

## Artículo Original

### Posadas turísticas del departamento de Alto Paraná: análisis de la utilización de las plataformas digitales para la promoción de sus servicios e instalaciones, año 2024

Tourist lodges in the department of Alto Paraná: analysis of the use of digital platforms for the promotion of their services and facilities, 2024

\***Fabiola Sánchez-Bobadilla**<sup>1</sup> , **Kathia Magali Ayala-Giménez**<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Universidad Americana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA). Asunción, Paraguay

#### RESUMEN

Este trabajo analiza como las posadas turísticas del Departamento de Alto Paraná utilizan las plataformas digitales y redes sociales como herramienta del marketing para comercializar sus servicios. La investigación se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Se tomó como población las posadas turísticas de ubicadas en el Departamento de Alto Paraná, dando un total de 28 establecimientos inscriptos como tal en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay (REGISTUR), la muestra se estableció mediante el estado de en funcionamiento de las posadas, dando solo seis posadas turísticas en Alto Paraná. Para la recolección de datos se elaboró una lista de cotejo teniendo en cuenta: el municipio en que se ubica, la dirección exacta del establecimiento, los servicios que ofrece, presencia en las redes sociales: Facebook, Instagram, y TikTok. Los resultados principales muestra que el 83% de las posadas turísticas de Alto Paraná tienen presencia en Facebook, mientras que el 66% posee cuenta en Instagram, y solo el 50% se encuentra en TikTok. Así también se comprobó cuáles son los usos que las posadas le dan a sus cuentas en las diferentes redes sociales. Se concluye que las redes sociales representan una herramienta muy valiosa para el posicionamiento y la competitividad de una empresa de servicios, especialmente si es pequeña. Los alojamientos experimentan constantemente picos de ocupación baja y alta, por lo que tener presencia en las redes sociales permite acceder a herramientas de promoción y ventas sumamente útiles.

**Palabras clave:** plataforma digital, marketing, turismo, Alto Paraná, Paraguay.

#### ABSTRACT

This research analyzes how accommodations in the Alto Paraná Department use digital platforms and social media as a marketing tool to market their services. The research was based on a quantitative, non-experimental, cross-sectional, and descriptive approach. The population was tourist inns located in the Alto Paraná Department, giving a total of 28 establishments registered as such in the National Registry of Tourist Service Providers of Paraguay (REGISTUR). The sample was based on the operating status of the inns, with only six tourist inns in Alto Paraná. For data collection, a checklist was created taking into account the municipality in which the establishment is located, the exact address of the establishment, the services it offers, and its presence on social media: Facebook, Instagram, and TikTok. The main results show that 83% of tourist inns in Alto Paraná have a presence on Facebook, while 66% have an Instagram account, and only 50% are on TikTok. It was also determined how inns use their social media accounts. It is concluded that social media represents a very valuable tool for the positioning and competitiveness of a service business, especially a small one. Lodging establishments constantly experience peaks of low and high occupancy, so having a presence on social media provides access to extremely useful promotional and sales tools.

**Keywords:** digital platform, marketing, tourism, Asunción, Paraguay.

---

\***Autor correspondiente:** **Fabiola Sánchez Bobadilla**, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA). Universidad Americana, Asunción Paraguay.

Email: [fabiola.sanchez@americana.edu.py](mailto:fabiola.sanchez@americana.edu.py)

**Fecha de envío:** 30/03/2025 **Aceptación:** 05/08/2025. **Proceso de revisión:** Evaluación por pares a doble ciego.

**Editora responsable:** Graciela María Patricia Velázquez de Saldivar . Universidad del Cono Sur de las Américas, UCSA.



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una licencia Creative Commons

## INTRODUCCIÓN

Las plataformas digitales y en especial las redes sociales se han convertido en una herramienta clave para la promoción y comercialización de servicios turísticos en la era de la información. Las posadas turísticas son fundamentales para el crecimiento turístico, especialmente la oferta de alojamientos del Departamento de Alto Paraná. Sin embargo, el uso que estas pequeñas empresas hacen de plataformas como Facebook, Instagram y TikTok para atraer visitantes, mejorar su marca y generar ingresos son desconocidos. Es necesario indagar sobre la utilización que estos alojamientos dan a las redes sociales, para aumentar su visibilidad y mejorar su competitividad en un mercado cada vez más digitalizado.

El Programa de Posadas Turísticas del Paraguay nace en el año 2011, por iniciativa de la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR), en el municipio de San Cosme y San Damián, Departamento de Itapúa (Secretaría Nacional de Turismo [SENATUR], 2022). Las posadas ofrecen alojamiento con servicios básicos estandarizados para los visitantes, en poblaciones rurales o urbanas, que cuenten con recursos o atractivos turísticos de alto poder de atracción, permitiendo al visitante el disfrute de la cultura local, en un ambiente natural, la gastronomía típica, y de la artesanía nacional. El objetivo principal del programa es el empoderamiento económico, especialmente de las mujeres, ya que el 90% de las posadas se encuentra lideradas por mujeres (SENATUR, s.f.). Para la creación del programa, los funcionarios de la SENATUR recibieron asesoría y capacitaciones del Viceministerio de Turismo de Colombia, quienes habían implementado un programa similar en su país. Las posadas se rigen bajo la Resolución 1076/11 que reglamenta el Programa de Posadas Turísticas del Paraguay, en la misma se establecen los requisitos de ingreso para los prestadores de servicios al programa, las modalidades y tipos de posadas, los criterios arquitectónicos, y la documentación a ser presentada (SENATUR, 2022).

La primera de ellas se establece en la localidad de San Cosme y San Damián en 2011; actualmente esta localidad cuenta con más de 10 posadas turísticas registradas en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos (REGISTUR). De acuerdo a la Resolución 1076/11, las modalidades y tipo de posadas turísticas son tres (3):

- **Modalidad A - Proyecto y mejoramiento de vivienda y saneamiento básico:** Para la inscripción de este tipo de posada es necesario proveer de una habitación con baño privado y closet, con la superficie mínima de 12 metros cuadrados, pudiendo ubicarse en la misma vivienda utilizada por el propietario.
- **Modalidad B - Proyecto de construcción de vivienda:** Este tipo requiere de la construcción de un espacio mínimo de 36 metros cuadrados, que contenga sala-comedor, dos habitaciones, baño, cocina y demás instalaciones.
- **Modalidad C - Posadas Comunitarias:** Como su nombre lo dice este tipo de posadas requiere de la conformación de grupos para la administración.

Al año 2024 se han habilitado más de 270 posadas en todo el Paraguay, siendo los departamentos de Cordillera, Itapúa y Paraguari los que registran el mayor número de las posadas (Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos [REGISTUR], 2024).

Alto Paraná es uno de los departamentos del Paraguay con mayor crecimiento económico, basado en el desarrollo comercial, turístico y agrícola; con municipio que aportan diferentes recursos para que ese crecimiento y desarrollo económico se logre (SENATUR, 2022). De acuerdo al Plan Maestro de Desarrollo Turístico 2023, el movimiento de turismo doméstico en Paraguay ha ido creciendo desde

el 2019, siendo Alto Paraná uno de los destinos elegidos por los paraguayos; esto ha generado un crecimiento en alojamiento, tanto hoteleros como extra hoteleros, que llegan hasta el departamento atraídos por visitar sus atractivos, disfrutar del ambiente tranquilo que ofrecen especialmente las posadas turísticas ubicadas en espacio naturales con belleza atractiva para el disfrute de los visitantes.

La utilización de las plataformas digitales y redes sociales para la promoción de los productos y servicios, es cada vez común; las redes se han convertido en útiles y necesarias para la interacción y conexión entre las personas. De acuerdo al artículo "Estadísticas de redes sociales en Paraguay 2023", el 65.5% de la población total del país utiliza de forma activa las redes sociales, siendo los teléfonos móviles la herramienta más utilizada para las conexiones a internet (Way2net, 2023).

Los pequeños alojamientos necesitan de estrategias de comercialización para dar a conocer todo lo que ofrecen por ser una forma llegar a su público objetivo, mostrando a sus posibles clientes lo que tienen. El presupuesto necesario para generar presencia en redes sociales, es mucho más bajo que lo que costaría una página web como tal, además el sistema operativo de las redes sociales, permiten mayor llegada al público objetivo de un alojamiento pequeño, en este caso las posadas turísticas del Departamento de Alto Paraná.

De acuerdo con la definición hecha por Hutt Herrera (2012) las redes sociales son espacios en el ciberespacio, donde los seres humanos interactúan entre sí, siendo los mismo conocidos o desconocidos, compartiendo informaciones de índole personal o profesional, formando conexiones entre ellos. Actualmente estar presentes en las redes sociales es de suma importancia para la promoción de las empresas, especialmente si son microempresas; representando una herramienta fácil y económica para los usuarios que sean propietarios de establecimientos, sin tener en cuenta del rubro que sea, pudiendo presentar un producto o un servicio.

De acuerdo con Noa Guerra y Salabrarria Rodríguez (2025), las redes sociales tienen características que las identifica, las cuales son: los usuarios son los que hacen la red, es decir sin ellos no existe red; el inter relacionamiento entre los usuarios; todas las redes sociales requieren de un perfil de usuario, donde se deben llenar información específica del mismo; se comparte la información; cada red social tiene a su vez características específicas; permiten los comentarios a la publicación favoreciendo la socialización entre usuarios; la implementación de la redistribución de información favoreciendo el ciclo de vida y el alcance de las publicaciones; puntuación o valoración de las publicaciones. Para la promoción de establecimientos no urbanos, ubicado especialmente en entornos rurales o poco urbanizados, se considera que las plataformas digitales más adecuadas son: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, y Flickr; especialmente por el tamaño que estas empresas, es importante de suma importancia publicaciones de contenidos con alta carga visual para vender servicios en el turismo rural (SKALA, 2025).

Algunas de las plataformas digitales y redes sociales más utilizadas en América Latina según Escala Blog (2024) son: Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok y Twitter; variando el porcentaje de usuarios y uso de acuerdo con los países. En Paraguay las redes sociales más utilizadas son Facebook, Instagram, teniendo un crecimiento considerable el número de usuarios que utiliza TikTok (Instituto Nacional de Estadísticas [INE], 2025). Las características específicas de cada una de estas redes sociales son:

- **Facebook:** Es la red social más popular, funcionamiento fácil, permite varios tipos de formatos para las publicaciones (vídeo, imagen o texto), interacción activa de los usuarios (Fernández-Paraniagua, 2022).
- **Instagram:** Facilita a los usuarios comunicar contenido multimedia, centra sus contenidos especialmente en imágenes y multimedia, de forma relativamente fácil para los usuarios permitiendo la interacción y la mayor visualización de los productos o servicios (PROTECCIÓN ONLINE, 2025).
- **TikTok:** Red social basada en vídeos musicales, permite crear fácilmente contenido video gráfico, presentándolos de forma corta, divertida y fácil (Expertos Negocios Online, 2023)

Las redes sociales ayudan a evitar la marcada estacionalidad de las empresas de turismo, especialmente en el interior del país, mejorando su condición comercial, puede ser manejado fácilmente sin tener mucho presupuesto para el rubro; permite llegar a un mayor número de visitantes potenciales, mejora la posición de la empresa en el mercado turístico local, favoreciendo claramente al desarrollo local y el crecimiento económico (Facchin, 2025).

## MATERIALES Y MÉTODOS

El presente trabajo de investigación se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo (Hernández et al., 2014). El objetivo de esta investigación fue analizar el uso que realizan las posadas turísticas del Departamento de Alto Paraná de las redes sociales (Facebook, Instagram, y TikTok) en el periodo correspondiente al año 2024. Para esto se identificaron cuáles son las redes sociales más comunes entre las posadas turísticas del Alto Paraná, verificando el tipo de cuenta que manejan las posadas turísticas que tienen presencia en las plataformas de Facebook, Instagram y TikTok, y determinando cuáles son las posadas turísticas del Alto Paraná con mayor posibilidad de crecimiento dentro del mercado por medio a las redes sociales. Se tomó como población las posadas turísticas de ubicadas en el Departamento de Alto Paraná, dando un total de 28 establecimientos inscriptos como tal en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay (REGISTUR), sin embargo solo seis (6) posadas turísticas se encuentran en estado de funcionamiento, para lo que se basó la muestra, resultado por conveniencia, teniendo como criterios de inclusión: la ubicación departamental, y encontrarse en funcionamiento de acuerdo a REGISTUR; siendo excluyente los demás estados registrados (REGISTUR, 2024). Para la recolección de datos se elaboró una lista de cotejo teniendo en cuenta: el municipio en que se ubica, la dirección exacta del establecimiento, los servicios que ofrece, presencia en las redes sociales: Facebook, Instagram, y TikTok. Se identificaron todos los alojamientos registrados como posadas turísticas en el Departamento de Alto Paraná en la página de REGISTUR en septiembre del año 2024, estando en funcionamiento; posteriormente se verificaron los alojamientos de la muestra, registrando la información requerida por la lista de cotejo, para el análisis final de los resultados obtenidos.

## RESULTADOS

Las seis posadas turísticas de la muestra se ubican en el Departamento de Alto Paraná, tres en el municipio de Hernandarias, correspondiente al 50% de la muestra, el 50% restante se ubican en los municipios de: Presidente Franco, Minga Guazú, y Juan León Mallorquín, contando con una posada turística cada uno como se puede observar en la Tabla 1.

**Tabla 1.** Denominación y ubicación de la posada turística

Nº	Nombre de la Posada Turística	Municipio en que se ubica
1	Cabaña Mi querido viejo	Juan León Mallorquín
2	Complejo Turístico Acuamanía	Hernandarias
3	Granja Acaray Poty	Hernandarias
4	La Cascada	Presidente Franco
5	Posada Punta Arena	Hernandarias
6	Posada Laguna Chata	Minga Guazú

**Fuente:** Elaboración propia (2024)

Los servicios e instalaciones que ofrecen cada uno de los establecimientos, además del alojamiento, son: el 83% de los mismos ofrecen actividades de esparcimiento, como canchas deportivas, senderos. Tres posadas cuentan con piscinas correspondiente al 50% (Cabaña Mi querido viejo, Complejo Turísticos Acuamanía y Granja Acaray Poty); el 67% de las posadas brindan servicios para actividades náuticas (Cabaña Mi querido viejo, Granja Acaray Poty, Posada Laguna Chata y Posada Punta Arena), mientras que la Posada La Cascada cuenta con un arroyo en su predio. Cinco de las posadas (83%) cuentan con quincho o parrillas para el uso del huésped, mientras que el 50% (5) ofrecen áreas de camping.

Con respecto a la presencia en Facebook, el 83% (5) de las posadas turísticas tienen cuentas activas en la red social, de las cuales la cuenta de la posada Granja Acaray Poty es cuenta personal y no tiene actividad. La cuenta de la posada Cabaña Mi querido viejo es una cuenta de empresa; sin embargo, su última publicación data del año 2017. Las demás son cuentas de empresa, teniendo registro de actividad dentro de los últimos dos meses (julio y agosto 2024) como se observar en la Tabla 2.

**Tabla 2.** Presencia de las posadas en Facebook

Nº	Nombre de la Posada Turística	Presencia en Facebook, denominación
1	Cabaña Mi querido viejo	Si, @cabañamiqueridoviejo, cuenta de empresa, última publicación 07/05/2017
2	Complejo Turístico Acuamanía	Si, @complejoturisticoacuamania, cuenta de empresa, última publicación 24/07/24
3	Granja Acaray Poty	Si, @granjaacaray, cuenta personal, sin actividad.
4	La Cascada	No cuenta
5	Posada Punta Arena	Si, @puntaarenahernandarias, cuenta de empresa, última publicación 08/09/24.
6	Posada Laguna Chata	Si, @posadaturisticalagunachata, cuenta de empresa, última publicación 22/08/24.

**Fuente:** Elaboración propia (2024)

El registro de cuentas de las posadas en la red social Instagram es del 66% (4); solo Granja Acaray Poty y La Cascada no cuentan. Tres de posadas cuentan con cuentas de empresas, solo una de ellas (Posada Laguna Chata) es cuenta personal. Las cuatro cuentas registradas son de acceso público, donde dos de las mismas han hecho publicaciones dentro del último mes, una de ellas registra como último posteo en mayo del 2024, y solo una registra como fecha de su última publicación 05 de diciembre de 2023, como se puede observar en la Tabla 3.

**Tabla 3.** Presencia de las posadas en Instagram

N°	Nombre de la Posada Turística	Presencia en Instagram, denominación
1	Cabaña Mi querido viejo	Si, @cabanamiqueridoviejo, cuenta de empresa, pública, última publicación 24/05/24
2	Complejo Turístico Acuamanía	Si, @complejoturisticoacuamania, cuenta de empresa, pública, última publicación 05/12/23.
3	Granja Acaray Poty	No cuenta
4	La Cascada	No cuenta
5	Posada Punta Arena	Si, @punta_arena_hernandarias, cuenta de empresa, pública, última publicación 03/09/24.
6	Posada Laguna Chata	Si, @posadaturisticalagunachata, cuenta personal, pública, última publicación 22/08/24.

**Fuente:** Elaboración propia (2024)

En la Tabla 4, se observa que el 50% de las posadas poseen cuentas en la red social TikTok, cuyos registros de publicaciones datan de las últimas dos semanas (29 de agosto, 08 y 09 de septiembre). Las posadas turísticas que cuentan que tienen cuentas en TikTok son: Granja Acaray, Posada Punta Arena y Posada Laguna Chata. Las posadas que no poseen cuentas son Cabaña Mi querido viejo, Complejo Turístico Acuamanía y La Cascada.

**Tabla 4.** Presencia de las posadas en TikTok

N°	Nombre de la Posada Turística	Presencia en TikTok, denominación
1	Cabaña Mi querido viejo	No cuenta
2	Complejo Turístico Acuamanía	No cuenta
3	Granja Acaray Poty	Si, @granjaacaraypoty, última publicación 08/09/24.
4	La Cascada	No cuenta
5	Posada Punta Arena	Si, @puntaarenapy, última publicación 29/08/24.
6	Posada Laguna Chata	Si, @posadaturisticalagunachata, última publicación 09/09/24.

**Fuente:** Elaboración propia (2024)

Mediante la observación y consultas a los encargados de los sitios (guías o informadores) se logró identificar las condiciones de accesibilidad a los sitios patrimoniales y su registro en la lista de cotejo, indicando si se cumplía o no con cada criterio observado durante la recolección en campo, posteriormente se analizaron los datos recolectados en gabinete trasladando los datos en una plantilla de Microsoft Excel, luego se procedió a su procesamiento por medio de esta herramienta, donde se contabilizó cuáles fueron los criterios con mayor y menor cumplimiento en cada sitio evaluado, obteniendo los siguientes resultados.

## DISCUSIÓN

El análisis realizado demuestra que la red social Facebook es la más utilizada por las posadas turísticas en funcionamiento del Departamento de Alto Paraná, arrojando un resultado del 83% de presencia. Sin embargo, una de las cuentas es personal y no de empresa. Los beneficios de contar con una cuenta de empresa en el Facebook otorgan un perfil profesional, permitiendo al usuario acceder a herramientas, funciones de seguridad y posibilidad de comercialización de los servicios si es que así lo requiere (Villalobos Toraya et al., 2023). El uso de cuentas profesionales permite a la empresa acceder a un mayor número de personas que representan clientes potenciales, consolidando su imagen en el mercado permitiendo que el perfil llegue a un número mayor de personas. Además, Facebook permite la acceder a las cuentas profesionales a programas de monetización, que favorece al usuario a incrementar sus ingresos (Lozano-Torres et al., 2021). Dicho esto se considera que las posadas con mayores posibilidades a crecer dentro del mercado turístico de alojamientos son Complejo Turístico Acuamanía, Posada Punta Arena, y Posada Laguna Chata porque tienen un movimiento constante y publicaciones recientes dentro de los últimos dos meses de esta investigación (julio y agosto 2024); en el caso de la Cabaña Mi querido viejo si bien es una cuenta profesional, se puede considerar que la misma está en desuso ya que la última publicación es del año 2017. El uso que las posadas turísticas le dan a sus cuentas de Facebook es para publicación de promociones, fotos de sus instalaciones y compartiendo los servicios que ofrece principalmente.

En el caso de la red social Instagram, el 66% (4) de las posadas turísticas en funcionamiento del Departamento de Alto Paraná poseen un perfil, siendo tres de las mismas, perfiles profesionales. Las interacciones de los perfiles se remiten tanto a la publicación de fotos de sus instalaciones y servicios, promociones, incluyendo videos. Las herramientas que el perfil profesional de Instagram ofrece son muy similares a los beneficios permitidos en Facebook; posibilita aumentar el reconocimiento por medio a la creación de contenido en diferentes formatos (publicaciones, historias y reels), atraer clientes nuevos en el mercado potencial, y relacionarse con sus seguidores por medio a suscripciones, programación de citas y "vivos" (León-Alberca et al., 2025). Instagram permite la interacción de los seguidores por medio a "me gusta", "compartir" o "guardar", de esta forma el profesional conoce el impacto que una publicación tiene entre sus seguidores (INESDI Business Techschool, 2025). Tomando como referencia lo expuesto, se considera que la Posada Punta Arena es la que mayor aprovechamiento les da a las herramientas que la categoría de perfil profesional le otorga a su cuenta. Las cuentas de Cabaña Mi querido viejo y Complejo Turístico Acuamanía, si bien son perfiles profesionales, no se visualiza una interacción continua en sus publicaciones, por lo que se considera que la gestión de la misma va conforme al abanico de herramientas y posibilidades de interacción que les brinda la red social. La Posada Laguna Chata tiene publicaciones constantes (última publicación

22/08/24), sin embargo, su perfil es una cuenta personal y no profesional, por lo tanto, no tiene las posibilidades de crecimiento que las demás poseen. Al pertenecer Instagram a la misma empresa de Facebook, Meta, permite la vinculación de cuentas entre ambas redes sociales; sin embargo, ninguna de las cuentas analizadas se encuentra vinculadas con sus respectivas cuentas en el Facebook.

En el caso de la red social TikTok, el uso que principalmente le dan las posadas turísticas que poseen una cuenta es la promoción de sus establecimientos por medio a videos cortos, grabados principalmente con dispositivos inteligentes. El origen de TikTok se remonta al año 2016 (Metricool, 2024), siendo la red social más nueva en el mercado con respecto a las demás analizadas, esto contribuye a que los usuarios de las posadas turísticas sean más tímidos en la promoción de sus establecimientos en dicha red. La característica principal de TikTok es la creatividad a la hora de la elaborar contenido, en un tiempo limitado, acompañados de melodías y sonidos. A diferencia de Facebook e Instagram, que son propiedad de una misma empresa, TikTok es propiedad de un conglomerado de origen chino (El Financiero, 2024); por lo tanto, no tiene forma de vinculación entre las cuentas de las demás redes sociales analizadas. Si bien TikTok brinda también beneficios similares a los perfiles profesionales de Facebook e Instagram para el logro de beneficios empresariales, el conocimiento de los mismos es prácticamente desconocido, considerando que la mayor limitación se centra en el dominio de las aplicaciones para la creación de contenidos que existen actualmente en el mercado. El número de usuarios en TikTok en Paraguay según el portal Estrategos, ha crecido considerablemente en los últimos años (Estrategos COMPOL, 2024), teniendo este dato, se considera que las posadas turísticas Granja Acaray Poty, Posada Punta Arena y Posada Laguna Chata; cuentan con posibilidades para incrementar su mercado, por medio a las herramientas que TikTok brinda a sus usuarios.

Las plataformas digitales y las redes sociales representan una herramienta muy valiosa para el posicionamiento y la competitividad de una empresa de servicios, especialmente si es pequeña. Los alojamientos experimentan constantemente picos de ocupación baja y alta, por lo que tener presencia en las redes sociales permite acceder a herramientas de promoción y ventas sumamente útiles. Conocer las características de los usuarios del mercado también es muy útil. En el caso de Facebook, según Batista Koorevaar, (2022) los usuarios pertenecen a la Generación Z y Millennials, teniendo un perfil bastante amplio sobre gustos y preferencias. En el caso de Instagram, es muy popular entre las personas menores de 35 años; sin embargo, el mismo autor considera que Instagram es también una red social atrayente para los usuarios entre 35 a 54 años, quienes demuestran interés principalmente en seguir a perfiles empresariales. En cambio, los usuarios de TikTok son principalmente público joven no mayor a 30 años; que está interesado en contenido entretenido. Las formas de interacción de los usuarios con las cuentas profesionales de su interés en este caso, las posadas turísticas, no solo es de "me gusta, guardar, enviar, repostear, etc."; también existe la posibilidad del uso del hashtag (#), o arrobar (@) la cuenta del establecimiento, siendo estas también opciones para medir la satisfacción de los usuarios. En el Facebook la cuenta de la Posada Laguna Chata es la que cuenta con el mayor número de seguidores entre las analizadas, así como en TikTok; sin embargo, en Instagram, Posada Punta Arena es que tiene el mayor número de seguidores. Otras atribuciones favorables que brinda la presencia en redes sociales es la credibilidad. En la actualidad, los posibles visitantes cuando tienen el nombre del alojamiento que piensan visitar, o están buscando alojamiento en un lugar donde quieren ir, lo primero que hacen es



buscar información en las redes sociales para conocer que dicen los usuarios sobre los servicios y las instalaciones del lugar. Estos atributos responden también al consumo responsable en el área del turismo por parte de los visitantes, además genera que el proveedor ofrezca servicios de calidad, siendo las redes sociales un espacio abierto para exponer situaciones y experiencias tanto positivas como negativas entorno al servicio recibido durante la estadía en la posada o en el lugar que visite por parte del visitante.

## CONCLUSIONES

Se concluye que las posadas turísticas del Departamento de Alto Paraná durante el año 2024, han tenido presencia digital en Facebook, Instagram y TikTok, presentándose variada pero aún con amplio margen de mejora. Se identificó que Facebook es la red social más adoptada, con un 83% de las posadas activas, aunque un porcentaje significativo aún utiliza perfiles personales en lugar de cuentas de empresa, limitando el acceso a herramientas profesionales esenciales para la promoción y monetización. Instagram le sigue en uso (66%), con un patrón similar de perfiles profesionales subutilizados o con baja interacción continua. TikTok es la plataforma con menor penetración (50%), lo que se atribuye a su novedad y a una posible falta de dominio en la creación de contenido corto y dinámico. A pesar de las diferencias en la gestión, se destaca el potencial de crecimiento en el mercado para las posadas que mantienen una actividad constante y emplean perfiles profesionales, como Complejo Turístico Acuamanía, Posada Punta Arena y Posada Laguna Chata. Se observó que el uso principal de estas plataformas se centra en la publicación de promociones, fotos de instalaciones y servicios, lo cual es un paso inicial positivo. Sin embargo, se identificó la oportunidad desaprovechada de integrar y optimizar estas plataformas. La falta de vinculación entre cuentas de Facebook e Instagram y el limitado conocimiento sobre las herramientas profesionales de TikTok impiden una estrategia de marketing digital integral y maximizan la visibilidad. Además, se identificó la importancia de las redes sociales no solo como herramientas de promoción y ventas, sino como espacios vitales para generar credibilidad y medir la satisfacción del cliente, influenciando directamente las decisiones de viaje de los consumidores modernos. En un mercado turístico cada vez más digitalizado, donde el 65.5% de la población paraguaya usa activamente redes sociales, es imperativo que las posadas turísticas de Alto Paraná inviertan en capacitación para gestionar eficazmente sus perfiles profesionales. Al hacerlo, podrán superar la estacionalidad, atraer a un público más amplio según las características demográficas de cada plataforma (Millennials y Generación Z en Facebook e Instagram, público joven en TikTok), y fortalecer su posición competitiva, contribuyendo así al desarrollo económico local y al empoderamiento de las mujeres que lideran la mayoría de estas iniciativas. La adopción estratégica de estas herramientas digitales es clave para el éxito y la sostenibilidad de las posadas turísticas en la región.

Finalmente, se exponen como sugerencias surgidas a partir de esta investigación: una persona dentro de la posada turística debe encargarse del manejo, promoción, actualización del perfil en redes sociales, pudiendo ser la persona más creativa. Las posadas turísticas deben utilizar perfiles profesionales, esto le permitirá tener acceso a las herramientas que ofrecen las diferentes plataformas de redes sociales. Las posadas turísticas deben invertir en redes sociales, accediendo a las pautas y otras herramientas que permiten mayor alcance dentro del mercado.

**Contribución de autores:** FSB y KMAG participaron de la concepción y diseño del trabajo, así como en la recolección y obtención de resultados, análisis e interpretación de datos, redacción del manuscrito. FSB participó de la revisión crítica del manuscrito y aprobación de su versión final.

**Financiación:** Propia.

**Conflicto:** Sin conflicto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Batista Koorevaar, D. (2022). Perfiles de usuarios en las redes sociales. TRUSTED SHOPS. <https://business.trustedshops.es/blog/perfiles-de-usuarios-en-redes-sociales/>
- El Financiero. (2024). ¿Quién está detrás de TikTok? Ellos son los dueños de ByteDance, la matriz china que EU acusa de espía. El Financiero: Economía, Mercados y Negocios en alianza con Bloomberg. <https://www.elfinanciero.com.mx/mundo/2024/04/24/quien-esta-detras-de-tiktok-ellos-son-los-duenos-de-bytedance-la-matriz-china-que-eu-acusa-de-spia/>
- Escala Blog. (2024). Redes sociales más usadas en Latinoamérica en 2022 y cómo aprovecharlas en tu empresa. <https://www.google.com/search?q=Escala.com+https://escala.com/redes-sociales-mas-usadas-latam/>
- Estrategos COMPOL. (2024). Paraguay Digital 2024: Una Mirada a la Revolución Digital. [estrategos.com.py. https://estrategos.com.py/paraguay-digital-2024-una-mirada-a-la-revolucion-digital/#:~:text=Tik%2DTok%20ha%20mostrado%20un,3%25%20de%20todos%20los%20adultos](https://estrategos.com.py/paraguay-digital-2024-una-mirada-a-la-revolucion-digital/#:~:text=Tik%2DTok%20ha%20mostrado%20un,3%25%20de%20todos%20los%20adultos)
- Expertos Negocios Online. (2023). Ventajas y desventajas TikTok | Características y para qué sirve. Estrategias digitales para emprendedores y expertos en negocios online. <https://www.expertosnegociosonline.com/tik-tok/>
- Facchin, J. (2025). Las 101 Redes Sociales más utilizadas e importantes del Mundo «Lista actualizada al 2025». El Blog de José Facchin. [https://josefacchin.com/redes-sociales-mas-utilizadas/#google\\_vignette](https://josefacchin.com/redes-sociales-mas-utilizadas/#google_vignette)
- Fernández-Paraniagua, A. M. (2022). Las Redes Sociales más utilizadas: cifras y estadísticas. IEBS. <https://www.iebschool.com/hub/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill.
- Hutt Herrera, H. (2012). Las redes sociales. Una nueva herramienta de difusión. Reflexiones, 91(2), 121-128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4796327>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2025). Tecnología de la Información y Comunicación en el Paraguay EPHC 2024. Instituto Nacional de Estadística Paraguay. <https://www.ine.gov.py/publicacion/9/tics>
- INESDI Business Techschool. (2025). Cuenta profesional de Instagram: qué es, ventajas y cómo activarla. Social Media. <https://www.inesdi.com/blog/cuenta-profesional-instagram/#:~:text=Una%20cuenta%20profesional%20en%20Instagram%20es%20una%20cuenta%20dise%C3%B1ada%20espec%C3%ADficamente,promocionar%20su%20negocio%20en%20l%C3%ADnea>
- León-Alberca, T., Calva-Cabrera, D., Renés-Arellano, P., & Inzunza-Acedo, B. (2025). Instagram como herramienta digital para la comunicación y posicionamiento de marcas de moda: estudio de caso en Ecuador. Universitat XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas, 42, 217-243. <https://www.redalyc.org/journal/4761/476181404009/html/>
- Lozano-Torres, B. V., Toro-Espinoza, M. F., & Calderón-Argoti, D. J. (2021). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. Revista Científica Dominio de las Ciencias, 7(6), 907-921. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i6.2371>
- Metricool. (2024). Toda la historia de TikTok: desde los primeros pasos hasta las últimas novedades. metricool: Blog. <https://metricool.com/es/historia-de-tiktok/>
- Noa Guerra, D., & Salabarría Rodríguez, D. (2025). Retos y perspectivas del turismo rural en Ciego de Ávila. Actas Iberoamericanas en Ciencias Sociales, 3(1), 9-20. <https://doi.org/10.69821/AICIS.v3i1.58>

- PROTECCIÓN ONLINE. (2025). Funciones, características y ventajas de Instagram. <https://www.protecciononline.org/funciones-caracteristicas-y-ventajas-de-instagram/>
- REGISTUR. (2024). Catálogo de prestadores de servicios. REGISTUR. <https://registur.gov.py/establecimientos?categoria=31&departamento=10>
- Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR). (2022). Resolución N° 1016/2011 Por la cual se establece el Reglamento del Programa de Posadas Turísticas del Paraguay. Senatur.gov.py. [https://senatur.gov.py/wp-content/uploads/2022/02/resol\\_1076\\_11\\_reglamento\\_programa\\_posadas\\_turistica\\_s.pdf](https://senatur.gov.py/wp-content/uploads/2022/02/resol_1076_11_reglamento_programa_posadas_turistica_s.pdf)
- Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR). (2023). Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2023-2030. Senatur.gov.py. [https://senatur.gov.py/recursos/plan\\_maestro\\_senatur\\_2023\\_2030.pdf](https://senatur.gov.py/recursos/plan_maestro_senatur_2023_2030.pdf)
- Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR). (s.f). Programa Nacional Posadas Turísticas del Paraguay. senatur.gov.py. <https://senatur.gov.py/posadas-turisticas/>
- Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR). (2022). Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Departamento de Alto Paraná. [https://senatur.gov.py/wp-content/uploads/2022/08/pedts\\_alto\\_parana.pdf](https://senatur.gov.py/wp-content/uploads/2022/08/pedts_alto_parana.pdf)
- SKALA. (2025). Marketing para alojamientos y casas rurales. KIT DIGITAL. <https://www.skalamkt.com/marketing-para-casas-rurales-alojamientos/>
- Villalobos Toraya, B. A., García Morales, Á., Ángulo Fuentes, H., & García Cupil, R. (2023). Análisis documental del Facebook como medio de comunicación en las organizaciones. Ciencia Latina Internacional, 7(3), 3651-3675. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i3.6432](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6432)
- Way2Net. (2023). Uso de móviles, Internet y redes sociales: Estadísticas de redes sociales en Paraguay 2023. <https://www.way2net.com/2023/12/estadisticas-de-redes-sociales-en-paraguay-2023/>