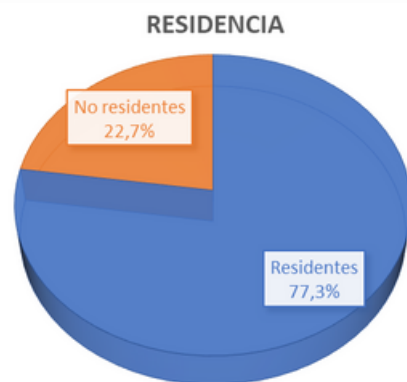
1.3.3. Residencia

Residentes: 170 personas (77.3%)

No residentes: 50 personas (22.7%)

Relación con la ciudad: Trabajo (30), Visita (10), Estudio (10)

Comentario: La alta proporción de residentes (77.3%) garantiza que las opiniones reflejan la experiencia directa de quienes viven el impacto de las políticas diariamente.



IMPACTO EN LA COMUNIDAD

1.4. Percepción de los beneficios

a) ¿Considera que la declaración ha traído beneficios tangibles?

Sí: 170 personas (77.3%)

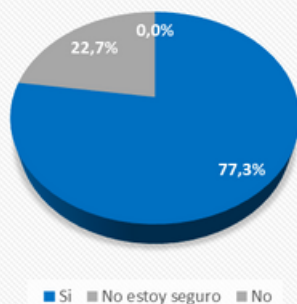
No estoy seguro: 50 personas (22.7%)

No: 0 personas (0%)

Comentario: El 77.3% de percepciones positivas indica un consenso favorable sobre los beneficios de la declaración.



¿Considera que la declaración ha traído beneficios tangibles?



b) Aspectos que han mejorado (Múltiple selección)

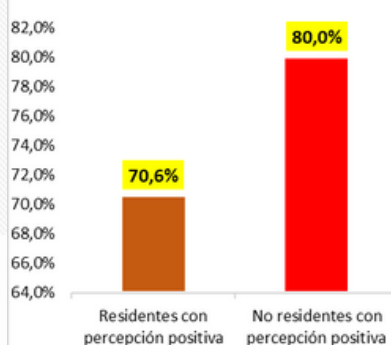
Turismo: 130 menciones (59.1%)

Artesanía y cultura local: 120 menciones (54.5%)

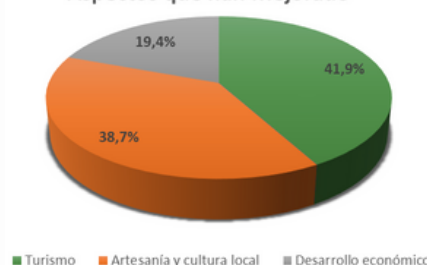
Desarrollo económico: 60 menciones (27.3%)

Comentario: El turismo emerge como el aspecto más beneficiado, seguido muy de cerca por la artesanía y cultura local. Esta percepción es coherente con los objetivos típicos de las declaraciones de ciudades creativas.

Correlación Residencia-Percepción



Aspectos que han Mejorado



1.5. Impacto en la comunidad

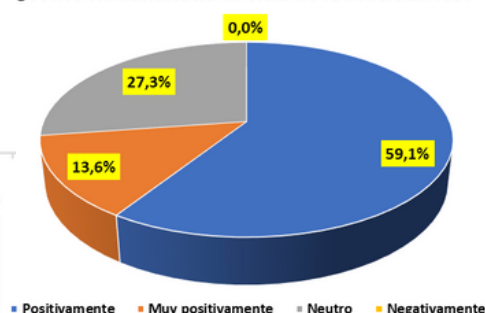
a) ¿Cómo ha cambiado la vida de los residentes?

- Positivamente: 130 personas (59.1%)
- Muy positivamente: 30 personas (13.6%)
- Neutro: 60 personas (27.3%)
- Negativamente: 0 personas (0%)

Total percepción positiva: 160 personas (72.7%)

Comentario: Más de 7 de cada 10 encuestados perciben un impacto positivo en su calidad de vida.

¿Cómo ha cambiado la vida de los residentes?



b) Correlación Residencia - Percepción

- Residentes con percepción positiva: 70.6%
- No residentes con percepción positiva: 80.0%

Comentario: Paradójicamente, los no residentes muestran mayor percepción positiva, posiblemente porque experimentan principalmente los aspectos turísticos mejorados.

OPORTUNIDADES DE DESARROLLO

1.6. Desafíos identificados

Principales problemas mencionados

1. Infraestructura: 100 menciones (45.5%)

- Infraestructura general de la ciudad
- Mejoras en rutas principales
- Infraestructura para atraer turistas
- Servicios básicos (cloacas calificadas como "pésimas")

2. Señalización: 30 menciones (13.6%)

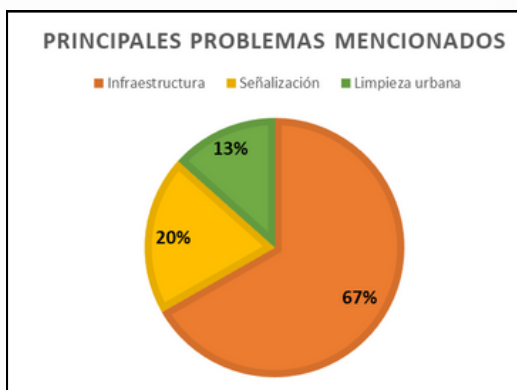
- Falta de señalización turística
- Señalización vial deficiente

3. Limpieza urbana: 20 menciones (9.1%)

- Limpieza en las calles
- Ordenamiento territorial

4. Otros desafíos específicos:

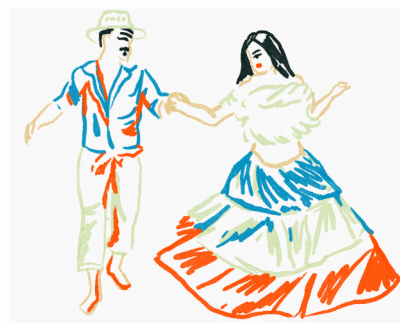
- Calidad del lago
- Promoción y difusión
- Organización de ferias
- Administración municipal
- Formalización de negocios



1.7. Oportunidades de desarrollo o áreas de potencial crecimiento

1.7.1. Sectores económicos prioritarios:

- Turismo: Desarrollo de nuevas atracciones, turismo interno, actividades lacustres
- Artesanía: Innovación de productos, mayor visibilidad, formalización de asociaciones
- Agricultura: Diversificación con productos como frutilla, desarrollo agrícola sostenible
- Cultura: Actividades educativas, promoción del patrimonio, eventos culturales



Comentario: La infraestructura emerge como el desafío más crítico, mencionado por casi la mitad de los encuestados. Esto sugiere que, pese a los beneficios percibidos, existen limitaciones estructurales que impiden maximizar el potencial de la declaración.

Ciudad Creativa



1.7.2. Recursos naturales y patrimoniales:

- Lago Ypacaraí: Actividades náuticas, mejora de calidad ambiental, turismo acuático.
- Patrimonio cultural: Iglesias, arquitectura colonial, tradiciones locales.
- Productos típicos: Piri (artesanía), chipa, productos agrícolas locales.

Comentario: Las oportunidades identificadas muestran una visión integral que combina recursos naturales, patrimonio cultural y actividades económicas, evidenciando el potencial de desarrollo sostenible.

PRIORIDADES POR EDAD



1.7.3. Análisis temporal - Evolución de la participación

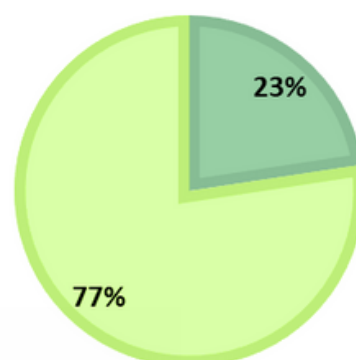
- Diciembre 2024: 50 respuestas (22.6%)
- Mayo 2025: 170 respuestas (77.4%)

Comentario: El incremento significativo de participación en mayo 2025 se debe a los efectos de difusión de la encuesta. La encuesta fue elaborada de manera personal con cada uno de los participantes.



ANÁLISIS TEMPORAL - EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN

■ Diciembre de 2024 ■ Mayo de 2025



1.7.4. Análisis por grupos

Demográficos - Percepción por Edad

- Jóvenes (18-25 años): Mayor énfasis en cultura y educación
- Adultos jóvenes (26-35 años): Enfoque en desarrollo económico y turismo
- Adultos (36+ años): Preocupación por infraestructura y servicios básicos

Comentario: Las prioridades varían según la edad, reflejando diferentes etapas de vida y necesidades. Los jóvenes priorizan aspectos formativos, mientras que los adultos se enfocan en aspectos económicos y de calidad de vida.



Infraestructura/Servicios



Cultura/Educación

Adultos

Preocupación por infraestructura y servicios básicos

Adultos jóvenes

Enfoque en desarrollo económico y turismo

Jóvenes

Priorizan la cultura y la educación

1.7.5. Perspectiva de sectores económicos

Algunos de los encuestados (del sector informal identificados) mostraron la percepción más positiva, sugiriendo que los beneficios económicos están llegando a sectores de base.



FORTALEZAS IDENTIFICADAS



Fuente: Hechas durante la investigación

1.8. Fortalezas identificadas

1. Consenso positivo: 77.3% reconoce beneficios tangibles
2. Impacto multisectorial: Beneficios en turismo, cultura y economía
3. Ausencia de resistencia: No se registraron percepciones negativas considerables
4. Potencial de crecimiento: Múltiples oportunidades identificadas
5. Participación ciudadana: Interés y conocimiento sobre el tema

1.9. Debilidades y limitaciones

1. Déficit de infraestructura: Principal barrera para maximizar beneficios
2. Problemas de señalización: Afecta la experiencia turística
3. Servicios básicos deficientes: Especialmente sistema cloacal
4. Falta de promoción: Necesidad de mayor difusión
5. El tamaño de muestra puede no representar toda la población

1.10. Recomendaciones

Estratégicas

a). Corto plazo (0-1 año)

- Mejora de señalización turística y vial en puntos estratégicos
- Programa de limpieza y embellecimiento de espacios públicos
- Fortalecimiento de promoción y difusión de la declaración

c). Largo plazo (3-5 años)

1. Diversificación económica sostenible
2. Desarrollo de centro de interpretación cultural
3. Programa de turismo rural integrado
4. Certificación de calidad para productos locales



b). Mediano plazo (1-3 años)

- Plan integral de infraestructura priorizando servicios básicos
- Desarrollo de productos turísticos en torno al lago
- Formalización y capacitación de artesanos y comerciantes
- Mejora de la calidad ambiental del lago Ypacaraí



INDICADORES DE ÉXITO SUGERIDOS



Indicadores de éxito para el desarrollo comunitario



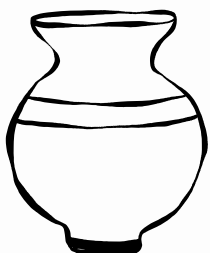
Fuente: Hechas durante la investigación

1.10.1. Indicadores de éxito sugeridos de las percepciones analizadas

- Incremento en el número de visitantes anuales
 - Aumento de ingresos del sector artesanal
 - Mejora en índices de satisfacción ciudadana
 - Reducción de problemas de infraestructura básica
- Incremento en la participación de actividades culturales

1.10.2. Limitaciones del estudio

- La muestra podría no representar a la totalidad de la población, aunque se observan las tendencias.
- Sesgo de selección: Muestra probabilística
- Período limitado: 6 meses de recolección
- Falta de grupo control: No hay comparación con ciudades similares



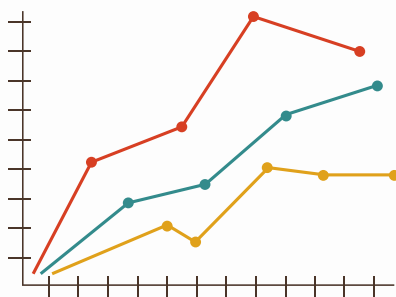
CONCLUSIONES

1.11. Conclusiones

La encuesta revela una percepción mayoritariamente favorable sobre el impacto de la declaración de Areguá como Ciudad Creativa. Los ciudadanos reconocen beneficios tangibles, especialmente en turismo y cultura local, pero identifican la infraestructura como el principal desafío a superar.

La casi ausencia de percepciones negativas y el consenso sobre las oportunidades de desarrollo sugieren un terreno fértil para iniciativas de mejora. Sin embargo, el éxito futuro dependerá de abordar efectivamente los déficits de infraestructura y servicios básicos identificados.

La juventud de la muestra (63.7% menores de 35 años) representa tanto una fortaleza como una responsabilidad, ya que estas generaciones serán las principales beneficiarias y promotoras del desarrollo sostenible de la ciudad.



Informe elaborado con base en entrevistas realizadas a la ciudadanía entre noviembre de 2024 y mayo 2025.

Los datos y análisis presentados reflejan las percepciones de los 310 participantes y deben interpretarse considerando las limitaciones metodológicas señaladas.

En cuanto a las autoridades se percibe descoordinación con las actividades relacionadas, así como debilidades en la definición de compromisos que permitan mejorar los resultados obtenidos.

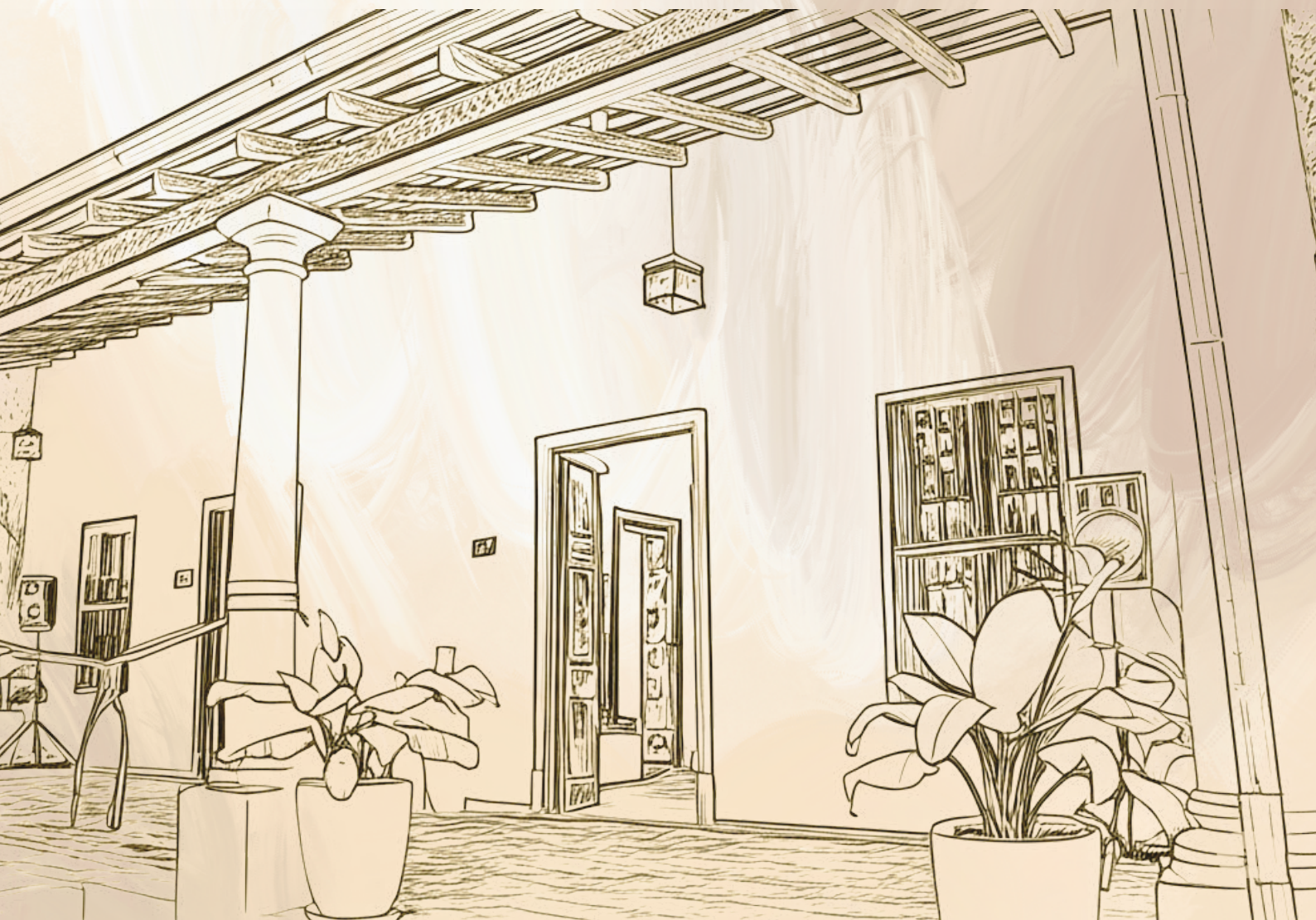


Los hallazgos de esta investigación teniendo en cuenta la perspectiva gubernamental, sugiere que la designación de Areguá como Ciudad Creativa, si bien es un reconocimiento prestigioso, ha tenido un impacto limitado en términos de desarrollo económico tangible y solución de problemas estructurales; la falta de coordinación interinstitucional emergen como obstáculos fundamentales.



2

Percepción Turística en Areguá 2024-2025



Areguá

Centro turístico e histórico

Sus casonas nobles resisten al olvido,
con amor guardadas por manos que sanan,
testigos mudos de épocas pasadas
que alzan su gloria contra el tiempo herido.

El majestuoso lago donde ha florecido
la musa tierna de tantas melodías,
que aún hoy inspira versos, pinta fantasías
en cada artista que aquí ha venido.

Paisajes místicos que hoy renacen
donde cada piedra guardó memoria
de un pueblo que no deja de brillar.

Areguá turística, una joya tan preciosa,
que en sus pintorescos rincones vive
la tradición que no cesa de encantar.

Creación poética original de Andrea Fleitas,
escrita en 2025 para la presente investigación.



TURISMO EN AREGUÁ



2. Percepción turística en Areguá 2024 - 2025

Datos Generales de la Investigación

Tamaño de muestra: 310 participantes

Período de recolección: Nov 2024 - Mayo 2025

Tipo de muestreo: Probabilístico

Instrumento: Encuesta estructurada con preguntas cerradas y abiertas.

2.1. Análisis demográfico

Edad de los participantes. Medidas de tendencia central:

Media: 39.65 años

Mediana: 40 años

Moda: 36, 41 y 42 años (cada una con frecuencia de 30)

Medidas de dispersión:

Rango: 21 - 62 años (amplitud: 41 años)

Varianza: 121.91

Desviación estándar: 11.04 años



Fuente: www.canva.com

a) Distribución por grupos etarios:

- **18-30 años:** 60 personas (19.4%)
- **31-40 años:** 90 personas (29.0%)
- **41-50 años:** 110 personas (35.5%) - Grupo predominante
- **51-60 años:** 30 personas (9.7%)
- **60+ años:** 20 personas (6.5%)

b) Distribución por sexo

- **Femenino:** 180 personas (58.1%)
- **Masculino:** 130 personas (41.9%).

c) Análisis por nacionalidad

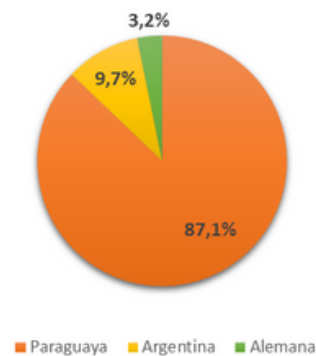
Paraguaya: 270 personas (87.1%)

Argentina: 33 personas (9.7%)

Alemana: 7 persona (3.2%)

Comentario: El turismo en Areguá es predominantemente nacional, con un 87% de visitantes paraguayos. El turismo internacional es limitado, principalmente argentino.

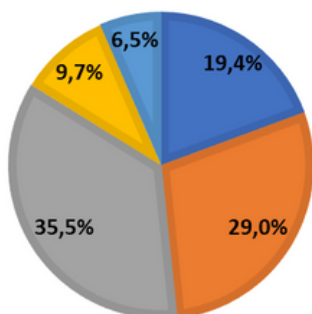
Análisis por Nacionalidad



Interpretación: La muestra presenta una variabilidad moderada en las edades, con una distribución relativamente normal centrada en los 40 años. El coeficiente de variación indica que los datos son moderadamente homogéneos.

DISTRIBUCIÓN POR GRUPOS ETARIOS

■ 18-30 años ■ 31-40 años ■ 51-60 años ■ 60+ años



Comentario: Existe una ligera predominancia femenina en la muestra, lo que puede indicar mayor interés turístico por parte de las mujeres o mayor disposición a participar en encuestas.

PERFIL DEL VISITANTE

2.2. Perfil del visitante

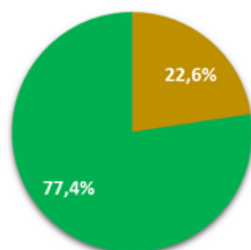
a. Experiencia previa en Areguá

Primera vez: 70 personas (22.6%)

Visitantes recurrentes: 240 personas (77.4%)

Interpretación: Areguá tiene una alta tasa de retorno de visitantes, indicando satisfacción previa y atractivo duradero del destino.

Experiencia Previa en Areguá



■ Primera vez ■ Visitantes recurrentes



"Areguá funciona como un destino de turismo de proximidad o excursionismo"

b. Análisis por departamento/región - Área metropolitana de Asunción.

Departamento Central: 77.3%

Asunción (Capital): 13.6%

Total Área Metropolitana: 90.9%

c. Otras regiones

Chaco (Filadelfia): 4.5%

Interior (Itacurubí): 4.5%

Patrón Geográfico Dominante

90.9% de los turistas provienen del Área Metropolitana de Asunción, confirmando que Areguá funciona como un destino de turismo de proximidad o excursionismo.

d. Ciudades clave del mercado

Capiatá (22.7%) - Principal mercado emisor, ciudad vecina

Fernando de la Mora (18.2%) - Segunda fuente más importante

Asunción y San Lorenzo (13.6% c/u) - Mercados equilibrados

e. Distancia y accesibilidad

- Las 4 principales ciudades emisoras están a menos de 30 km de Areguá
- Tiempo de viaje: 30-60 minutos en vehículo
- Excelente conectividad por Ruta 1 y Ruta 2

f. Perfil del turista tipo

- Turista de día del Área Metropolitana
- Motivación: Artesanías, gastronomía, paisaje y arquitectura propia
- Frecuencia: Alta tasa de retorno (77% visitantes recurrentes)

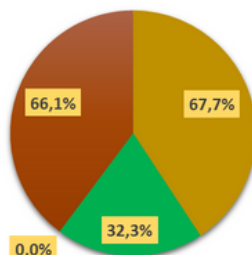
2.3. Satisfacción y experiencia turística

1. Evaluación de la experiencia

- Positiva: 210 personas (67.7%)
- Muy positiva: 100 personas (32.3%)
- Negativa/Regular: 0 personas (0%)
- Índice de Satisfacción: 1.32/2.0 (66.1%)

Comentario: La satisfacción es alta. No se registraron experiencias negativas, lo que indica un destino consolidado y bien valorado.

Experiencia Previa en Areguá



■ Positiva
■ Muy positiva
■ Negativa/Regular
■ Índice de Satisfacción

2. Recomendación del destino

- Sí recomendaría: 310 personas (100%)
- No recomendaría: 0 personas (0%)

Interpretación: El 100% sugiere que Areguá genera lealtad total entre sus visitantes.



CONOCIMIENTO DE LA DESIGNACIÓN



2.4. Conocimiento de la designación UNESCO

2.4.1. Nivel de Conocimiento

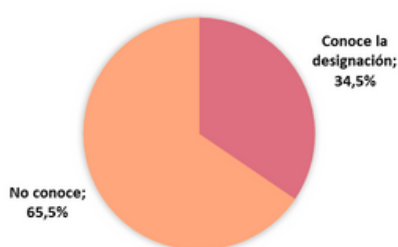
- Conoce la designación: 107 personas (34.5%)
- No conoce: 203 personas (65.5%)

2.4.2. Análisis por nacionalidad:

- Paraguayos que conocen: 37.0%
- Extranjeros que conocen: 25.0%

Comentario: Existe una brecha de conocimiento significativa sobre la designación de Areguá como Ciudad Creativa UNESCO 2019. Esto representa una oportunidad de mejora en comunicación y marketing turístico.

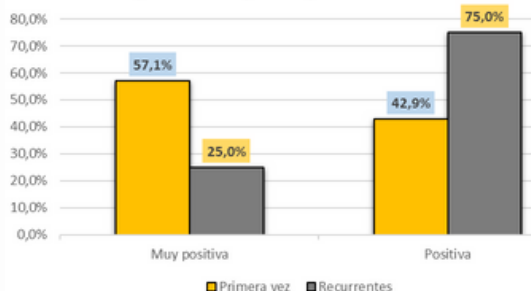
NIVEL DE CONOCIMIENTO



Análisis por nacionalidad



Experiencia por Tipo de Visitantes



2.5. Análisis cruzado y correlaciones

2.5.1. Experiencia por tipo de visitante

1. Visitantes por primera vez:

- Muy positiva: 57.1%
- Positiva: 25.0%

2. Visitantes recurrentes:

- Muy positiva: 25.0%
- Positiva: 75.0%

Interpretación: Los primeros visitantes tienden a tener experiencias más entusiastas (57% muy positiva vs 25% en recurrentes), posiblemente por el efecto novedad.

2.5.2. Experiencia por sexo

Mujeres:
Muy positiva: 38.9%
Positiva: 61.1%

Hombres:
Muy positiva: 23.1%
Positiva: 76.9%

Comentario: Las mujeres reportan experiencias ligeramente más entusiastas que los hombres.

2.5.3. Experiencia por grupos etarios

1. Jóvenes (18-35 años):

- Muy positiva: 44.4%
- Positiva: 55.6%

2. Adultos (36-50 años):

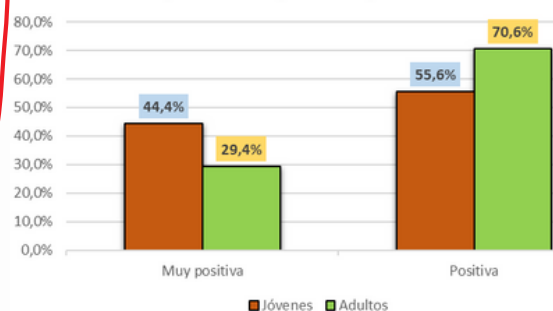
- Muy positiva: 29.4%
- Positiva: 70.6%

3. Mayores (50+ años):

- Muy positiva: 20.0%
- Positiva: 80.0%

Interpretación: Los visitantes más jóvenes muestran mayor entusiasmo, mientras que los mayores, aunque satisfechos, son más conservadores en sus evaluaciones.

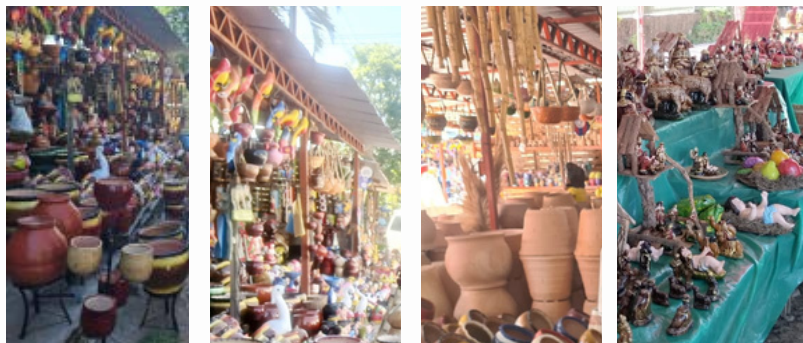
Experiencia por Grupos Etarios



Fuente: www.canva.com



TENDENCIAS Y PATRONES



Fuente: Hechas durante la investigación

2.6. Principales sugerencias de mejora (Análisis cualitativo)

Categorías temáticas identificadas

a. Infraestructura y accesibilidad (40% de menciones):

- Mejora de calles y accesos
- Estacionamiento
- Señalización turística
- Transporte público
- Disposición de residuos por tipos o clases en la vía pública

b. Organización y gestión turística (35% de menciones):

- Mejor organización de la feria artesanal
- Clasificación de productos por sectores
- Guías turísticas
- Información de lugares de interés

c. Tráfico y movilidad (25% de menciones):

- Creación de calles peatonales
- Control del tráfico de buses en zona artesanal
- Mejora de flujo vehicular
- Oferta Cultural y Ambiental (20% de menciones):
- Más actividades culturales
- Festivales y eventos
- Mejoras al lago
- Arborización



2.7. Tendencias y patrones Observados

1. Consistencia temporal

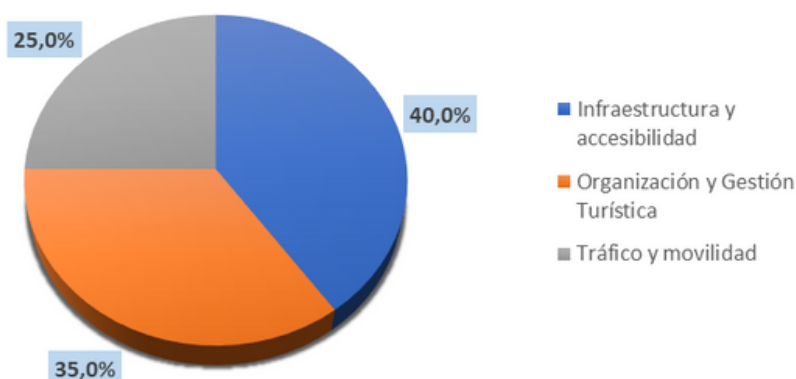
La alta satisfacción se mantiene constante a lo largo del período de estudio, sugiriendo estabilidad en la calidad del destino.

2. Segmentación del mercado

- Mercado primario: Adultos paraguayos de 30-50 años del área metropolitana
- Mercado secundario: Turistas argentinos y visitantes jóvenes paraguayos
- Mercado emergente: Turistas de otras nacionalidades (alemanes)

Principales sugerencias de mejora

Principales datos



CONCLUSIONES

2.8. Conclusiones y recomendaciones estratégicas

a. Fortalezas identificadas

1. Satisfacción universal (100% recomiendan).
2. Alta tasa de retorno (77% visitantes recurrentes).
3. Diversidad etaria del público visitante.
4. Atractivo consolidado para turismo doméstico.

b. Oportunidades de mejora

1. Difusión de la designación UNESCO (solo 35% conoce).
2. Infraestructura turística (señalización, accesos).
3. Organización espacial de la oferta artesanal.

c. Recomendaciones prioritarias

Corto plazo (1-6 meses):

1. Campaña de comunicación sobre designación UNESCO.
2. Mejora de señalización turística.
3. Reorganización espacial de la feria artesanal.

Mediano plazo (6-18 meses):

1. Desarrollo de circuitos turísticos guiados.
2. Implementación de zonas peatonales.
3. Mejora de infraestructura de acceso.

Largo plazo (18+ meses):

- Estrategia de marketing internacional.
- Desarrollo de eventos culturales regulares.
- Modernización integral de infraestructura turística.



Fuente: Hechas durante la investigación

d) Limitaciones del estudio

1. Tamaño de muestra pequeño (n=310).
2. Muestreo no probabilístico limita generalización.
3. Sesgo de autoselección de participantes.
4. Período de recolección limitado a 6 meses.
5. Ausencia de visitantes insatisfechos en la muestra.



Este informe proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas en el desarrollo turístico de Areguá, considerando tanto los aspectos cuantitativos como cualitativos de la experiencia del visitante.



e) Validez y confiabilidad

1. Validez de contenido: Alta - preguntas pertinentes al objeto de estudio.
2. Consistencia interna: Coherencia entre respuestas de satisfacción y recomendación.
3. Representatividad: Moderada - perfil demográfico coherente con turismo regional.

3

Percepción de Artesanos y Comerciantes de Areguá



Areguá

Tierra de artesanos y frutillas

En cada taller vive un artesano
que con destreza sin igual trabaja,
mientras la frutilla roja se cosecha,
en los campos donde fue forjado.

El comerciante tiende con su mano
esos frutos dulces que la tierra regala,
y en ferias donde el pueblo se relaja
se ofrece el oro rojo de la tierra paraguaya.

Cerámica, turismo y dulce fruto
danzan juntos marcando un sello propio
donde el trabajo honrado es canción.

Areguá próspera, es una tierra bendita,
y en sus esquinas y sus ferias la vida palpita
refleja esfuerzo con el sabor de la tradición.

Creación poética original de Andrea Fleitas,
escrita en 2025 para la presente investigación.



ARTESANOS Y COMERCIANTES



3. Percepción de artesanos y comerciantes de Areguá

3.1. Información general del estudio

- Tamaño de la muestra: 26 participantes.
- Fecha del análisis: Junio 2025.
- Metodología: No Probabilístico por conveniencia. Encuesta estructurada con preguntas cerradas y categóricas.

3.2. Características demográficas

3.2.1. Edad de los participantes

- Media: 40.69 años.
- Mediana: 40 años.
- Rango: 23 - 63 años (amplitud: 40 años).
- Desviación estándar: 13.04 años.

Interpretación: La muestra presenta una edad promedio de adultos de mediana edad con una variabilidad moderada (CV=32%), indicando cierta heterogeneidad etaria en el sector.

3.2.2. Distribución por sexo

- Femenino: 13 casos (81.3%).
- Masculino: 3 casos (18.8%).
- Moda: Femenino.

Interpretación: Marcado predominio femenino en el sector artesanal y comercial de Areguá, con una proporción de 4:1 a favor de las mujeres.

3.2.3. Distribución por ocupación

- Comerciante: 10 casos (38.5%).
- Artesano: 10 casos (38.5%).
- Ambos: 6 casos (23%).
- Moda: Bimodal (Comerciante/Artesano).

Interpretación: Distribución perfectamente equilibrada entre artesanos y comerciantes puros, con un pequeño porcentaje que combina ambas actividades.

3.2.4. Experiencia en el sector

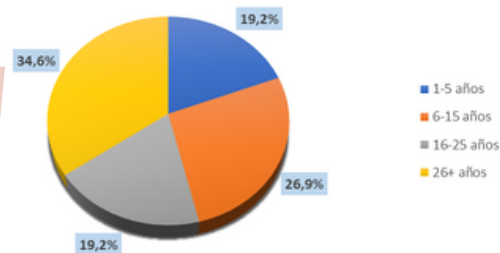
a) Experiencia en el Sector

- Media: 18 años
- Mediana: 22 años
- Rango: 3 - 30 años
- Desviación estándar: 10.87 años

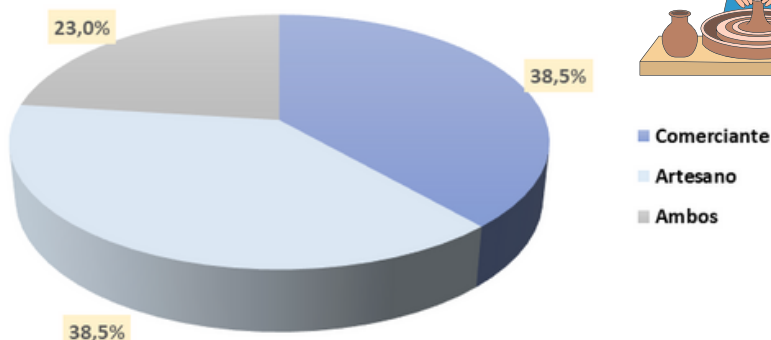
b) Rangos de Experiencia:

- 1-5 años: 5 casos (19.2%)
- 6-15 años: 7 casos (26.9%)
- 16-25 años: 5 casos (19.2%)
- 26+ años: 9 casos (34.6%)

Principales sugerencias de mejora



Principales sugerencias de mejora



- Comerciante
- Artesano
- Ambos

Interpretación: El sector cuenta con profesionales altamente experimentados, donde el 53.8% tiene más de 15 años de experiencia, indicando estabilidad y conocimiento acumulado.



SITUACIÓN DE LOS NEGOCIOS

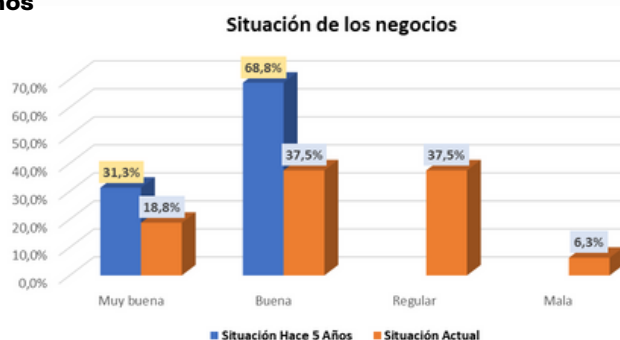
3.3. Situación de los negocios

a) Situación Hace 5 años

- Muy buena: 31.3%
- Buena: 68.8%
- **Moda: Buena**

b) Situación actual

- Muy buena: 18.8%
- Buena: 37.5%
- Regular: 37.5%
- Mala: 6.3%
- **Moda: Bimodal (Buena/Regular)**



c) Evolución de la situación (Hace 5 años vs. Actual)

- Sin cambio: 43.8%
- Empeoró: 43.8%
- Mejoró: 12.5%

Interpretación crítica: Se observa un deterioro significativo en la situación de los negocios. Mientras hace 5 años el 100% reportaba situaciones buenas o muy buenas, actualmente el 43.8% se encuentra en situación regular o mala. Solo el 12.5% experimentó mejoras.



3.4. Cambios percibidos en los últimos 5 años

a) Número de Clientes/Turistas

- Disminuyó ligeramente: 50.0%
- Aumentó ligeramente: 25.0%
- No ha cambiado: 18.8%
- Aumentó mucho: 6.3%

b) Tendencias agrupadas

- Negativo: 50.0%
- Positivo: 31.3%
- Estable: 18.8%

c) Ingresos económicos

- Aumentó ligeramente: 43.8%
- Disminuyó ligeramente: 31.3%
- No ha cambiado: 25.0%

d) Tendencias agrupadas

- Positivo: 43.8%
- Negativo: 31.3%
- Estable: 25.0%

3.4.1. Tendencias

a) Demanda de productos

- Aumentó ligeramente: 50.0%
- No ha cambiado: 31.3%
- Disminuyó ligeramente: 18.8%

b) Tendencias agrupadas

- Positivo: 50.0%
- Estable: 31.3%
- Negativo: 18.8%

c) Inversión en el negocio

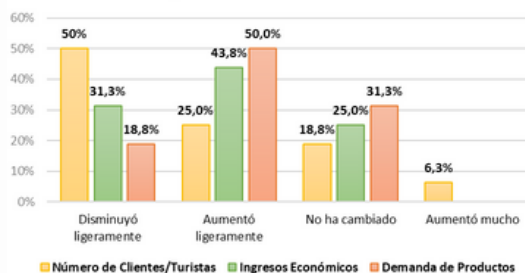
- Invertió ligeramente: 68.8%
- Invertió considerablemente: 18.8%
- No ha cambiado: 6.3%
- Disminuyó ligeramente: 6.3%

d) Tendencias agrupadas

- Positivo: 87.5%
- Estable: 6.3%
- Negativo: 6.3%

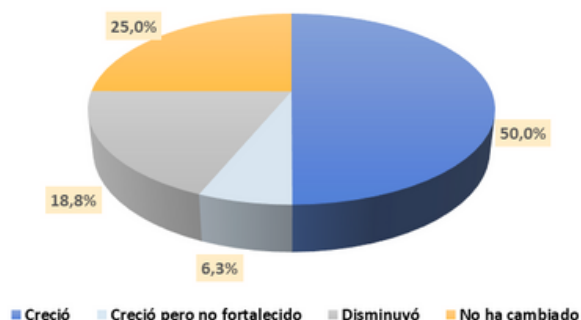
Interpretación: A pesar de la disminución en clientes, la demanda de productos y los ingresos muestran signos más positivos, y hay una clara tendencia a invertir en los negocios (87.5%).

Cambios percibidos en los últimos 5 años



CAMBIOS Y VISIBILIDAD

Fortalecimiento de la Comunidad



3.5. Percepción de la comunidad y visibilidad

a) Fortalecimiento de la comunidad

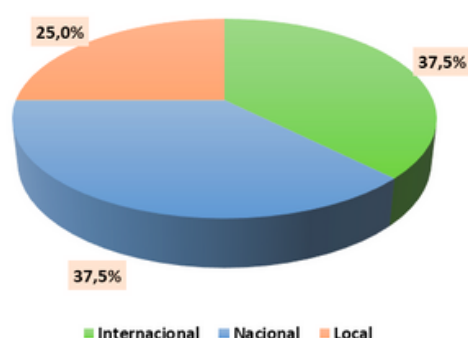
- Sí, ha crecido: 50.0%
- Ha crecido pero no fortalecido: 6.3%
- Ha disminuido: 18.8%
- No ha cambiado: 25.0%

b) Nivel de visibilidad de productos

- A nivel internacional: 37.5%
- A nivel nacional: 37.5%
- A nivel local: 25.0%

Interpretación: La mayoría percibe crecimiento comunitario (56.3%) y hay una notable proyección internacional/nacional (75.0%), lo que sugiere potencial de expansión.

Nivel de Visibilidad de Productos



3.6. Capacitación y calidad de vida

a) Recibió capacitación

- Sí: 56.3%
- No: 43.8%

b) Mejoras en calidad de vida

- Sí: 68.8%
- No: 31.3%

Interpretación: A pesar de los desafíos en los negocios, la mayoría (68.8%) reporta mejoras en su calidad de vida, lo que sugiere resiliencia y adaptación del sector.

3.6.1. Lista de capacitaciones recibidas (De mayor a menor frecuencia)

a) Innovación de productos y prácticas de manufactura

- Frecuencia: 56.3% del total de encuestados
- Perfil: Principalmente artesanos y algunos comerciantes

b) Mejora de la calidad del producto

- Frecuencia: 50.0% del total de encuestados
- Perfil: Distribuido entre artesanos y comerciantes

c) Marketing

- Frecuencia: 25.0% del total de encuestados
- Perfil: Principalmente comerciantes

d) Gestión empresarial

- Frecuencia: 18.8% del total de encuestados
- Perfil: Mixto entre ocupaciones

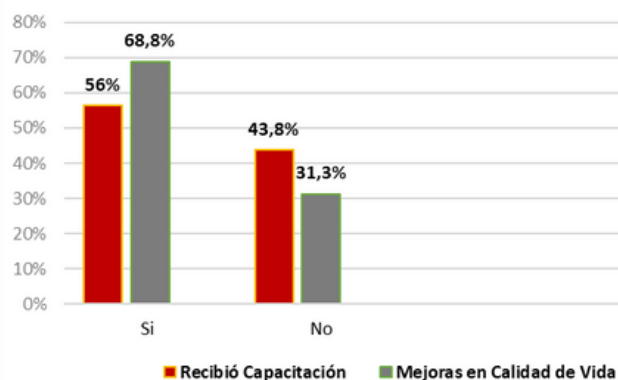
e) Producción agrícola

- Frecuencia: 6.3% del total de encuestados
- Perfil: ocupación mixta



Fuente: Hechas durante la investigación

Capacitación y Calidad de Vida



CAPACITACIONES Y CONOCIMIENTO

3.6.2. Análisis por categorías:

a). Capacitaciones técnico-productivas (72% del total)

1. Innovación de productos y prácticas de manufactura.
2. Mejora de la calidad del producto.
3. Producción agrícola.

b) Capacitaciones comerciales y marketing (16% del total)

1. Marketing: Capacitaciones de marketing (12% del total).
2. Gestión empresarial.

Comentarios:

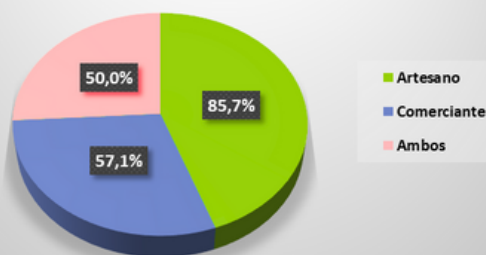
Enfoque predominante: Las capacitaciones técnico-productivas dominan claramente (72%), reflejando la naturaleza artesanal del sector.

Patrón de demanda: La Innovación y Mejora de calidad son las capacitaciones más valoradas, lo que indica una orientación hacia la excelencia y diferenciación de productos.

Brecha identificada: Relativamente pocas capacitaciones en marketing y gestión empresarial (16%), áreas críticas para el crecimiento comercial.

Recomendación: Ampliar la oferta de capacitaciones comerciales y gerenciales para equilibrar las competencias técnicas con habilidades de negocio.

Mejoras en la Calidad de Vida por Ocupación



3.7. Conocimiento de la declaración UNESCO Conoce la Declaración UNESCO 2019

- Sí: 68.8%
- No: 31.2%

Interpretación: Nivel considerable de conocimiento sobre la declaración de Areguá como Ciudad Creativa UNESCO.

3.8. Análisis cruzados y correlaciones

a) Mejoras en calidad de vida por ocupación

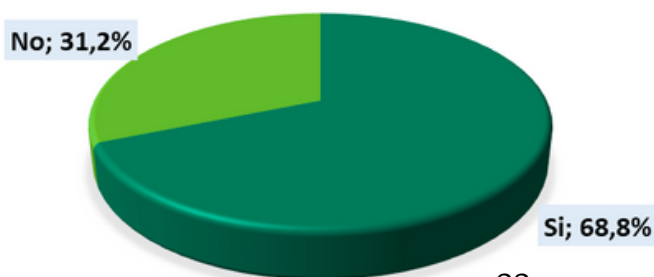
- Artesano: 85.7%
- Comerciante: 57.1%
- Ambos: 50.0%

b) Capacitación vs Conocimiento UNESCO

- Capacitación Sí + UNESCO Sí: 43.8%
- Capacitación No + UNESCO Sí: 25.0%
- Capacitación Sí + UNESCO No: 12.5%
- Capacitación No + UNESCO No: 18.8%

Interpretación: Los artesanos muestran mayor satisfacción con su calidad de vida. Existe una correlación positiva entre capacitación y conocimiento UNESCO.

CONOCE LA DECLARACIÓN UNESCO 2019

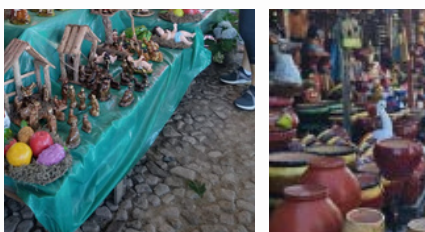


CONCLUSIONES

3.9. Conclusiones

a) Principales desafíos identificados

1. Deterioro en la situación general de los negocios: 43.8% de los negocios empeoró en los últimos 5 años.
2. Disminución de clientes/turistas: 50% reporta menos visitantes.
3. Polarización de resultados: Mientras algunos negocios prosperan, otros enfrentan dificultades significativas.



Fuente: Hechas durante la investigación

d) Recomendaciones estratégicas

1. Promoción turística: Implementar estrategias para incrementar el flujo de visitantes.
2. Capacitación especializada: Expandir programas de formación (actualmente 56.3% tiene acceso).
3. Fortalecimiento comunitario: Aprovechar la percepción positiva de crecimiento (56.3%).
4. Aprovechamiento UNESCO: Potenciar el alto conocimiento de la declaración (68.8%).
5. Apoyo diferenciado: Atender las necesidades específicas según el nivel de desarrollo de cada negocio.

b) Fortalezas del sector

1. Alta experiencia profesional: 56.3% tiene más de 15 años en el sector.
2. Inversión sostenida: 87.5% ha invertido en sus negocios.
3. Demanda de productos positiva: 50% reporta aumento en demanda.
4. Proyección nacional/internacional: 75% tiene visibilidad más allá del ámbito local.
5. Mejoras en calidad de vida: 68.8% reporta mejoras personales.

c) Estadísticas clave

1. Edad promedio: 40.7 años
2. Experiencia promedio: 18.9 años
3. Predominio femenino: 81.3%
4. Conocimiento UNESCO: 68.8%
5. Acceso a capacitación: 56.3%

Ciudad Creativa

e) Indicadores de seguimiento sugeridos

1. Número de turistas/visitantes mensual.
2. Ingresos promedio por establecimiento.
3. Tasa de participación en capacitaciones.
4. Número de nuevos emprendimientos.
5. Índice de satisfacción con calidad de vida.

Este informe se basa en una muestra de 26 participantes y presenta un análisis descriptivo de la situación actual del sector artesanal y comercial de Areguá. Se recomienda ampliar el tamaño muestral para futuras investigaciones y realizar seguimientos periódicos para monitorear la evolución de los indicadores identificados.



Conclusión general

Los estudios realizados evidencian que Areguá ha logrado consolidarse como un destino turístico de alto valor, con niveles excepcionales de satisfacción y fidelización por parte de los visitantes. Este desempeño valida parcialmente los objetivos planteados tras su designación como Ciudad Creativa por la UNESCO. Sin embargo, los beneficios generados no se han distribuido de manera equitativa entre todos los sectores económicos locales.

La ciudad se encuentra ante una coyuntura decisiva en la que debe capitalizar su posicionamiento turístico para impulsar un desarrollo más inclusivo y sostenible. Los principales desafíos identificados —la infraestructura deficiente, la escasa comunicación institucional sobre la designación y la limitada articulación entre sectores— son superables mediante estrategias integrales, y constituyen oportunidades clave para un crecimiento equilibrado.

El alto nivel de inversión en el sector artesanal (87.5%) y las mejoras reportadas en la calidad de vida (68.8%) demuestran una marcada resiliencia y capacidad de adaptación, lo que constituye un activo fundamental para el desarrollo futuro.

La convergencia de percepciones positivas en la ciudadanía, una satisfacción turística generalizada y un conocimiento significativo de la designación por parte de los sectores productivos configuran un entorno favorable



para el impulso de iniciativas de desarrollo que maximicen el impacto del reconocimiento de la UNESCO.

No obstante, persiste una debilidad crítica en la infraestructura básica, que limita la experiencia del visitante y refuerza la percepción de que la distinción es meramente simbólica, sin beneficios económicos tangibles.

Para que Areguá trascienda el reconocimiento nominal y lo convierta en un motor real de transformación, resulta imprescindible fortalecer la articulación interinstitucional, invertir en infraestructura turística (especialmente en servicios sanitarios y de señalización), e implementar programas de formación para actores clave como guías y promotores culturales.

Asimismo, urge diseñar una estrategia integral y participativa que dote a la ciudad de una estructura de gobernanza inclusiva, que asegure la continuidad de las acciones y traduzca el reconocimiento internacional en proyectos concretos dentro de la economía creativa, capaces de generar empleo, valor agregado y cohesión social.

En términos prácticos, estos hallazgos ofrecen insumos valiosos para la formulación de políticas públicas enfocadas en el fortalecimiento de la gobernanza cultural, la mejora de la infraestructura turística y la proyección estratégica de la ciudad.



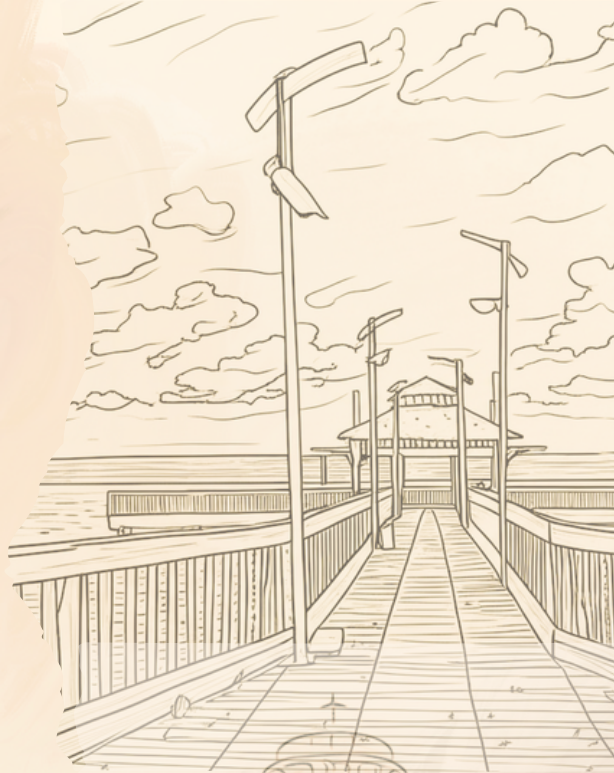
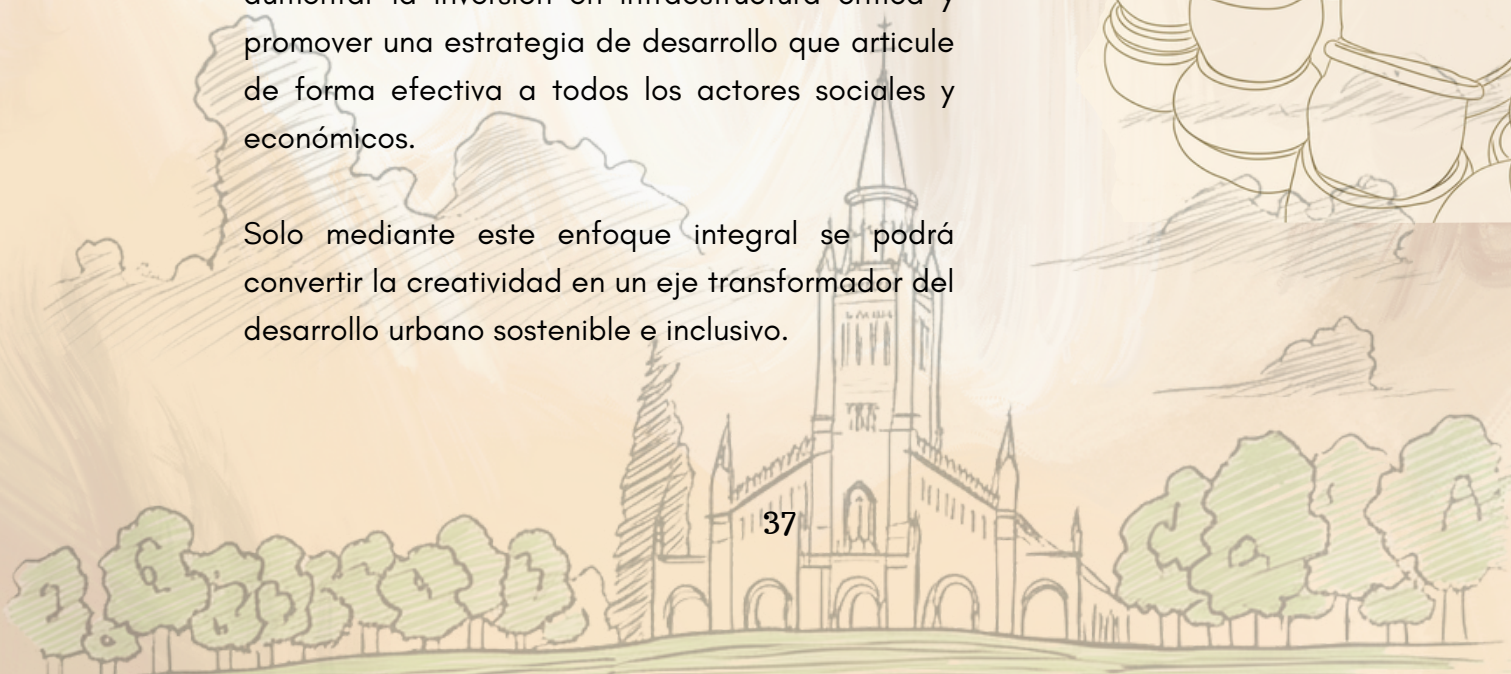
Desde una perspectiva teórica, el estudio contribuye al análisis de los efectos reales de las designaciones internacionales en ciudades intermedias, particularmente en contextos de economías emergentes.

Las principales limitaciones de esta investigación radican en el tamaño reducido de algunas muestras específicas (como el sector artesanal), el corto período de recolección de datos (6 meses), y la ausencia de un grupo de referencia para comparación. Estas condiciones deben ser consideradas al interpretar y extrapolar los resultados obtenidos.

Se sugiere la realización de futuras investigaciones con un enfoque longitudinal y comparativo, que permitan observar la evolución del impacto de la designación a lo largo del tiempo y en contraste con otras ciudades creativas. Asimismo, se propone profundizar en las dinámicas de participación ciudadana y gobernanza cultural para comprender mejor las condiciones que favorecen la sostenibilidad de este modelo.

En definitiva, para que Areguá se consolide como un verdadero ejemplo de ciudad creativa, debe avanzar hacia una planificación participativa, aumentar la inversión en infraestructura crítica y promover una estrategia de desarrollo que articule de forma efectiva a todos los actores sociales y económicos.

Solo mediante este enfoque integral se podrá convertir la creatividad en un eje transformador del desarrollo urbano sostenible e inclusivo.



DATOS CLAVES



Indicadores de impacto positivo

- 🇵🇷 72.7% percepción positiva ciudadana
- 🎯 100% satisfacción turística (NPS excepcional)
- 🔄 77.4% visitantes recurrentes (alta fidelización)
- 🛍️ 87.5% artesanos/comerciantes invierten en sus negocios



Fuente: www.canva.com

Fuente: www.canva.com

Áreas de oportunidad prioritarias

- 🏗️ 45.5% identifica infraestructura como desafío principal
- 📻 65.5% potencial de mejora en comunicación UNESCO
- 🧡 50% de artesanos requiere apoyo para reconversión

Perfil del público objetivo

- 👤 63.7% población joven (menores de 35 años)
- 🌍 90.9% turismo de proximidad metropolitana
- 🧑 81% Predominio femenino en todos los sectores (58-81%)

Estudios realizados entre noviembre 2024 y junio 2025 |
Total de participantes: 556 |
Metodología mixta cuanti-cualitativa.



Fuente: www.canva.com

Proyección y sostenibilidad

- 🎨 75% artesanos con proyección nacional/internacional
- 🏛️ 68.8% conocimiento UNESCO en sector productivo
- 📈 50% aumento en demanda de productos locales



Fuente: www.canva.com



Viva Paraguay

REFERENCIAS UTILIZADAS



Blanchar Martínez, Tatiana Carolina y Martínez Trujillo, Nerys Esther(2025). ¿Entrevista o encuesta?Una diferencia necesaria [Interview or survey?A necessary difference]. Revista Latina de Comunicación Social, 83, 1-2.<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2025-2339>

Durán Estragó, M. (2005). Areguá: Rescate histórico 1576-1870. Portal Guaraní. https://www.portalguarani.com/632_margarita_duran_estrango/4821_aregua__rescate_historico_1576_1870__margarita_duran_estrango.html

Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? Didascalia: Didáctica y Educación, 11(3), 62-79. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>

Ministerio de Relaciones Exteriores de Paraguay (2019). Areguá fue designada por la UNESCO como Ciudad Creativa. Portal Oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores. Areguá fue designada por la UNESCO como Ciudad Creativa en el ámbito de la artesanía y artes populares, el 31 de octubre de 2019.

Zanabria, M., & Villarino, C. (2021). El centro histórico de Asunción, Paraguay como ciudad creativa: su impacto económico y social. Año 2018. Población y Desarrollo, 27(52), 30-45. http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2076-054X2021000100030

Todas las imagenes e ilustraciones fueron utilizadas de www.canva.com y otras han sido generadas del IA para esta investigación.

