



INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA

OFICINA EN PARAGUAY

DOCUMENTO DE TRABAJO N° 5

*CONSIDERACIONES SOBRE EL
TURISMO RURAL EN EL PARAGUAY*

ASUNCIÓN, PARAGUAY
MARZO, 2009

© Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA. 2009

El Instituto promueve el uso justo de este documento.

Se solicita sea citado apropiadamente cuando corresponda

Esta publicación también está disponible en el Sitio Web Institucional: www.iica.int, www.iica.org.py

Coordinación del Proyecto:	Alex Barril García
Coordinación Editorial:	Fátima Almada
Elaboración de Contenidos:	Jazmín Escobar Guillermo Souto
Revisión:	Fátima Almada
Edición:	Fabrizio Zucchini
Diagramación e Impresión:	Gráfica Latina S.R.L.
Diseño de Portada:	Oficina del IICA en Paraguay

Asunción, Paraguay
2009

INDICE DE CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN.....	5
2. INTRODUCCIÓN	7
3. DEFINICIÓN DEL TURISMO RURAL EN EL PARAGUAY	9
4. ANTECEDENTES DEL TURISMO RURAL	13
5. LEGISLACIÓN NACIONAL ENTORNO AL TURISMO RURAL.....	15
6. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO RURAL EN PARAGUAY	21
7. POTENCIALIDADES GEOGRÁFICAS PARA EL TURISMO RURAL.....	33
8. INSTITUCIONES Y/O EMPRESAS INVOLUCRADOS CON EL TURISMO RURAL	35
9. PERSPECTIVAS DEL TURISMO RURAL.....	39
10. CONCLUSIÓN	43
11. BIBLIOGRAFÍA.....	45
12. ANEXOS.....	47

LISTA DE SIGLAS

ARP:	Asociación Rural del Paraguay
APATUR:	Asociación Paraguaya de Turismo Rural
BCP:	Banco Central del Paraguay
BID:	Banco Interamericano de Desarrollo
EMITUR:	Emprendimiento Misionero de Turismo
MIC:	Ministerio de Industria y Comercio
OMT:	Organización Mundial de Turismo
PIB:	Producto Interno Bruto
REDIEX:	Red de Inversiones y Exportaciones
SEAM:	Secretaria del Ambiente
SENATUR:	Secretaría Nacional de Turismo

1. PRESENTACIÓN

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA, ha identificado la necesidad de fomentar actividades agropecuarias vinculadas al turismo rural como uno de los mecanismos que apunten a la promoción del desarrollo rural, el fortalecimiento y articulación de negocios competitivos con sostenibilidad ambiental y viabilidad económica, validando al mismo tiempo el conocimiento tradicional y cultural.

Es así que el IICA ha establecido como uno de los nuevos temas de interés al agroturismo, creando un Programa Hemisférico dedicado a esta temática, cuyos objetivos se orientan a la creación de oportunidades para que las comunidades rurales mejoren sus condiciones económicas y sociales y apunten a la reafirmación cultural y patrimonial, al aprovechar los recursos naturales, humanos y productivos con los que cuentan.

Es en el marco del Programa Hemisférico, dirigido por Ena Harvey, y su iniciativa por conocer con mayor profundidad la trayectoria del turismo rural en el Paraguay, teniendo en cuenta los avances alcanzados y sus limitaciones, que la Oficina del IICA en Paraguay plantea el presente material denominado "*Consideraciones sobre el Turismo Rural en el Paraguay*" como un ejemplar de la Serie de la Publicación "Documentos de Trabajo".

Con este documento se pretende presentar una revisión histórica de los procesos –tanto públicos como privados– que se fueron dando en los últimos años en el país en torno al turismo rural y su estado del arte actual, considerando a su vez sus fortalezas y debilidades.

Esto teniendo en cuenta, que en el Paraguay las actividades turísticas se han venido desarrollando en forma acelerada sobre todo en los últimos 5 años, como una alternativa prometedora y con opciones diversas para nacionales y extranjeros.

Este desarrollo ha sido acompañado por un incipiente proceso de estructuración de una institucionalidad pública encargada del fomento y apoyo de las actividades turísticas nacionales y por una articulación y organización del sector privado para potenciar la eficiencia de sus emprendimientos.

Se espera que con una mirada retrospectiva y una exploración de las perspectivas desde el punto de vista funcional (en cuanto a oferta y demanda, mecanismos de operación, alcances) y estructural (desde su institucionalidad pública, privada, su organización y distribución territorial), contribuya con el inicio de una mayor discusión y análisis sobre la situación actual del turismo rural e incentive la proposición, definición y articulación de estrategias que potencien el desarrollo del tema en el país.

Por eso mismo, nótese que este documento de trabajo N° 5 no pretende agotar el tema sino por el contrario, apunta a proporcionar elementos sobre los cuáles construir conceptos y visiones comunes, compromisos y metas en pro del turismo rural.

Agradecemos la colaboración de Jazmín Escobar y Guillermo Souto en la realización del documento, a la Ing. Agr. Fátima Almada por la supervisión de la realización del trabajo y al equipo técnico de la Oficina del IICA en el Paraguay por sus contribuciones.

Reconocemos además el aporte dado por la Secretaría Nacional de Turismo, en la figura de su Ministra, Doña Liz Rossana Cramer, sobre informaciones, opiniones, recomendaciones y la autorización para difundir materiales sobre el turismo a nivel nacional que se adjuntan a este documento en formato digital.

Dr. Alex Barril García
Representante del IICA
en el Paraguay

2. INTRODUCCIÓN

Para la economía mundial, el turismo representa un sector de relevancia indiscutible, ocupando el cuarto lugar en generación de divisas para los países que lo realizan. Si bien, esta actividad no constituye aún una de las promotoras principales del desarrollo económico social actualmente, el país posee los recursos necesarios para poder desarrollarlo.

El turismo rural constituye una alternativa para ampliar las oportunidades de desarrollo del sector rural del país pues las actividades económicas a ella vinculadas están relacionadas principalmente con la agricultura y la ganadería.

Dentro de la gama que ofrece el turismo a los turistas a partir de dichos recursos, se pueden realizar varias actividades enmarcadas en tipologías de turismo. En este caso, una de ellas es el turismo rural que constituye una alternativa para la creación de empleos, mejorar la autoestima de las personas, revalorizar el patrimonio y la cultura autóctona de los pueblos y contribuye a generar mayor rentabilidad a las empresas, sean estas pequeñas o de mayor tamaño.

En el Paraguay, los inicios de esta modalidad se dan en el año 1997 con la iniciativa de unos estancieros de crear una Asociación de Turismo Rural, utilizando los recursos del medio rural para generar nuevas alternativas de rentabilidad. Con esto, se dan los primeros pasos en el desarrollo del turismo rural y en la identificación de las posibilidades de alojamientos que pueden darse utilizando los recursos del campo.

Así, progresivamente van surgiendo los campings, las granjas escuelas, las casas de retiro, entre otros que dan forma al turismo rural ofreciendo primero al visitante nacional y luego al extranjero, posibilidades de disfrutar de la naturaleza y de las actividades que si bien son comunes en el campo, son novedosas para el visitante.

El documento que se presenta, es el resultado de una compilación de información sobre el desarrollo del turismo rural en el Paraguay, a partir de los trabajos realizados sobre el turismo desde su concepción más amplia a lo largo de estos últimos 10 años, y de un análisis del estado del arte de esta categoría turística en el país.

En definitiva, esta compilación de información es una mirada más profunda al turismo rural en el país, contribuyendo a situar a los organismos y personas interesadas en seguir desarrollándolo en un contexto real a partir del cual se pueden tomar decisiones que puedan orientar las acciones futuras favoreciendo al sector rural en temas relacionados al turismo sustentable.

3. DEFINICIÓN DEL TURISMO RURAL EN EL PARAGUAY

Para hablar sobre el turismo rural es necesario definir en primer lugar el concepto del Turismo, que según la Organización Mundial del Turismo, OMT (1994), consiste en *“actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”* (Sancho, 199?, p.11).

A partir de allí se desarrollan varios conceptos de los diversos tipos de turismo, donde la OMT define al turismo rural *“como un conjunto de actividades que se desarrollan en dicho entorno, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria”* (Esper, 2003, p. 23).

En Paraguay se desarrollan varios tipos de turismo atendiendo a los diversos atractivos existentes, así se puede citar que la Secretaría Nacional de Turismo promociona diferentes opciones turísticas entre las que se mencionan:

- Turismo de aventura
- Turismo de pesca
- Turismo rural
- Turismo de naturaleza
- Turismo cultural e histórico
- Turismo de salud
- Turismo fluvial
- Turismo de golf
- Represas Hidroeléctricas Binacionales
- Ecoturismo en Áreas Silvestres Protegidas

Todos estos atractivos por temas de interés son desarrollados en diferentes puntos del país, principalmente en la Región Oriental, y promocionados por la Secretaría Nacional de Turismo.

El turismo rural forma parte de esta clasificación por tema de interés y es definido en el marco del *Plan Maestro Nacional de Desarrollo del Sector Turístico-Paraguay 2018*¹ como aquel que *“utiliza el campo como un recurso más. No se trata tan solo de relacionarse con la naturaleza, sino que el turismo rural se asocia con la búsqueda de tranquilidad y espacio para dedicarse a actividades de recreo al aire libre por parte de las personas que viven en el ámbito urbano”* (Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018). Este concepto busca diferenciar toda actividad turística que se realiza fuera del

¹ Elaborado bajo el liderazgo de la Secretaría Nacional de Turismo, SENATUR en el año 2008.

área urbana independientemente del tipo de turismo que se realice, es decir, todo aquello que se realice fuera del casco urbano es considerado turismo rural.

Otro de los conceptos utilizados en Paraguay fue citado por el Sr. Jorge Ramirez Yelsi de la Secretaría Nacional de Turismo en el Seminario *“El Turismo Rural en las Américas y su Contribución a la Creación del Empleo y a la Conservación del Patrimonio”* realizado en Asunción en el año 2003, donde expone que el turismo rural es *“la modalidad turística que incluye en su oferta el alojamiento en la propia vivienda de una explotación agropecuaria (Estancia o Granja), generalmente en la casa que ocupan los mismos dueños y su familia o en una casa de huéspedes ubicada en el mismo casco del establecimiento. Se ofrece también la degustación de comidas típicas regionales o nacionales, con sabrosos platos de recetas caseras celosamente guardadas y transmitidas de una generación a otra. Finalmente, la observación y participación en las actividades productivas del establecimiento (cultivos, cosechas, ordeño, manejo de ganado, y otras) forman parte del programa ofertado”*.

También en el glosario *Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018* se citan conceptos que guardan relación al turismo rural como:

- Agroturismo: También conocido como turismo de granjas porque alude a las oportunidades turísticas de granjas en funcionamiento. Este tipo de turismo implica una relación estrecha con los paisajes rurales y las personas que viven en ese ámbito y va más allá del mero disfrute visual. El agroturismo es una forma de estimular la economía de determinadas zonas rurales.
- Hotel rural: Los hoteles rurales son casas solariegas que se han adaptado para funcionar como hoteles, que ofrecen alojamiento en el marco de una casa o un hogar que tiene valor arquitectónico y/o histórico. Este tipo de lugares sirven de retiro y alejan a los huéspedes de las presiones cotidianas, sin que ello suponga no tener relativamente al alcance de la mano algún comercio y atracciones e instalaciones turísticas. A menudo son propiedades de pequeños empresarios, con lo que el producto que se ofrece refleja la personalidad del propietario.
- Villas Agroturísticas: Son complejos destinados al alojamiento y a la realización de actividades de naturaleza agrícola. La villa agroturística está destinada a dar cobijo a un gran número de turistas, en un entorno rural y a contar con producción autosuficiente, lo que genera un tipo de alojamiento innovador y educativo.

La Asociación de Turismo Rural del Paraguay hace otra clasificación donde distingue que dentro del turismo rural existe: el turismo de estancia², turismo de granja³ y el agroturismo. Esta clasificación esta dada, según el caso, ya que en las estancias las actividades son a mayor escala, pues se cuenta con ganadería extensiva de cría o de engorde. Las granjas sin embargo cuentan con otro tipo de animales tales como aves de corral, ovejas, cabras, cerdos, conejos, inclusive, vacas lecheras, mientras que el Agroturismo por su lado nos enseña otro modelo de desarrollo

² Estancia: Extensa tierra agrícola destinada principalmente a la ganadería o a determinados tipos de cultivos extensivos. Fuente. Glosario.net. www.ciencia.glosario.net

³ Granja: finca de pequeñas extensiones dedicadas a la cría de animales. Fuente. Diccionario de la Real Academia Española. <http://buscon.rae.es/drae/> . Hacienda de establos que consta de establos, huerta y casa habitable. <http://www.wordreference.com/definicion/granja>

productivo del campo. Consecuentemente, éstas características exigen una planificación diferente de las actividades que se ofrecerán a los visitantes de los establecimientos rurales⁴.

⁴ Información obtenida de la Asociación Paraguaya de Turismo Rural, APATUR. Disponible en: <http://www.turismorural.org.py/turismo.htm> Visita realizada el 10 de enero de 2009.

4. ANTECEDENTES DEL TURISMO RURAL

El turismo rural se inicia a partir de acciones concretas de productores agrícolas y ganaderos, quienes utilizaron la infraestructura de sus establecimientos con el fin de ofrecer varios servicios relacionados al turismo con la intención de mejorar la rentabilidad productiva de dichos lugares. El primer registro de la formación de dichos establecimientos data de 1997. (Esper, 2003).

Ese año, sucedieron hechos importantes que dieron inicio a este nuevo tipo de turismo instaurado en Paraguay. El primer hecho fue la identificación de varios establecimientos rurales a través de la Misión de Cooperación de la OMT, financiada por la Secretaria Xeral para o Turismo de la Xunta de Galicia en el año 1997. Dentro de los términos de referencia estaban la planificación del desarrollo del turismo rural, que incluía una propuesta de criterios de configuración de espacios físicos, inmobiliarios y geográficos, en los que se podía llevar a cabo las actividades relacionadas al turismo rural. El resultado fue un documento con propuestas y recomendaciones sobre puntos que se deben desarrollar dentro del turismo rural como la creación de un plan de acción para la creación de Estancias, estudios de mercado, ofertas de alojamiento, formación y capacitación de recursos humanos, establecer la financiación, comercialización, promoción, entre otros.

Otro hecho importante fue el Seminario de "Turismo de Estancia" llevado a cabo ese mismo año, en la sede de la Asociación Rural del Paraguay, ARP. En ella, se expusieron experiencias de otros países de América latina como los de Argentina, Uruguay y Brasil. Motivados por los avances alcanzados en la región y como producto del Seminario, los propietarios de varios establecimientos, muchos de ellos ganaderos, decidieron crear una asociación denominada Asociación Paraguaya de Turismo Rural, APATUR, que actualmente sigue funcionando.

Un dato resaltante fue proveído por la presidenta de APATUR, la Sra. Marian Pion quien en una entrevista comentó que a finales del año 1997 y principios de 1998 llegaron al Paraguay más de 400 turistas alemanes en pequeños grupos para conocer el país y visitar dentro de sus itinerarios turísticos algunas estancias rurales ya formadas.

A partir de estos hechos fueron suscitando otros acontecimientos como la creación de una asociación de propietarios de establecimientos rurales en el departamento de Misiones en el año 1998 denominado Emprendimiento Misionero de Turismo, EMITUR. Uno de los objetivos es atraer a turistas nacionales y extranjeros al departamento de Misiones para que puedan disfrutar de la naturaleza, la cultura y la historia. Forman parte de esta asociación varios propietarios de establecimientos ganaderos situados en ese departamento que han acondicionado sus estancias y granjas para albergar a turistas. Otra de las acciones de esta asociación fue la creación del Festival Latinoamericano de la Doma y el Folklore que todos los años se realiza en la Estancia Tacuatí en la ciudad de Santiago con el fin de promocionar y difundir la tradición misionera, el folklore y las costumbres paraguayas.

En el año 2001, nuevamente la OMT envió al país una Misión de Asistencia Técnica con el fin de identificar las acciones que favorezcan la comercialización y el desarrollo del Turismo Rural. En el documento se expresa la situación actual y potencial del turismo rural, la oferta actual y potencial, algunas sugerencias de estrategias de comercialización y recomendaciones para ampliar el negocio de turismo de estancias. Estas recomendaciones fueron utilizadas por la Asociación Rural del Paraguay y sirvieron como documento base en la promoción y difusión del turismo rural a través de la SENATUR.

En el año 2003, se realizó el Seminario sobre turismo rural y su contribución a la creación del empleo y a la conservación del patrimonio donde se expone la situación del turismo rural en América latina, señalando puntualmente experiencias de los países miembros de la OMT.

En el año 2004, se reunieron representantes de Asociaciones de Turismo Rural de Brasil, Paraguay y Uruguay en la Feria Rural de Turismo, FEIRATUR donde han firmado una carta de intenciones para *“promover la comercialización de productos de turismo rural en América del Sur con la intención de atraer a otros países que pertenecen al Mercosur y reforzar la imagen de los destinos rurales internacionalmente”*. (Okuyama, 2004).

En el año 2006, la Secretaría Nacional de Turismo inicia tratativas con el gobierno portugués para crear la primera guía de turismo rural del Paraguay con fondos de dicho Gobierno canalizados a través del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, según los términos de referencia del proyecto, el objetivo era *“la contribución al desarrollo del turismo rural en Paraguay a través de la publicación de dicha guía con el fin de divulgar en el exterior un conjunto de actividades y servicios de alojamiento a turistas que buscan un turismo diferente, completo y diversificado en el espacio rural”*. Esta iniciativa podría generar un posicionamiento de un producto turístico, generaría fuentes de trabajo a varias personas, principalmente a las comunidades que viven cerca de las estancias ya que así podrían ofrecer alternativas de visitar patrimonios, monumentos, participar de manifestaciones folklóricas, entre otros. Si bien la intención no pudo concretizarse hasta la fecha debida a cuestiones de índole burocrático, se han iniciado nuevos acuerdos verbales para trabajar nuevamente dentro de este tipo de turismo.

En el año 2008, se crea el *Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018*, donde se citan varios programas de desarrollo del turismo rural que serán llevados a cabo a partir del 2009, donde ambos sectores, el público y el privado, interactuarán para poder cumplir con los objetivos propuestos. Más información sobre los programas del Plan Nacional de Turismo serán citados en el siguiente punto de este documento.

5. LEGISLACIÓN NACIONAL EN TORNO AL TURISMO RURAL

La legislación nacional relacionada al turismo nace en el año 1969 con la Ley N° 152, que crea la Dirección Nacional de Turismo dependiente del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones. A partir de allí, se trazan objetivos relacionados a la capacitación de recursos humanos, promoción y difusión, fomento de la construcción de hoteles, albergues, paradores; conservación del patrimonio, exposición de la artesanía, entre otros. Recién en el año 1998, se crea la Secretaría Nacional de Turismo, SENATUR a través de la Ley N° 1.388/98, constituyéndose en un Órgano dependiente directamente de la Presidencia, con presupuesto propio, que debe cumplir varias funciones relacionadas a la planificación, ejecución, promoción, difusión, desarrollo de zonas turísticas, entre otros, en conjunto con el sector privado. (Ver anexo 1).

Posteriormente, en el 2005 se promulga la Ley N° 2.828/05 de Turismo, ya que antes solo existían acuerdos bilaterales con otros países y no existía una Ley que regulase las acciones del sector. En su artículo 1° señala, que es la encargada de *“regular la orientación, facilitación, fomento, coordinación y control de la actividad turística”*. En ella se explican los puntos principales de acción, cual es la Institución encargada de hacer cumplir la Ley, de las obligaciones del Estado, del Sistema Turístico Nacional en sí, de las modalidades de turismo, entre otros. (Ver anexo 2).

En el año 2008 se elabora el *Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018*, donde se presenta la realidad social, económica, cultural, educativa y por sobre todo la realidad actual del turismo del Paraguay con sus fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas. A partir de allí se originan lineamientos de acción a corto, mediano y largo plazo traducidos en acciones puntuales que son realizadas para desarrollar el turismo en los diversos ámbitos que abarca, favoreciendo a la población, mejorando la calidad de vida y colaborando fuertemente con el crecimiento de la economía nacional.

La visión turística del país se describe como sigue: *“Paraguay será un país competitivo a nivel turístico en la región en eventos y convenciones y se posicionará en la esfera internacional en base a los ejes temáticos del país: su naturaleza, variedad de ecosistemas y poder del agua, su cultura autóctona y mundo guaraní y el diálogo permanente con lo vida rural. Su desarrollo se producirá de forma sostenible tanto en lo social, en lo cultural, en lo económico y en lo medioambiental, para incrementar la calidad de vida de los paraguayos y convertir el turismo en uno de los sectores productivos principales del país”*.

En el Plan Nacional existen programas y proyectos a ser desarrollados, que se relacionan a la capacitación de recursos humanos, creación de puestos de trabajo, promoción del país, fomento de los diferentes tipos de turismo en todas sus formas, y perspectivas de crecimiento del sector turístico en los próximos años.

Algunos de los programas a desarrollarse en los próximos 10 años se citan a continuación atendiendo la clasificación de las acciones que parten de 5 ejes bien específicos, de los cuales se desprenden varios programas que a su vez tienen acciones concretas con objetivos trazados en lapsos de tiempos diferentes, atendiendo a las necesidades y a los recursos.

Dentro del Eje 2 del Plan Nacional correspondiente al Sector Empresarial se encuentran los programas de:

- *Mejora de la Planta Hotelera.* En este punto se intenta crear una red de alojamientos en el país acorde con el desarrollo turístico objetivo, tanto en capacidad como en calidad hotelera, con una estimación de 36.000 camas para el 2018.

Haciendo una comparación con el año 2007 el número de camas actual es de 12.421, lo que indica que se deben crear aproximadamente 24.000 camas más. Teniendo en cuenta, los establecimientos rurales tienen pensado crear unas 9.600 camas que serán distribuidas entre campings y hostales, donde los principales polos de desarrollo para este tipo de turismo se encuentran en Alto Paraná e Itapúa, luego le siguen el Pantanal en Alto Paraguay, el Chaco Central situado en Presidente Hayes y Boquerón; y el Centro de la Región Oriental como los departamentos de Paraguarí, Cordillera, Guairá, entre otros.

- *Calidad turística.* Tiene como objetivos impulsar la mejora del servicio turístico, implantar la cultura de la calidad, mejorar y dar a conocer la imagen del producto turístico a través de un sistema de calidad. Dentro de este programa existen sectores a los que se aplican estas normas y entre ellos se encuentran los establecimientos rurales.

En el Eje 3 de acción del Plan Nacional denominado Recursos Humanos se encuentra:

- *Programa de formación y capacitación turística.* Tiene como objetivos: disponer de un sistema académico de formación en materia de turismo altamente cualificado, contar con enseñanzas especializadas en materia de turismo, crear una estructura de capacitación y formación de los niveles medios, entre otros. Todos estos objetivos están relacionados al turismo rural.

Dentro del Eje 4 de acción Productos Turísticos se sitúa:

- *Programa de productos turísticos.* Tiene como objetivos: establecer y articular los productos turísticos del Paraguay y señalar áreas estancas para trabajar posteriormente de forma particular en cada una de ellas sin perder de vista el nexo común entre todas.

Algunos programas con acciones a realizarse durante los próximos 5 años:

Cuadro N° 1. Programas y acciones en el marco turístico

PROGRAMA	OBJETIVO	ACCIONES/INVOLUCRADOS
<p><i>Programa para el Emprendimiento Empresarial en el Sector Turístico</i></p> <p>Eje Empresarial</p>	<p>Actuación intersectorial para mejorar la competitividad buscando la interrelación del sector turístico con otros sectores económicos y promover el asociacionismo empresarial.</p>	<p>Creación de mesas de trabajo sectoriales, en donde las estancias rurales formarán una para luego interrelacionarse con otras con el fin de crear planes sectoriales de turismo atendiendo a los servicios ofrecidos como alojamientos, restauración, ocio, entre otros.</p> <p>Los inversores de este programa serán la Secretaria Nacional de Turismo y el Ministerio de Industria y Comercio del sector público y los gremios y asociaciones del sector privado.</p> <p>Con este programa se pretende crear nuevos empleos, mejorar la competitividad de las empresas locales, entre otros. Posee mayores impactos socioeconómicos, además de impactos medio ambientales y territoriales.</p>
<p><i>Programa de Desarrollo y Ampliación del Número de Plazas de Camping en diferentes departamentos como Alto Paraná, Itapúa, Chaco, Pantanal y la región Centro Oriental</i></p>	<p>Desarrollar el turismo de camping, dotar a las principales ciudades de espacios rurales de valor paisajístico y recreo dirigido principalmente a promover el turismo interno en el país, incremento de la inversión nacional, entre otros.</p>	<p>Las inversiones serán tanto públicas como privadas (nacionales y extranjeras) y se espera que generarán un total de 387 puestos de trabajo permanente.</p>

PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Formación de red de estancias turísticas del Paraguay

Poner en valor turístico el patrimonio agropecuario del país; re-inventar el proceso productivo de las estancias agrícolas y ganaderas, en función a acoplar una nueva unidad de negocios; facilitar una mejor imagen para el país de los productos agropecuarios; contribuir a la dinamización de las zonas rurales, localizadas en zonas de accesos difíciles.

Los agentes inversores serían los sectores público y privado (propietarios de estancias y otros gremios privados). Algunos efectos directos: ayudará a promover los diferentes productos agrarios del país e integrará mejor las haciendas con su entorno geográfico.

Se menciona que como la actividad turística es una actividad complementaria que produce alta rentabilidad utilizando la infraestructura existente de una estancia productiva agropecuaria para prestar servicios turísticos, el número de empleos permanentes relacionados directamente el turismo es reducido, no así el número total de empleados de todo un establecimiento donde se contabilizan también las demás actividades.

Creación red de restaurantes rurales

Poner en relevancia la gastronomía típica del país; proporcionar al turista nacional y extranjero la posibilidad de descubrir la gastronomía del país; inventariar y clasificar los restaurantes existentes situados en el interior del país; incrementar el número de restaurantes rurales del país.

Los agentes inversores serían los sectores público y privado (asociaciones de estancias, restaurantes, empresas de gastronomía y hotelera).

Algunos efectos directos: incremento de los ingresos turísticos y de la estancia media; diversificación de la oferta turística; favorecer e incentivar la permanencia de los turistas en el país, entre otros.

Desarrollar una red de villas agroturísticas (cooperativas, granja

Desarrollar el sector hotelero del país; desarrollar las villas agroturísticas del país; potenciar el turismo rural y

Los agentes involucrados serían los sectores públicos (Secretaría Nacional de Turismo y el Ministerio de agricultura y Ganadería) y privado (cooperativas,

<i>escuelas, otros)</i>	educativo; promover el turismo rural interno del país acercando la vida rural a la población; desarrollo y cuidado de las áreas rurales que en la actualidad carecen de visitantes.	establecimientos productivos, empresarios y propietarios de villas agropecuarias).
-------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico – Paraguay 2018

Con estos programas se pueden ver que actualmente en el Paraguay se necesita desarrollar el turismo de tipo rural, razón por la cual fueron trazados programas a 5 y 10 años con el fin de trabajar en conjunto tanto el sector público y el privado con cooperación internacional de manera a apuntar a una mejor calidad de vida de la población rural generando trabajo y así crear una alternativa que contribuya al crecimiento económico al país.

Es necesario entender que todavía falta mucho por hacer, pero que es el tiempo de empezar a partir de una hoja de ruta ya trazada por el Plan Nacional.

Para el caso del turismo rural, en la actualidad no existe una Ley que la regule de manera específica pero como forma parte del turismo en general, las mismas acciones utilizadas para los otros tipos de turismo son aplicadas para este tipo en particular. Sin embargo, los programas existentes son específicos teniendo en cuenta la zona a desarrollar, los recursos, el mercado meta, los recursos humanos y las actividades, ya que de esto depende de que sea considerado "rural". Esto no significa que no pueda ir acompañado de actividades que son considerados dentro de otros tipos de turismo.

6. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO RURAL EN PARAGUAY

6.1. Oferta turística

La oferta turística está compuesta por todos los servicios, productos y organizaciones involucradas en la actividad turística. (Sancho, 199?, p. 47). Por ello es necesario analizar ciertos aspectos que tienen que ver con el tipo de servicio que se ofrecerá al turista nacional o extranjero.

Actualmente existe en el Paraguay, 21 alojamientos tipo estancias y 71 alojamientos clasificados dentro de las modalidades de campings, granja-escuelas, casas de retiro y cabañas.

Haciendo una comparación con un estudio anterior realizado en el año 2003 por la Organización Mundial del Turismo a través de la Secretaría Nacional de Turismo de Paraguay, se tenían registrado solo 25 establecimientos donde la mayoría eran estancias.

Con esto podemos decir que, hay un aumento de la cantidad de establecimientos rurales atendiendo a la clasificación citada anteriormente que son aptos para el turismo, aunque faltaría un registro más detallado de todos los servicios ofrecidos por cada uno de ellos y la disponibilidad de camas para determinar el número de personas que podrían alojarse en estos tipos de establecimientos. Si bien parece que el número de estancias disminuyó, esto no puede ser asegurado ya que se desconocen los criterios utilizados en ambos periodos para considerar que un establecimiento corresponda a la categoría de estancia, lo que limita la comparación.

Según el estudio realizado en el 2003, el promedio de camas por establecimiento era de 15. Con esos datos se infiere que actualmente por cuenta con alrededor de 315 camas para el tipo de alojamiento en estancias y unos 1.000 lugares para los demás tipos de alojamientos en el medio rural. Éste último especificando lugares y no camas debido a que en los alojamientos tipo camping normalmente no hay la misma infraestructura para hospedaje.

A continuación se citan algunos establecimientos distribuidos en los departamentos de la Región Oriental del Paraguay promocionados en la página web de la SENATUR.

CUADRO N° 2. ESTANCIAS Y GRANJAS DE APATUR

ESTABLECIMIENTO	CIUDAD /DPTO
Rancho de Pintos	Caacupé / Cordillera
Aventura	Caacupé / Cordillera
Los Manantiales	Caacupé /Cordillera
Cabaña San Guillermo	Emboscada / Cordillera
Santa Clara	Caacupú / Paraguari
Granja Mamorei	Paraguari / Paraguari
La Quinta	Piribebuy / Paraguari
Cerro León	Pirayú / Paraguari
Ñemity Granja Ecológica	Yataity / Guairá
Laguna Blanca	San Pedro / San Pedro
Loma Linda	Caazapá / Caazapá
Golondrina	Caazapá / Caazapá
Don Emilio	Cnel. Oviedo / Caaguazú
Oñondivemí	J. A. Saldivar / Central
Quinta Ykua Satí	Asunción / Central

Fuente: Elaboración propia con datos de SENATUR

En el cuadro a continuación se observan los establecimientos agremiados a la EMITUR, ubicados dentro del departamento de Misiones, en la Región Oriental del país.

CUADRO N° 3. ESTANCIAS Y GRANJAS – EMITUR

ESTABLECIMIENTO	CIUDAD /DPTO
Tahyity	Misiones
Tambo Curupa’y	San Ignacio / Misiones
San Juan	Misiones
Granja Curupayty	Misiones
Cabaña San Francisco	San Miguel / Misiones
Tambo San Juana	Santiago / Misiones

Fuente: Elaboración propia con datos de SENATUR

Los establecimientos citados en el cuadro siguiente corresponden a aquellos que no están agremiados en las asociaciones anteriores, sin embargo forman parte del paquete turístico ofertado en el país, todos estos registrados en la SENATUR.

CUADRO N° 4. ESTANCIAS Y GRANJAS

ESTABLECIMIENTO	CIUDAD / DPTO
Complejo Agua Dulce	Paraguarí / Paraguarí
Estancia La Lilia	Pirayú / Paraguarí
Laguna Negra	Concepción
Primavera	Concepción
Doña Blanca	Concepción
Restrinca	Concepción
Lucile	Concepción
San Irene	Concepción

Fuente: Elaboración propia con datos de SENATUR

6.1.1. Personas que trabajan en el turismo rural

Las personas que son empleadas dentro de esta tipología de turismo son generalmente de la zona donde se sitúa el establecimiento y reciben capacitaciones por parte de los propietarios a partir de las funciones que deben cumplir. Puede darse el caso que contraten también a profesionales de diferentes lugares para tareas específicas con el fin de mejorar lo ya hecho o implementar nuevas técnicas.

Según las proyecciones hechas por la Secretaría Nacional de Turismo en el primer semestre del año 2008 y atendiendo a la cantidad de establecimientos existentes en el país, el volumen de personas que trabaja en el sector es como sigue:

CUADRO N° 5. EMPLEOS POR ESTABLECIMIENTOS. PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2008

Tipo	Cantidad Establecimientos	Total de empleo (fijo y variable)
Campings y granjas	71	499
Estancias	21	147
Parques y reservas con infraestructura turística	12	120
Total	104	746

Fuente: Plan Nacional de Turismo

No existe aún un estudio del nivel educativo y conocimientos que tienen las personas que trabajan como empleados fijos y variables en estos tipos de establecimientos. Pero es necesario invertir en cursos de capacitación, ya que a nivel nacional es una falencia importante.

Cabe mencionar que el idioma guaraní⁵ es el más hablado por la población rural y que por lo general los empleados fijos lo tienen como lengua nativa aún comprendiendo el español.

6.1.2. Actividades ofrecidas por los establecimientos rurales

- La gastronomía es un aspecto muy importante dentro de los establecimientos rurales, pues es la oportunidad de preparar platos típicos con recetas caseras utilizando todos los recursos del establecimiento como frutas, verduras, carnes, derivados de la leche, entre otros. Además existe la posibilidad que el turista pruebe platos artesanales que en otros lugares no los encontraría y que caracterizan al lugar específico que visita.

⁵ Idioma Guaraní es considerado idioma oficial y nativo de la República del Paraguay.

- Las actividades agropecuarias son las principales y en muchos casos los turistas además de ser observadores, practican las labores como una novedad. Algunas de ellas son: ordeño de vacas, marcación de animales, cosecha de hortalizas, vacunación, esquila de ovejas, rodeos, entre otros.
- Actividades deportivas como la pesca, natación, paseos a caballo, paseos en sulky o carretas, trekking, football, vóley, paseos en bote.
- En algunos establecimientos se realizan actividades de aventura como snorkel y además realizan actividades del tipo científicas como paseos guiados por senderos en bosques naturales, observación de la flora y fauna del lugar o específicamente de aves.
- Las actividades culturales están relacionadas con paseos a lugares históricos y visitas a asentamientos indígenas.
- La artesanía típica del lugar forma parte de este tipo de actividades, ya que además de la venta, en algunos casos se pueden observar la confección y/o elaboración de las mismas. Dentro de estas actividades podemos citar a los productos como dulces caseros, mieles, plantas nativas de los viveros, productos de la huerta, derivados de la leche, tejidos, entre otros.
- Eventualmente se ofrecen espectáculos folklóricos con shows en vivo, donde se muestra la música, la danza y tradiciones.
- Algunos establecimientos cuentan con servicios especializados de transporte y guías bilingües.
- Los servicios para eventos también son una característica de algunos, ya que cuentan con la infraestructura, los equipos y materiales como el caso de algunas casas de retiro, estancias y granjas-escuela.

6.1.3. Tarifas promedio

Las tarifas promedio oscilan entre 30 y 60 dólares por persona por día, dependiendo del tipo de servicios que ofrecen. Normalmente las estancias y las casas de retiro ofrecen alojamientos con pensión completa, es decir, incluyen en sus precios todas las comidas. Otros establecimientos por ejemplo, incluyen solo el alojamiento como el caso de los campings.

6.1.4. Medios y formas de promoción del turismo rural

Uno de los medios más utilizados para las promociones es internet, ya que algunos de ellos tienen su propia página web o bien están en la lista de los establecimientos rurales ofrecidos por la Secretaría Nacional de Turismo a través de su página oficial: www.senatur.gov.py.

Otra forma de promoción es a través de las guías de turismo, elaboradas por la Secretaría Nacional de Turismo, que se adjunta en versión digital a este documento (Ver CD en contratapa), por el Touring y Automóvil Club Paraguayo o por algunas Asociaciones de establecimientos rurales. Actualmente se encuentran disponibles en forma comercial en librerías del país los siguientes materiales:

La Magia de Nuestra Tierra

Guía Turística del Paraguay elaborada por la Fundación en Alianza

Dirección de la Fundación: Juan de Salazar 486 e/ San José y Boquerón, Asunción

Teléfono: (595 21) 22 22 15
Costo: Gs. 50.000 o su equivalente US\$ 9,80⁶.
Mail: fundacion@enalianza.org.py

Guía Turística del Touring y Automóvil Club Paraguayo, TACPY

Dirección del TACPY: 25 de mayo y Brasil, Asunción
Teléf: (595 21) 210550
Costo: Gs. 80.000 o US\$ 15,70
Sitio Web: www.tacpy.com.py

En muchos casos, los medios de prensa escritos realizan publicaciones semanales de algunos lugares turísticos del país o a través de los medios de prensa televisivos en programas especializados.

Las ferias internacionales son otros canales de promoción ya que a través de ellas se llegan a mercados específicos como los europeos y regionales.

Otra de las maneras de promocionar es a través de las fiestas populares como el caso específico de la Asociación de Estancias del departamento de Misiones que realizan todos los años una fiesta denominada “la Doma y el Folklore”, por citar un ejemplo.

También están los tours de familiarización denominados Fam Tours o Fam Press. El primer caso para operadores de turismo que generalmente de origen extranjero, y el segundo, para periodistas que pueden ser nacionales o extranjeros.

Según el Consultor de la OMT, Federico A, Wyss, que cita dentro del informe final de la Misión técnica de Asistencia Técnica para Paraguay realizado en el año 2001, “la mejor y principal promoción para el turismo rural es el boca a boca”, es decir, aquellas personas que visitan los establecimientos rurales y viven la experiencia en el lugar, son los encargados de difundir los buenos servicios que ofrecen y los atractivos que se pueden disfrutar.

⁶ Tasa de cambio del Banco Central del Paraguay, BCP al 10/02/09 igual a Gs: 5.090,00 por US\$.

6.1.5. La relación comercial en el turismo rural

Por lo general son los mismos propietarios de los establecimientos rurales los encargados de ofrecer y realizar las operaciones comerciales de sus productos, incluido el cobro de los productos, tanto a turistas del país como a turistas extranjeros.

Otra forma de comercializar es a través de la central de reservas de las asociaciones de establecimientos rurales, ya que una central de atención telefónica es utilizada por varios establecimientos para ese efecto.

Otra manera de operar comercialmente es por medio de promociones en internet, en publicaciones tanto en las guías de turismo y en revistas o periódicos.

En este apartado se sitúan además las operadoras de turismo que a partir de los servicios que ofrecen los establecimientos rurales y en combinación con otras actividades ofrecidas en el mercado nacional, se crean paquetes especializados de acuerdo al tipo de demanda existente. En varios casos se logran vender solo los establecimientos rurales que normalmente incluyen en un precio único: alojamiento, todas las comidas (desayuno, almuerzo, merienda y cena) y utilización de las instalaciones para realizar todas las actividades previstas.

Dos alternativas ofrecidas por la Operadora de Turismo Agyrsa⁷ se presentan a continuación, como ejemplos de los paquetes ofrecidos a través de internet para turistas nacionales y extranjeros:

Alternativa N° 5. Día completo de campo en Estancias. Tour privado.

“Disfrute de un día completo de turismo rural en las mejores estancias, rodeadas de paisajes naturales imponentes, con infraestructura completa para el reláx, la diversión o la auténtica experiencia de la vida de campo. Las actividades ofrecidas van desde paseos a caballo, ordeño de vacas, senderismo, safari fotográfico, paseos en sulki, vagones de tractores, paseos en bicicletas, piscinas, campos de deportes, parques infantiles hasta mini zoológico con especies de la región, todo esto sumado a sabrosa culinaria en el almuerzo incluido (bebidas a costo extra) y sincera hospitalidad. Incluye traslados desde Asunción ida y vuelta”.

Alternativa N° 6. Viva el campo en Estancias. Tour privado. 02 días/01 noche.

“Disfrute de un día completo de turismo rural en las mejores estancias, rodeadas de paisajes naturales imponentes, con infraestructura completa para el reláx, la diversión o la auténtica experiencia de la vida de campo. Las actividades ofrecidas van desde paseos a caballo, ordeño de vacas, senderismo, safari fotográfico, paseos en sulki, vagones de tractores, paseos en bicicletas, piscinas, campos de deportes, parques infantiles hasta mini zoológico con especies de la región, todo esto sumado a sabrosa culinaria en el almuerzo incluido (bebidas a costo extra) y sincera hospitalidad. Traslado desde Asunción ida y vuelta, alojamiento en cómodas y bien equipadas habitaciones, régimen de pensión completa cena, desayuno y almuerzo. (bebidas a costo extra)”.

⁷ Información obtenida en: www.agyrsa.com.py/zonas/asuncion_central.php Fecha de consulta: 12 de febrero de 2009.

6.2. Demanda turística

Formada por el conjunto de consumidores, o posibles consumidores, de bienes y servicios turísticos. Dentro de esta categoría están clasificados los turistas, los viajeros y los visitantes o excursionistas con diferentes características socioculturales, motivaciones y experiencias. Según Bowls (1949), citado por Sancho, et al (199-?) la diferencia entre un turista y un viajero es que mientras el primero piensa en regresar desde el mismo momento de su llegada, el viajero puede no regresar nunca.

A partir del punto de vista de la demanda en como se den las ofertas turísticas, se pueden distinguir diferentes formas de turismo: el turismo doméstico o interno, formado por personas que visitan su propio país o lugar de residencia; el turismo emisivo, cuando las personas de un lugar determinado se dirigen a otro lugar fuera de su país; y el turismo receptivo, cuando un lugar o país recibe a personas de otros países.

6.2.1. Procedencia de turistas

Según las estadísticas de la Secretaría Nacional de Turismo, los turistas provienen principalmente de Latinoamérica, es decir de Argentina y Brasil, luego le siguen Estados Unidos, Chile, Uruguay y países europeos como Alemania y España.

Para tener una visión más clara de la evolución de la demanda turística general en los últimos 10 años, se presenta a continuación un cuadro donde se expone la cantidad de turistas que llegaron al país en los últimos 10 años según su nacionalidad. Se observa así que nuestros principales visitantes son los vecinos argentinos y brasileros históricamente, lo que significa un público definido que accede a los servicios turísticos y con intereses específicos que deben ser tenidos en cuenta para la programación de la promoción, desarrollo y/o fortalecimiento de las opciones turísticas.

En él además se expone en última columna, el porcentaje de turistas según nacionalidad que visitaron el país durante el año 2007 para conocer la procedencia y preferencia según nacionalidad. La SENATUR denomina *cuota* a éste valor, por lo que en el cuadro se mantiene dicha denominación.

CUADRO N° 6. LLEGADA DE TURISTAS AL PARAGUAY POR NACIONALIDAD. PERIODO 1998-2007

NACIONALIDAD	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Cuota %
ARGENTINA	111.006	98381	141.055	170.575	160.758	177.741	197.563	209.130	194.532	184.745	44,44
BRASIL	77.304	62695	53.289	60.193	43.134	40.651	48.985	52.619	98.480	126.592	30,45
OTROS PAISES	44.890	32438	27.442	7.107	7.712	7.823	9.925	11.087	17.379	20.104	4,84
E.E.U.U	15.066	10174	9.694	8.695	9.012	9.210	12.012	13.044	13.262	14.540	3,50
CHILE	45.997	16146	10.992	5.964	4.694	6.262	7.282	9.941	14.238	12.707	3,06
URUGUAY	11.022	9424	6.924	5.351	4.939	5.775	6.692	9.287	10.295	10.623	2,56
ALEMANIA	7093	6110	5.943	4.403	4.505	4.826	6.336	7.622	9.324	10.362	2,49
ESPAÑA	5806	7357	4.587	2.815	2.668	3.100	3.618	4.460	5.300	6.936	1,67
BOLIVIA	7926	6044	9.492	2.842	3.119	2.177	2.825	6.835	4.850	6.122	1,47
PERU	4534	5148	8.943	1.588	1.559	1.749	2.348	2.422	3.526	3.808	0,92
JAPON	1520	2020	1.500	2.146	2.038	1.946	2.287	2.836	3.364	3.685	0,89
ITALIA	6440	5656	2.712	1.588	1.360	1.565	2.149	2.490	2.980	3.302	0,79
FRANCIA	1867	2976	2.308	1.672	1.510	1.610	2.002	2.341	2.936	3.293	0,79
COLOMBIA	5278	1536	837	1.059	815	849	1.446	2.108	2.801	2.696	0,65
CANADA	307	924	1.009	947	1.062	1.019	1.391	1.787	1.711	2.132	0,51
MEXICO	1973	1330	1.125	808	889	952	1.137	1.379	1.415	1.676	0,40
VENEZUELA	955	256	346	585	345	408	793	822	963	1.237	0,30
ECUADOR	608	406	317	334	304	512	496	635	1.109	1.142	0,27

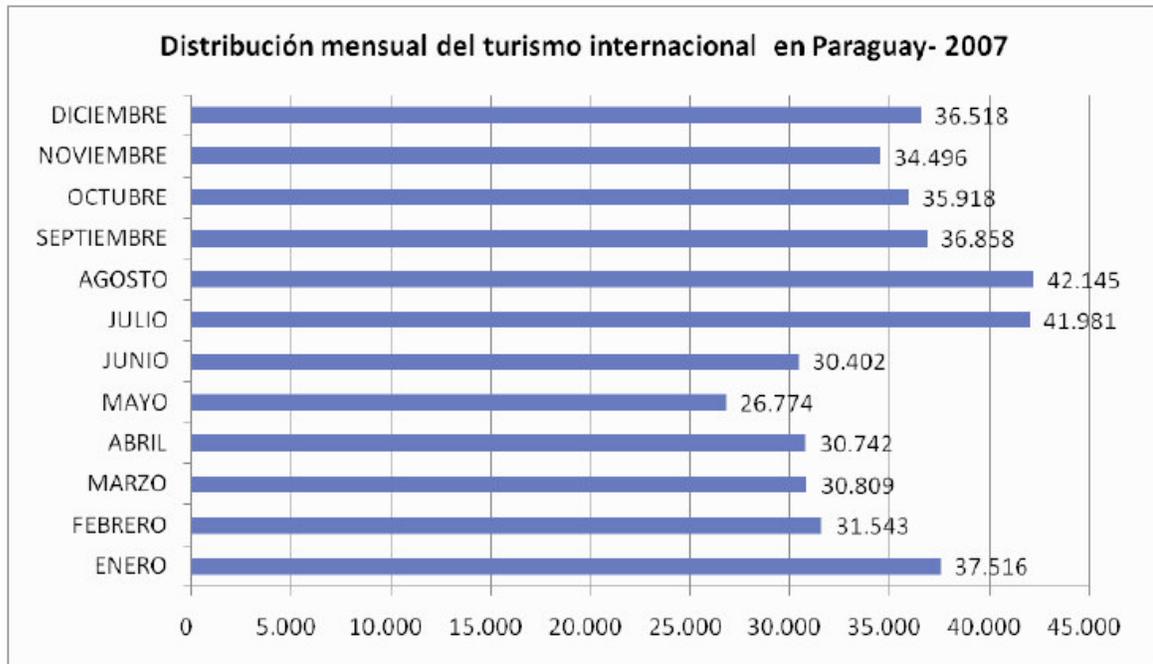
Fuente: Senatur

Como se podrá observar, no existe una diferenciación según el tipo de turismo existente en el país, por lo tanto no existe una cuantificación real sobre la cantidad de turistas extranjeros que utilizan los establecimientos rurales. Tampoco existe una cuantificación sobre la cantidad de turistas nacionales que utilizan los establecimientos rurales.

6.2.2. Estacionalidad

Según el cuadro N° 7, los meses de mayor presencia de turistas internacionales en el año 2007 fueron enero, julio, agosto, setiembre y diciembre, mientras que en mayo del mismo año se observó una disminución considerable de turistas.

CUADRO N° 7. DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE TURISTAS INTERNACIONALES. AÑO 2007



Fuente Senatur

Tampoco en este tipo de estudio se tiene una clasificación del tipo de turismo que se realizan mensualmente como tampoco la cantidad de turistas nacionales que visitan los establecimientos rurales. Pero normalmente en los periodos de vacaciones de verano: diciembre a febrero, y vacaciones de invierno en julio son los meses de mayor movimiento de turistas nacionales.

El único estudio que se realizó en relación a la cantidad de turistas nacionales que viajan se ha hecho durante el *Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018*, donde se analizó la cantidad de personas que podrían viajar en el país. A través del un estudio cualitativo llegaron a la conclusión de que 30% de la población viaja al menos una vez por año con un promedio de 80.000 a 100.000 guaraníes. Este porcentaje corresponde a la población total independientemente al tipo de turismo que realiza: turismo de aventura, de pesca, de naturaleza, cultural, entre otros.

6.2.3. Perfil del turista

Para analizar el perfil del turista es necesario citar algunos puntos importantes como:

- Composición de la demanda. Generalmente las personas que consumen el tipo de turismo rural van en grupos, familias y parejas. El promedio de edades oscilan entre los 25 y 55 años de edad tanto de hombres como mujeres.

- Estadía. Según el estudio realizado en el año 2003 sobre el turismo rural en el Paraguay para el seminario sobre turismo rural en las Américas, la estadía en los establecimientos rurales era de uno a dos días pernoctando en el lugar y consumiendo todos los servicios disponibles. Generalmente los turistas nacionales utilizan los fines de semana y los feriados largos y los turistas extranjeros utilizan los establecimientos combinados en paquetes turísticos.

- Nivel de renta. Normalmente las personas que consumen este tipo de servicio tienen un nivel de ingreso medio o alto, dependiendo del tipo de servicio que busca y por ende del tipo de establecimiento. Ya que generalmente los establecimientos rurales del tipo estancias son los que tienen precios más altos.

- Motivos de viaje. Según un informe de la Organización Mundial del turismo en Iberoamérica del año 2006, citado dentro del *Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018* de 2008, al Paraguay ingresaban en el año 2005: 45% de turistas por ocio, recreo y vacaciones; 34% para visitar parientes y amigos, salud, religión; y un 11% por negocios.

Los principales motivos que llevan al turista al medio rural ligados a los recursos naturales, que según Martínez, 2004 *“es el principal motivo por el cual los turistas se desplazan al medio rural”*, son: la tranquilidad y el reposo, el clima y el paisaje, el contacto con la naturaleza; las razones relacionadas a las motivaciones culturales están vinculados con los recursos culturales, la cultura rural y la hospitalidad de la gente; dentro de las motivaciones familiares se encuentran: la visita de amigos y familiares, la vuelta al municipio de origen, alojarse en casa de familiares o amigos; y por último otros objetivos pueden ser: ejercicio al aire libre, buenos precios, trabajo y negocios.

7. POTENCIALIDADES GEOGRÁFICAS PARA EL TURISMO RURAL

Cada Departamento posee características específicas del tipo de suelo, uso, recursos naturales y culturales que determinan la mejor alternativa económica y social para desarrollarlas.

Las actividades económicas están enmarcadas principalmente dentro de los sectores primarios como la ganadería, agricultura, forestal; y secundarios representado por las industrias.

El turismo es una actividad que muchas veces complementa a las actividades citadas más arriba y desarrolla productos que pueden ser ofrecidos a mercados nacionales, regionales e internacionales dependiendo de las características de la demanda.

Por ello, se realizó un diagnóstico rápido por departamento tanto en la región Oriental como Occidental del país con el fin de determinar los recursos disponibles para desarrollar las diversas modalidades de turismo.

En los dos cuadros que se citan a continuación vemos cuales son los departamentos aptos para el tipo de turismo rural, así como las demás modalidades a partir de los recursos y actividades específicas con el objetivo de ofrecer oportunidades comerciales generando ingresos económicos para las comunidades locales, mejorar la calidad de vida y conservar aquellos recursos disponibles.

CUADRO N° 8. POTENCIALIDADES GEOGRÁFICAS POR REGIÓN

Región Oriental			
<i>Depto.</i>	<i>Actividad</i>	<i>Recursos</i>	<i>Mercado</i>
Concepción	Pecuaria, ganadera, forestal	Ríos, arroyos, cavernas, cerro Memby, parques y reservas, estancias, fuerte San Carlos, Expo Norte, entre otros	Regional – Brasil
San Pedro	Agrícola, ganadera	Ríos, arroyos, ciudades históricas, Menonitas, Laguna Blanca	Interno o Nacional
Cordillera		Ríos, arroyos, Basílica, reservas, gastronomía, estancias, artesanías, sitios históricos, granjas escuelas, campings, otros.	Interno, Regional e Internacional
Caaguazú	Industrial y Exportador	Lagos, serranía, reservas naturales, Menonitas, fiesta del Tujú	Interno o Nacional
Caazapá		Parques, reservas, estancias, ciudades históricas, patrimonio histórico	Interno

Itapúa	Agrícola	Ríos, reservas, yerba mate, balnearios, áreas de camping, spa, ruinas jesuíticas, colonias de inmigrantes, comunidades indígenas, Expo Itapúa, entre otros	Interno, Regional e Internacional
Misiones	Agrícola, ganadero	Pueblos jesuíticos, Yacyretá, artesanía en lana, monasterios, museos, Tañarandy, rally, música, fiesta de la Tradición Misionera	Interno, Regional e Internacional
Paraguarí	Agrícola, ganadera	Ríos, lagos, reservas, saltos, estancias, granjas, campings, gastronomía, Azucarera Paraguaya.	Interno, Internacional
Amambay	Agrícola, ganadera	Ríos, cerros, parques y reservas naturales, comunidades indígenas, inscripciones precolombinas	Interno, Regional
Canindeyú	Agrícola, ganadero	Ríos, reservas naturales, puertos, comunidades indígenas, sitios históricos, fiesta del 30 de Julio	Interno, Regional
Región Occidental			
<i>Depto.</i>	<i>Actividades</i>	<i>Recursos</i>	<i>Recursos</i>
Presidente Hayes	Ganadera	Ríos, Parques y Reservas, Lagunas, Comunidades indígenas, Granjas escuelas, Estancias, Artesanía, Sitios históricos, entre otros.	Interno, Regional
Boquerón	Ganadería, ind. cárnica, prod. láctea, agrícola	Ríos, Lagos, Parques y Reservas, Colonias Menonitas, Zoológico, Sitios históricos, Rally, Estancias productivas, Cacería de Palomas	Interno, Regional e Internacional

Fuente: Plan Nacional de Turismo, 2008

8. INSTITUCIONES Y/O EMPRESAS INVOLUCRADAS CON EL TURISMO RURAL

Dentro del turismo en general se distinguen dos sectores que trabajan en pro del turismo. Por un lado, el sector público, en el cual se encuentran instituciones dependientes del Estado y por el otro, el sector privado, donde se concentran las empresas, cooperativas, asociaciones, fundaciones que se sostienen muchas veces con recursos propios o fondos extranjeros; son actores partícipes que buscan desarrollar y promocionar el turismo.

A continuación se describe cada sector para una mejor comprensión:

8.1. Actores públicos

Se encuentran varios organismos estatales como las intendencias, las gobernaciones, la Secretaría Nacional de Turismo y la Red de inversiones y Exportaciones (REDIEX) del Ministerio de Industria y Comercio.

La *Secretaría Nacional de Turismo* es la encargada de regular el turismo y es la responsable de la promoción y difusión de todos los productos turísticos ofrecidos en el país.

A través de ellas se crean programas específicos teniendo en cuenta el tipo de turismo y la demanda potencial y existente con el fin de crear puestos de trabajo para la población local, mejorar el nivel de vida de dicha población, atraer inversiones y generar divisas para el país.

Éste órgano viene realizando desde hace varios años acciones puntuales de promoción de los establecimientos rurales a través de su página web, creación de guías turísticas en conjunto con empresas y organismos del sector privado, presentación en ferias internacionales, entre otros.

A través del *Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018*, creado recientemente en el año 2008 se trazan algunas acciones concretas para el turismo rural, atendiendo a las necesidades de generar nuevas alternativas de productos utilizando los recursos disponibles en el país.

Uno de los productos más recientes de la SENATUR es el lanzamiento de las Guías Turísticas (Ver CD adjunto al documento), donde la *Red de Inversiones y Exportaciones* dependiente del Ministerio de Industria y Comercio, ha creado varias mesas sectoriales de exportación entre ellas la del sector turístico. En dicha mesa trabajan en conjunto el sector privado, representado por varias asociaciones, el sector público, representado por varias instituciones del gobierno y las universidades. (Ver anexo 3).

La mesa de turismo tiene unos objetivos específicos relacionados a invertir en el país para que se pueda exportar, así se presentan proyectos que son financiados con fondos extranjeros no reembolsables demostrando resultados en promoción, capacitación, entre otros.

Algunos de los objetivos de la Mesa de turismo se citan a continuación: a) fortalecimiento institucional de la Industria del Turismo; b) proyectar una imagen atractiva, crear y fortalecer productos competitivos e incrementar sustancialmente el número de visitantes y su gasto turístico, provenientes de los mercados mas rentables; c) capacitar recursos humanos y establecer normas

internacionales de calidad; y, d) promover legislación que permita establecer indicadores de Turismo Sustentable.

Todos los proyectos pueden ser presentados por una empresa, asociación o pueden agruparse y presentarlos en conjunto. Los montos están definidos de acuerdo a la magnitud del proyecto, la cantidad de empresas asociadas para desarrollar las actividades propuestas y según los objetivos trazados por la mesa, pues ésta se compone, además de sus miembros de un presidente que es electo por estos miembros y es generalmente del sector privado, y un gerente que es contratado por el Ministerio de Industria y Comercio, que se encarga de presentar los proyectos a la mesa, coordinar las reuniones, entre otros.

El turismo fue seleccionado como uno de los sectores de exportación dentro de la Mesa Sectorial por los siguientes motivos:

- Amplia oferta exportable
- Representatividad de Latinoamérica
- Localización Estratégica en el centro del cono Sur
- Moneda barata donde el costo de alojamiento, bienes y servicios del Paraguay está muy por debajo en comparación al mercado internacional
- Las autoridades del turismo están comprometidas como agentes promotores de cambio
- Destino novedoso por ser considerada una opción por descubrir dentro de la oferta mundial
- Compromiso del sector privado
- Tráfico aéreo que puede atraer nuevas conexiones al país
- Mercado ampliado debido al ingreso de nuevos países a la Unión Europea
- Más visitantes a los países vecinos de la región brindando la posibilidad de capturar viajes colaterales hacia el Paraguay

Entre algunas de las actividades más resaltantes que ha logrado la Mesa Sectorial de Turismo se encuentra la creación y posicionamiento de la Marca Turismo del país a través de una encuesta global sobre el concepto de Paraguay a partir de las opiniones de turistas nacionales y extranjeros que facilitaron la creación de un logo y un slogan que caracterizan al sector tanto a nivel local, regional e internacional.

También ha conseguido una importante inversión en proyectos de promociones en el extranjero a partir de los proyectos presentados por las asociaciones y empresas ligadas al sector. Asimismo, ha brindado apoyo en la confección de materiales promocionales y aporte en ferias internacionales de turismo, entre otros.

Las Gobernaciones y los Municipios actualmente algunos de ellos cuentan con secretarías del medio ambiente y turismo, pero que aún no están articuladas con la institución principal, la SENATUR,

responsable de direccionar las acciones por departamento de acuerdo a un marco de referencia como lo es el *Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018* que está elaborado en base a un diagnóstico previo de cada zona.

Aún no se sabe cuántos municipios y gobernaciones cuentan con estas secretarías u oficinas, así como tampoco hay un registro de las actividades que realizan actualmente. Pese a ello, se tiene pensado formar un Consejo de Turismo Departamental delegando varias actividades e involucrando más a los municipios de tal manera a que sean co-partícipes de todas las acciones realizadas.

8.2. Actores de asociaciones y empresas privadas

El sector privado está conformado por algunas asociaciones de estancias como el caso de la Asociación Paraguaya de Turismo Rural y Establecimientos Misioneros de Turismo; empresas particulares que tienen granjas o estancias que normalmente han adaptado su establecimiento agro ganadero a las exigencias del mercado y las han convertido en lugares turísticos; algunas organizaciones no gubernamentales, como el caso de la Fundación Paraguaya que tiene una granja escuela que ofrece servicios turísticos y el caso de la Asociación Guyrá Paraguay que actualmente tiene Reservas Naturales a su cargo como la de San Rafael, donde ofrece servicios básicos para el turista en contacto con la naturaleza.

Otro grupo de privados abocados al turismo rural es el conformado por algunas colonias menonitas como las de la Región Occidental o Chaco, quienes están dedicados principalmente a la agro ganadería, pero que tienen establecimientos con actividades relacionadas al turismo rural donde el visitante puede formar parte de la experiencia cotidiana de dichos lugares.

Existen además otras organizaciones como la Fundación Tierra Nuestra que trabaja en poblaciones locales desarrollando proyectos con actores locales en un medio rural, como el caso del Lago Ypoá. Sin embargo, esta experiencia ha estado más relacionada a las actividades en función al humedal (como recurso natural) y no al agro o la ganadería.

Dentro de este grupo de actores se pueden mencionar además a los operadores y agencias de viajes, responsables de comercializar los productos ofrecidos por los establecimientos rurales. Generalmente realizan paquetes especializados enfocados al tipo de mercado y específicamente, al grupo que va a utilizar los servicios turísticos. Para ello se tienen en cuenta algunos puntos importantes como épocas del año, edad de los turistas, sexo, gustos y preferencias, número de días que desean pernoctar, lugar de residencia, recursos disponibles en la zona, idioma, experiencias anteriores con grupos similares, entre otros.

El Touring y Automóvil Club Paraguayo es otra de las organizaciones no gubernamentales que colabora estrechamente en el desarrollo del sector turístico a través de materiales promocionales como las guías, mapas ruteros, promociones de establecimientos rurales en su página web, creación de alojamientos en la región Occidental para albergar a turistas, apoyo de campañas de concientización que la Secretaría Nacional de Turismo organiza como “Los Mejores Baños en Ruta”. También tiene a su cargo, la realización del Rally del Chaco y el Proyecto Camino Jesuítico con fondos de Banco Interamericano de Desarrollo.

Los transportistas son otros de los actores claves dentro de este grupo ya que ellos son los responsables de trasladar a los turistas desde los puntos de llegadas del país como terminales,

aeropuertos hasta el lugar donde realizarán las actividades turísticas. Dentro de este grupo se mencionan a los remises, que generalmente forman gremios o trabajan directamente con los hoteles y están mejor preparados para atender al turista con informaciones útiles; los taxistas, situados en puntos específicos de las ciudades; los ómnibus y los transportes de las agencias de viajes.

Por último es importante resaltar el rol que cumplen las universidades como responsables de capacitar a los recursos humanos que trabajarán en este rubro. Algunas de ellas ofrecen la carrera de Hotelería y Turismo en su oferta académica, entre las que se encuentran: Columbia del Paraguay (propulsora en el país), la Americana, la Universidad Nacional de Asunción, Comuneros, entre otras.

9. PERSPECTIVAS DEL TURISMO RURAL

9.1. Tendencia General del Turismo Rural a nivel país

En el Paraguay, el turismo rural viene siendo desarrollado e impulsado en gran medida por asociaciones de estancias y granjas que ofrecen sus servicios, apoyados por la SENATUR con acciones puntuales para posicionarse en los mercados nacional e internacional.

Estos emprendimientos y acciones han llevado al turismo rural a ocupar el tercer lugar en la clasificación global de las tipologías de turismo aprovechados en el Paraguay, teniendo como elementos diferenciadores y constitutivos de su atractivo a las actividades relacionadas al quehacer agropecuario y las reservas naturales privadas.

Actualmente, son los turistas internacionales los que se muestran más atraídos por este tipo de turismo, especialmente los de países con características espaciales, dinámicas, productivas y climáticas diferentes como los de origen europeo y anglosajón, no así los turistas de la región, tal vez por contar con territorios y recursos parecidos y opciones de servicios turísticos similares en sus propios países.

Los turistas locales o nacionales representan también una proporción importante de los usuarios de los servicios de las estancias rurales, como estrategias de recreación y el ocio de corto plazo, tal vez dos o tres días.

Pese a existir estas inferencias sobre el público preferencial del turismo rural, se desconocen las motivaciones de los turistas para elegir esta opción de esparcimiento, lo que torna necesario apuntar a un estudio sobre el tema atendiendo la clasificación internacional, regional (países vecinos) y local, para identificar posibles elementos que puedan ser potenciados, mejorados y/o modificados.

En Paraguay, todavía no se puede hablar de cifras exactas sobre la cantidad de personas usufructuando los servicios del turismo rural, ya que las estadísticas no están discriminadas, pero el aumento de la cantidad de establecimientos indica que existe crecimiento en su demanda y un potencial económico importante para las personas que invierten en emprendimientos de turismo rural esperando rentabilidad.

Este seguirá creciendo paulatinamente a medida que se creen espacios destinados a este tipo de turismo; se establezcan alianzas y se articulen las actividades ofrecidas por el turismo rural con las ofrecidas por las comunidades y pobladores donde se insertan; se profesionalicen los servicios brindados por la mano de obra involucrada directa e indirectamente; y en la medida en que se promocióne y comercialice tanto a nivel nacional como internacional la gama de opciones en este campo.

La tendencia de crecimiento en el turismo rural del Paraguay se ve acompañada además por su tendencia mundial de crecimiento. Según un estudio realizado por la Organización Mundial del Turismo, publicado en *“Panorama 2020, previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado”*, se calcula que el turismo rural está creciendo anualmente un 6% a nivel de América Latina.

Sumado a éste se tienen mudanzas interesantes en la participación de los diferentes sectores económicos en la producción nacional total, medida en términos del Producto Interno Bruto PIB, donde se percibe que en los últimos 10 años ha aumentado considerablemente la venta de servicios sin que las actividades agropecuarias pierdan su importancia estratégica. En ese sentido, el turismo se presenta como una actividad incipiente en la dinámica productiva nacional.

9.2. Oportunidades Prospectivas

En el Plan *Maestro Nacional de Desarrollo Turístico del Paraguay-2018*, se han trazado 5 ejes principales sobre los cuales trabajarán conjuntamente la SENATUR, instituciones públicas involucradas y empresas dedicadas al turismo. Para cada uno de los ejes, se han creado varios programas que requieren el diseño y ejecución de proyectos específicos con miras a fomentar el desarrollo sustentable de los territorios con opciones turísticas.

Conforme lo apuntado por la Ministra de la Secretaría Nacional de Turismo, en una entrevista, existen muchas posibilidades que deben ser trabajadas de acuerdo a lo establecido en el Plan Maestro. Entre ellas, una oportunidad visualizada para el turismo rural es el encaminamiento de programas con acciones puntuales dirigidas a desarrollar nuevos destinos turísticos dentro del país. Esto en un marco de trabajo conjunto con las autoridades, representantes institucionales y comunidades locales para propiciar una activación de potenciales turísticos a nivel de los territorios, a fin de atender demandas puntuales identificadas para tornar eficientes los servicios directos y complementarios del turismo rural, como ser: hospedaje, alimentación, atractivos, áreas de recreación, vinculación con otras actividades como artesanía, paseos, gastronomía local, ferias, eventos festivos, actividades religiosas, etc.

Además de propiciar nuevos destinos, el desarrollo de alternativas de turismo rural para un público meta con menor poder adquisitivo dentro de la propia sociedad paraguaya, se presenta como otra oportunidad. Esto, atendiendo que actualmente son las estancias ganaderas de mediano y gran tamaño e infraestructura las que ofrecen el servicio a costos generalmente altos, acordes a las comodidades y opciones brindadas, accesibles generalmente para la clase media alta y no para la de ingresos económicos medios a bajos.

Con la inclusión de nuevos establecimientos, sean con las mismas características que los actualmente dedicados al turismo rural (estancias y granjas) o con la diversificación a establecimientos de menor tamaño como los de la pequeña agricultura familiar o de pequeñas granjas, se propiciaría una inclusión de las clases medias y bajas a este tipo de servicios turísticos. Con infraestructuras menores que demandan costos de mantenimiento más bajos y con requerimientos de personal limitados a los propios miembros familiares de la unidad productiva, conocedores de los quehaceres de la finca o granja visitada, los precios ofrecidos pueden verse disminuidos significativamente propiciando una accesibilidad mayor para diferentes grupos sociales.

A través del mencionado Plan, se tiene pensado también incentivar aún más a la población local e internacional a que opten por el turismo rural en el país utilizando los recursos naturales a través de las diversas modalidades del medio rural, por ello especial mención se da a la creación de villas agroturísticas, de hoteles rurales, de granjas-escuela, las estancias, entre otras.

Otra oportunidad mencionada por la Ministra de la SENATUR se refiere a la valorización de la producción local de un territorio, teniendo en cuenta la cadena productiva y la gastronomía

ofrecida al turista. Se observa que los servicios gastronómicos brindados a los turistas en las localidades: ciudades, pueblos, en la ruta, incluyen platos tradicionales y no siempre incorporan productos típicos de la región y platos elaborados con base a éstos en forma prioritaria y permanente.

A partir de esto, un trabajo más organizado y planificado con productores locales del territorio fortaleciendo la cadena productiva identificada y asegurando la comercialización del rubro vía ofrecimiento como bien gastronómico beneficiaría al productor y favorecería a enriquecer a la gastronomía nacional y al turismo local.

En ese mismo orden, un potencial elemento del turismo rural para la valoración de elementos del sector agropecuario en relación a un territorio dado es también la diversificación de las opciones ofrecidas del producto. Así, productos como la frutilla, característica del distrito de Areguá en el departamento Central, podrían ser potenciados con atractivos adicionales a los actualmente ofrecidos, ejemplo: a la tradicional feria de la frutilla realizada anualmente, donde son ofrecidas las frutas en fresco o procesadas en forma de jugos, dulces y postres, se le podrían adicionar otros atractivos contruidos en función al producto que deberían ser explorados e identificados.

Para ello, un primer paso sería identificar aquellos productos nacionales que tienen relación con territorios o ciudades específicas y a partir de ellos, potenciarlos creando productos adecuando al mercado nacional y extranjero de tal manera a generar ingresos a esa comunidad. Esto podría estar asociado además a un proceso de promoción de los productos en espacios específicos y demostración del ciclo del producto desde su inicio hasta el consumidor, a través de cooperativas, asociaciones o productores con parcelas y/o procesos de transformación demostrativos a fin de incentivar el interés de los turistas al territorio.

Todas estas opciones se fundamentan en la necesidad de perfeccionar los servicios turísticos existentes en torno al medio rural, los que en la actualidad son promovidos desde los emprendimientos privados y las asociaciones generadas por éstos. Además con mayores articulaciones con otras actividades y con la introducción de nuevos atractivos y la profesionalización de los servicios actualmente ofrecidos y otros complementarios, se contribuirá sustancialmente con el desarrollo turístico del país y con la generación de activos productivos y comerciales para las comunidades rurales.

10. CONCLUSIÓN

Se ha observado que en el Paraguay el turismo rural engloba las actividades que se realizan fuera del núcleo urbano, donde resaltan las tradiciones sociales y culturales de espacios específicos y donde se ofrece al turista varias opciones a partir de los recursos existentes en cada zona o departamento.

En los últimos años, se ha convertido en una actividad económica que ofrece nuevas alternativas al mundo rural, posibilitando que áreas marginadas y con dinámicas estancadas tiendan a desarrollarse a través de la adaptación de establecimientos tradicionalmente agropecuarios a opciones turísticas que integran las características socioculturales al espacio geográfico que ocupan en las comunidades locales donde están establecidas.

Según Martínez (2004) el turismo rural puede generar varios aportes relacionados con la mejora de condiciones de vida de la población local, puede contribuir a la reactivación económica de zonas deprimidas, generar rentas complementarias, incorporar a mujeres al trabajo remunerado, estabilizar a la población local desde el punto de vista demográfico, mantener la actividad agropecuaria y artesanal y recuperar el patrimonio arquitectónico tradicional.

Si bien en el Paraguay aún queda mucho por hacer, existen instituciones tanto públicas como privadas que han apuntado a invertir en favor de la diversificación económica de las áreas rurales. Sin embargo, es necesario planificar, gestionar y controlar este desarrollo para evitar consecuencias negativas que a la larga degraden los recursos y afecten a las poblaciones.

En ese sentido, es importante destacar dos elementos que han sido fundamentales en el desarrollo del turismo rural:

- a) La creciente organización de los diferentes actores del sector privado (estancias organizadas en asociaciones, operadores de turismo, empresas de transporte) entre sí para coordinar servicios integrales para los turistas.
- b) La articulación con otros tipos de turismo, como: el de naturaleza, eco aventura, de visita a lugares históricos, a hidroeléctricas, para integrar sus servicios con otras opciones turísticas y por ende, de entretenimientos.

Esto, ha venido fortaleciendo la gama de bienes y servicios, ofrecidos al turismo y consolidando las redes sociales e institucionales formadas en torno a este tipo de turismo. Las experiencias demuestran que estas estrategias de articulación irán en aumento y que permitirán tornar más eficientes los productos ofrecidos y profesionalizar a sus promotores.

Es importante resaltar que pese a estos avances, existen aún muchas debilidades que deben ser subsanadas, principalmente a través de acciones de los propios establecimientos pero con un fuerte apoyo de las instituciones públicas encargadas. Algunas medidas de acción necesarias se mencionan:

- La profesionalización de la mano de obra dedicada al turismo rural y también la de aquella vinculada (transportistas, centros de información, comerciantes, etc.).
- El acondicionamiento de las instalaciones de las estancias y granjas.
- La articulación con actividades propias de los territorios donde se encuentran los establecimientos no solo a través de la provisión de materia prima y mano de obra para atender a los turistas sino también mediante la complementación de servicios.
- La diversificación de opciones turísticas tanto desde en lo relacionado a costos como en lo que dice a gama de productos ofrecidos.

En ese sentido, la promulgación del *Plan Maestro Nacional de Desarrollo Turístico-Paraguay 2018* se convierte en una herramienta que ha sido clave para los involucrados del sector privado con este tipo de actividad, ya que demuestra una señal clara del Estado en pro del apoyo al turismo en su concepción más amplia y al turismo rural dentro de este, permitiendo que los emprendimientos privados perciban el respaldo del sector público para la mejora de los servicios.

El IICA como organismo especializado de la agricultura, ha venido desarrollando en los últimos años diversas acciones dirigidas a la promoción de las comunidades rurales a través del turismo en el Hemisferio, especialmente en la Región del Caribe y la Andina. En ese sentido las experiencias adquiridas y aprendizajes obtenidos pueden contribuir significativamente con los procesos iniciados en el país para el desarrollo del turismo rural, principalmente a través del Programa Hemisférico de Agroturismo.

11. BIBLIOGRAFÍA

Agyr S.A. 2004. http://www.agyrsa.com.py/zonas/asuncion_central.php. Visitado el miércoles 11 de febrero de 2009

APATUR. www.turismorural.org.py. Visitado el martes 10 de febrero de 2009

BANCO CENTRAL DEL PARAGUAY. Informe Económico. Diciembre 2008. Disponible en: www.bcp.gov.py. Visitado el 12 de febrero de 2009

DICCIONARIO WordReference. 2008. <http://www.wordreference.com/definicion/granja>. Visitado el miércoles 11 de febrero de 2009

Glosario. Net. 2003 – 2009. HispaNetwork Publicidad y Servicios S.L. [http://ciencia.glosario.net/agricultura/hacienda-\(estancia\)-11413.html](http://ciencia.glosario.net/agricultura/hacienda-(estancia)-11413.html). Visitado el miércoles 11 de febrero de 2009

MARTINEZ, F. 2004. Alojamiento turístico rural. Gestión y Comercialización. Editorial Síntesis S.A. Madrid. Es. 158p

MEDIANO, L. 2004. La Gestión de Marketing en el Turismo Rural. Editorial Pearson Educación S.A. España. 230p

OKUYAMA, T. 2004. Brasil, Paraguai e Uruguai unidos para promover o turismo rural. Painel do Setor, San Paulo (Br.); setiembre. /22

OMT. 1997. Misión de Cooperación efectuada en Paraguay. Madrid. Es.20p

OMT. 2001. Identificación de Acciones que Favorezcan la Comercialización y el Desarrollo del Turismo Rural. Madrid. Es. 59p

OMT. 2003. Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio. Madrid. Es. 295p. Informe preparado por el Sr. Federico Esper, consultor de dicho órgano

OMT. 2005. Definición de las bases para la elaboración, diseño e implementación de Productos Turísticos Competitivos. Paraguay. 29p

REDIEX. www.rediex.gov.py. Visitado el lunes 09 de febrero de 2009

SANCHO, A. 1997. Introducción al Turismo. Madrid. Es. 394p

SENATUR. 2008. Plan Maestro de Desarrollo del Sector Turístico del Paraguay 2018. Paraguay. 468p

SENATUR. 2009. Jaha 2009. Paraguay. 14p

SENATUR. www.senatur.gov.py. Visitado durante el mes de enero hasta el miércoles 11 de febrero de 2009

Términos de Referencia sobre elaboración de la Guía de Turismo Rural del Paraguay con Fondo Fiduciario Portugués.2006

12. ANEXOS

Anexo 1. LEY N° 1.388/98: QUE CREA LA SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO

EL CONGRESO DE LA NACIÓN PARAGUAYA SANCIONA CON FUERZA DE

LEY

Art. 1o.- Créase la Secretaría Nacional de Turismo, dependiente de la Presidencia de la República, con rango ministerial.

Art. 2o.- Son funciones de la Secretaria Nacional de Turismo:

- a) Ejecutar la política nacional en materia de turismo:
- b) Promocionar el turismo interno y el turismo internacional receptivo, de conformidad a las políticas nacionales de desarrollo económico y social.
- c) Promover el turismo cultural y ecológico, en coordinación con los demás órganos competentes del Estado:
- d) Planificar, dirigir, administrar y fiscalizar todos los emprendimientos de su competencia, conforme le sean asignados por ley:
- e) Procurar la mayor congruencia en las políticas turísticas nacionales, departamentales y municipales y coordinar sus planes y programas turísticos con los gobiernos departamentales y municipales;
- f) Facilitar asistencia y orientación a los turistas, y adoptar recaudos tendientes a ofrecerles el mismo bienestar, comodidad y seguridad;
- g) Diseñar y difundir en los medios de información del país y del exterior, programas de promoción del turismo, en lo posible con la intención del sector privado y de los gobiernos departamentales y municipales involucrados;
- h) Promover el mejoramiento de la infraestructura turística, la mayor eficiencia y eficacia de los servicios turísticos y la capacitación de los recursos humanos en ese campo, tanto del sector público como del sector privado;
- i) Orientar y asesorar a entidades públicas y privadas y a la población en todo lo relativo a la actividad turística, y gestionar de ellas la atención correcta a los turistas, y su seguridad y bienestar mientras visiten el país;

j) Siempre que puedan redundar en beneficio del país, intervenir en eventos de promoción turística nacionales e internacionales, en lo posible con la participación de las entidades privadas o departamentales y municipales vinculadas al turismo;

k) Decidir en las cuestiones de su competencia en las instancias administrativas, cumplir y hacer cumplir las funciones que le encomienden las leyes especiales: y,

l) Administrar los medios y recursos presupuestarios para la ejecución de las actividades públicas relacionadas con el turismo.

Art. 3o.- Las partidas presupuestarias consignadas en el Presupuesto General de la Nación para la Dirección de Turismo serán transferidas y afectadas a la Secretaría Nacional de Turismo, al igual que los bienes muebles e inmuebles que pertenezcan a dicha institución.

Art. 4o.- Las tasas establecidas por la Ley No. 85 del 16 de diciembre de 1991 "QUE MODIFICA Y AMPLIA LA LEY No. 152 DE FECHA 1 DE DICIEMBRE DE 1969, QUE REORGANIZA LA DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO", serán percibidas por la Secretaría Nacional de Turismo y su importe depositado, juntamente con los ingresos provenientes de donaciones, legados y de la aplicación de multas por infracciones, en una cuenta especial abierta en el Banco Central del Paraguay a nombre de la Secretaría Nacional de Turismo.

Art. 5o.- Los funcionarios de la Dirección de Turismo pasarán a depender de la Secretaría Nacional de Turismo, conservando la antigüedad y categoría adquiridas.

Art. 6o.- Quedan derogados el inciso f) del artículo 31, el artículo 37 y el artículo 41, en lo que respecta a la Dirección de Turismo de la Ley No. 167/93 "QUE APRUEBA CON MODIFICACIONES EL DECRETO-LEY No. 5 DE FECHA 27 DE MARZO DE 1991, QUE ESTABLECE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONES DEL MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS Y COMUNICACIONES".

Art. 7o. - El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley dentro del término de noventa días.

Art. 8o. - Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Aprobado el Proyecto de Ley por la Honorable Cámara de Senadores a tres días del mes de diciembre del año un mil novecientos noventa y ocho y por la Honorable Cámara de Diputados, a diecisiete días del mes de diciembre del año un mil novecientos noventa y ocho, quedando sancionado el mismo, de conformidad en lo dispuesto en el artículo 207, numeral 1) de la Constitución Nacional.

Walter Hugo Bower Montalto

Presidente H. Cámara de Diputados

Sonia Leonor Deleón Franco

Secretaria Parlamentaria

Luis Ángel González Macchi

Presidente H. Cámara de Senadores

Ada Solalinde de Romero

Secretaria Parlamentaria

Asunción, 30 de diciembre de 1998

Téngase por Ley de la República, publíquese e insértese en el Registro Oficial

El Presidente de la República

RAÚL CUBAS GRAU

Víctor Adolfo Segovia Ríos

Ministro de Obras Públicas y Comunicaciones

Anexo 2. LEY N° 2.828/05 DEL TURISMO

EL CONGRESO DE LA NACIÓN PARAGUAYA SANCIONA CON FUERZA DE

LEY:

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º.- Esta Ley regula la orientación, facilitación, fomento, coordinación y control de la actividad turística.

Artículo 2º.- El turismo es una actividad de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en esta Ley y sus reglamentos.

Artículo 3º.- Las actividades dirigidas a la orientación, fomento, coordinación, protección y control del turismo, así como las tendientes a la conservación, defensa, mejoramiento, fomento y construcción en aquellos lugares que, por sus recursos naturales o valores culturales, tengan significación turística y recreativa, serán consideradas de interés general y de utilidad pública.

Artículo 4º.- La Secretaría Nacional de Turismo, cuya creación y atribuciones se hallan establecidas en la Ley N° 1.388/98, en adelante SENATUR, será la autoridad de aplicación de la presente Ley; y se constituye como órgano orientador, promotor, facilitador, regulador del turismo y fijador de la política turística nacional.

Artículo 5º.- El turista, nacional o extranjero, está sujeto a la protección del Estado y goza de la seguridad y de las facilidades que le acuerdan la Constitución Nacional, las leyes y los reglamentos de la República. Es obligación de toda autoridad y de todo ciudadano brindar trato hospitalario al turista.

Artículo 6º.- Todos los componentes del patrimonio natural, cultural, científico e histórico que posee el territorio paraguayo son de interés turístico nacional. Las acciones de desarrollo turístico se efectuarán atendiendo a su conservación y uso sostenible, en coordinación con las instituciones públicas y privadas competentes.

CAPÍTULO II

DEL OBJETO

Artículo 7º.- Esta Ley tiene por objeto regular la orientación, facilitación, el fomento, la coordinación y control de las actividades turísticas, a través de:

- a) la creación de las condiciones adecuadas que permitan el desarrollo del turismo interno y receptivo como factor fundamental para el desarrollo socio-económico del país; y del turismo emisor como factor determinante de intercambio cultural, comercial, y de integración con otras regiones y países;
- b) el rescate, la valoración, la conservación, la restauración y el uso turístico de los diferentes componentes del patrimonio natural, histórico y cultural en función al ordenamiento territorial del país;
- c) la articulación entre el turismo y los demás sectores de la economía, a fin de lograr un desarrollo turístico integrado y sostenible;
- d) el fomento para la creación y difusión de nuevos productos turísticos, mediante la promoción del desarrollo turístico en áreas naturales y semi-naturales, y en sitios de interés histórico y cultural, ya sean éstos públicos, privados o comunitarios;
- e) el establecimiento de un mecanismo de coordinación y descentralización de la gestión turística integral, con otros organismos y entidades del sector público y privado; y,
- f) el fomento para la inversión de capitales nacionales y extranjeros en la actividad turística.

CAPÍTULO III

DE LAS OBLIGACIONES DEL ESTADO

Artículo 8º.- Todas las dependencias del Estado considerarán los objetivos del desarrollo turístico, en las decisiones que tengan relación con el turismo, en consideración a la importante función social y económica del sector.

Artículo 9º.- La SENATUR necesariamente deberá ser consultada en los proyectos de inversión estatal de obras de infraestructura vinculadas al turismo.

CAPÍTULO IV

DEL SISTEMA TURÍSTICO NACIONAL

Artículo 10º.- Son integrantes del Sistema Turístico Nacional:

- a) la SENATUR;
- b) el Consejo Asesor Nacional de Turismo;
- c) los organismos de la administración central, las entidades descentralizadas y los gobiernos departamentales y municipales, en sus funciones relacionadas al turismo;
- d) los consejos departamentales y municipales de desarrollo turístico reconocidos por la SENATUR;

- e) las personas físicas o jurídicas inscriptas en el Registro Nacional de Turismo;
- f) las asociaciones gremiales turísticas;
- g) los centros de formación, capacitación y profesionalización turística;
- h) el turista; e,
- i) el patrimonio turístico nacional.

CAPÍTULO V

DEL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO

Artículo 11º.- El Registro Nacional de Turismo, que estará a cargo de la SENATUR, tiene por objeto la inscripción y la habilitación de los prestadores de servicios turísticos, conforme a esta Ley y sus reglamentos.

Artículo 12º.- Los prestadores de servicios turísticos que estén inscriptos y habilitados en el Registro Nacional de Turismo, podrán operar como componentes del Sistema Turístico Nacional y acogerse a los beneficios que le acuerda la Ley y sus reglamentos.

CAPÍTULO VI

DE LA DESCENTRALIZACIÓN

Artículo 13º.- La SENATUR apoyará la descentralización de la gestión turística integral. La competencia de los gobiernos departamentales y municipales en materia turística será ejercida conforme a los principios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad. Para tal efecto, establecerá programas de asistencia técnica y asesoría a los gobiernos departamentales y municipales, en coordinación con otras instituciones públicas y privadas.

CAPÍTULO VII

DE LA COORDINACIÓN DE FUNCIONES

Artículo 14º.- La SENATUR coordinará sus actividades con las autoridades nacionales, departamentales y municipales, con los centros creados por esta Ley, y con las asociaciones de gremios ligadas a la actividad turística. En ese marco podrá suscribir convenios con los mismos para la ejecución de planes y programas acordados, asignando y compartiendo recursos y responsabilidades.

CAPÍTULO VIII

DEL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO

Artículo 15°.- Créase el Consejo Asesor Nacional de Turismo como órgano de consulta y asesoramiento, con carácter ad honorem. El Consejo estará integrado por:

Un representante de la SENATUR;

Un representante del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones;

Un representante del Ministerio de Industria y Comercio;

Un representante del Ministerio de Relaciones Exteriores;

Un representante del Ministerio de Hacienda;

Un representante del Ministerio de Educación y Cultura;

Un representante de la Secretaría del Medio Ambiente; y Un representante de las asociaciones gremiales turísticas.

El Consejo estará presidido por el representante de la SENATUR. Se reunirá por lo menos una vez al mes y sesionará válidamente con la mitad más uno de sus miembros. Sus decisiones se adoptarán por mayoría simple de los miembros presentes.

Es atribución del Consejo asesorar a la SENATUR en la promoción, coordinación, creación e implementación de los planes y programas destinados al desarrollo de la actividad turística.

CAPÍTULO IX

DE LOS CONSEJOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

Artículo 16°.- La SENATUR promoverá la creación de Consejos Departamentales y Municipales de Desarrollo Turístico, conforme a la reglamentación pertinente.

Artículo 17°.- La SENATUR y el Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de las misiones diplomáticas y consulares acreditadas ante los gobiernos de otros países, promoverán activamente el posicionamiento para lograr la imagen del país, como destino y de inversiones turísticas. Dichas misiones diplomáticas y consulares, además, colaborarán con los participantes del Paraguay en los eventos internacionales de relevancia para el turismo o para las inversiones turísticas, que se realicen en los países donde se hallen acreditadas las mismas.

CAPÍTULO X

DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Artículo 18º.- La SENATUR, con la cooperación del Ministerio de Relaciones Exteriores, podrá celebrar acuerdos de cooperación turística con instituciones gubernamentales extranjeras y con organizaciones internacionales no gubernamentales, a fin de lograr la cooperación técnica para proteger, mejorar, incrementar y promover los atractivos turísticos, así como para alentar el turismo receptivo.

CAPÍTULO XI

DEL PLAN DIRECTOR NACIONAL DE TURISMO

Artículo 19º.- El Plan Director Nacional del Turismo es el instrumento técnico operativo para el desarrollo sustentable del turismo. Su formulación estará a cargo de la SENATUR, en consulta con el Consejo Nacional de Turismo y los demás componentes del Sistema Turístico Nacional.

CAPÍTULO XII

DE LAS MODALIDADES DEL TURISMO

Artículo 20º.- La SENATUR dará prioridad al producto turístico nacional y al desarrollo complementario del turismo alternativo, en sus diversas modalidades, en función a la demanda del mercado.

Artículo 21º.- El desarrollo de las diferentes modalidades del turismo de naturaleza, tales como el turismo rural, de aventura, de caza y pesca, de camping, ecológico y otros, estará basado en la reglamentación correspondiente para cada modalidad, la que será establecida por la SENATUR.

CAPÍTULO XIII

DE LAS ZONAS TURÍSTICAS ESPECIALES DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO

Artículo 22º.- La SENATUR, en coordinación con el Consejo Nacional de Turismo y los Consejos Departamentales y Municipales de Desarrollo Turístico, podrá declarar Zonas Especiales de Desarrollo Turístico, sujetas a una reglamentación especial.

CAPÍTULO XIV

DEL FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Artículo 23º.- Créase el Fondo de Promoción Turística, en adelante también denominado EL FONDO.

Artículo 24º.- El Fondo de Promoción Turística tendrá los siguientes destinos:

- a) la promoción del Paraguay como destino turístico en función al producto turístico, dentro y fuera del país, basado en el Plan Director Nacional de Turismo, con el fin de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico;
- b) la realización de actividades de investigación del mercado turístico nacional e internacional, elaborando estadísticas sobre el sector;
- c) el desarrollo de estrategias selectivas para la creación y el fortalecimiento de una conciencia turística nacional; y,
- d) el establecimiento de estímulos especiales para aquellas personas, instituciones públicas o privadas que se destaquen por su colaboración con el desarrollo turístico sostenible del Paraguay.

Artículo 25º.- EL FONDO estará administrado por la SENATUR.

Artículo 26º.- Créase el Comité Técnico del Fondo de Promoción Turística, con carácter ad honorem, para la definición turística del producto, del desarrollo de los proyectos prioritarios y de la investigación del mercado turístico. La conformación y funcionamiento del mismo será reglamentado.

Artículo 27º.- Los ingresos ordinarios del Fondo de Promoción Turística estarán constituidos por:

- a) lo previsto en el Presupuesto General de la Nación;
- b) los productos de las operaciones de EL FONDO y de la inversión de sus recursos;
- c) los recursos provenientes de los créditos, donaciones y otros que obtenga EL FONDO, ya sean de fuentes nacionales o extranjeras;
- d) los aportes de las gobernaciones departamentales y municipales; del sector privado; y, de los prestadores de servicios turísticos por las inscripciones y actualizaciones en el Registro Nacional de Turismo;
- e) las multas aplicadas por la SENATUR; y,
- f) todos los demás recursos que se obtengan por cualquier otra actividad, previa reglamentación por la SENATUR.

Artículo 28º.- Autorízase a la Secretaría Nacional de Turismo fijar la tasa de salida internacional, vía aérea, terrestre y fluvial.

Exceptúase de la aplicación de la tasa a quienes formen parte de unidades de transporte de cargas; a quienes realicen viajes a ciudades fronterizas sin pernoctar y sin fines turísticos; a los menores de catorce años de edad; y, a los estudiantes beneficiados por becas para realizar estudios en el exterior.

CAPÍTULO XV

DE LA FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TURISMO

Artículo 29º.- La SENATUR, en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades públicas y privadas, y otras instituciones vinculadas al turismo, promoverá la formación, capacitación y profesionalización del sector turístico.

Artículo 30º.- La SENATUR, en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades públicas y privadas, y otras instituciones vinculadas al turismo, fomentará la formación de la conciencia turística en la población, a través de programas especiales que deberán ser incluidos en los planes de estudio.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Artículo 31º.- Son prestadoras de servicios turísticos, las personas físicas o jurídicas inscriptas como tales en el Registro Nacional de Turismo.

Artículo 32º.- Los prestadores de servicios turísticos estarán sujetos a las siguientes obligaciones:

- a) cumplir con los requisitos exigidos por esta Ley y sus reglamentos;
- b) revalidar la habilitación otorgada por la SENATUR con la periodicidad que la misma establezca;
- c) comunicar a la SENATUR los cambios de nombre o razón social del establecimiento, de los propietarios, o de domicilio, así como cualquier modificación que afecte a los servicios que presten;
- d) contribuir a la promoción del turismo;
- e) prestar los servicios para los cuales hubieren sido autorizadas, conforme con las condiciones establecidas de calidad y eficiencia, sin discriminaciones por razones de nacionalidad, condición social, raza, sexo, discapacidad, credo político o religioso;
- f) presentar precios y tarifas al público en forma visible, y hacerlas constar en las facturas en forma detallada y diferenciada;
- g) contar con un libro de registro de quejas, debidamente conformado por la SENATUR;
- h) ajustar las pautas de publicidad y propaganda turística a la información veraz y responsable;

- i) velar por la conservación del ambiente, cumpliendo y haciendo cumplir las normativas referentes a la protección ambiental; y,
- j) cumplir las demás obligaciones que establezca esta Ley y sus reglamentos.

Artículo 33°.- Los prestadores de servicios turísticos, inscritos en el Registro Nacional de Turismo, gozan de los siguientes derechos:

- a) ejercer libremente su actividad, conforme a esta Ley;
- b) obtener la pertinente certificación por parte de la SENATUR;
- c) ser incluidas en los catálogos, directorios y guías que elabore la SENATUR;
- d) participar en la elaboración de proyectos y programas de promoción y fomento del turismo, coordinados por la SENATUR;
- e) participar en los programas de capacitación turística que realice la SENATUR; y,
- f) percibir por la comercialización de pasajes aéreos un porcentaje no menor al 6% de la tarifa del pasaje que será abonada por las compañías aéreas.

CAPÍTULO XVII

DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Artículo 34°.- Son derechos de los usuarios de servicios turísticos:

- a) recibir información comprensible, veraz, objetiva y completa sobre las características y el precio de los bienes y servicios que se les ofrece, previa a la contratación;
- b) obtener por parte de los prestadores de servicios turísticos, los documentos que acrediten los términos de la contratación y las facturas legales;
- c) recibir los servicios adquiridos según la categoría y los requerimientos contratados;
- d) ser informados de cualquier riesgo previsible que pudiera provenir del uso normal del servicio contratado; y,
- e) los demás derechos reconocidos en el ordenamiento jurídico en materia de protección de los consumidores.

Artículo 35°.- Son obligaciones de los usuarios de servicios turísticos:

- a) respetar el ordenamiento jurídico del país;
- b) respetar el entorno ambiental, social y cultural;

- c) pagar el precio de los servicios contratados;
- d) cumplir las reglas establecidas en los lugares que visite y de las empresas cuyos servicios contrate;
- e) denunciar ante los organismos o instituciones competentes cualquier irregularidad cometida por prestadores de servicios o autoridades nacionales, durante su desplazamiento o permanencia en el país; y,
- f) brindar información en los casos que se les requiera, principalmente las referentes a los fines estadísticos.

CAPÍTULO XVIII

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 36°.- Los prestadores de servicios turísticos serán sancionados cuando incurran en cualquiera de las siguientes conductas:

- a) presentar documentación falsa o adulterada a la SENATUR o a otra entidad pública o privada relacionada al turismo;
- b) utilizar publicidad engañosa o que induzca al error al público sobre precios, calidad o cobertura del servicio turístico ofrecido;
- c) ofrecer información engañosa o dar lugar a error en el público respecto a la modalidad del contrato, a la naturaleza jurídica de los derechos surgidos del mismo y sus condiciones, o sobre las características de los servicios ofrecidos, o sobre los derechos de los usuarios de los servicios turísticos;
- d) incumplir los servicios ofrecidos a los usuarios de los servicios turísticos;
- e) incumplir las obligaciones impuestas por la SENATUR; y,
- f) infringir las normas que regulan la actividad turística.

Artículo 37°.- La SENATUR impondrá sanciones, previo el trámite pertinente que iniciará de oficio o por denuncia, a los prestadores de servicios turísticos cuando incurran en las infracciones tipificadas en la presente Ley y sus reglamentaciones. Las sanciones aplicables serán las siguientes:

- a) amonestación escrita;
- b) multas por valor del veinte hasta cien jornales mínimos legales para actividades diversas no especificadas en la República, las que se destinarán al Fondo de Promoción Turística;
- c) en caso de reincidencia se aplicará multa hasta por el doble de la multa impuesta originalmente;
- d) clausura temporal; y,

e) clausura definitiva.

Artículo 38°.- Independientemente de la aplicación de las sanciones pertinentes establecidas en el artículo anterior, el usuario de los servicios turísticos afectado, podrá promover la pertinente acción judicial si correspondiere.

Artículo 39°.- El tráfico sexual de menores vinculado al turismo, será pasible de las sanciones previstas en el Código Penal.

CAPÍTULO XIX

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 40°.- Facúltese al Poder Ejecutivo a reglamentar la presente Ley, dentro del plazo de noventa días desde su promulgación.

Artículo 41°.- Deróganse todas las disposiciones contrarias a la presente Ley.

Artículo 42°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Aprobado el Proyecto de Ley por la Honorable Cámara de Diputados, a veinticinco días mes de agosto del año dos mil cinco, y por la Honorable Cámara de Senadores, a quince días del mes de noviembre del año dos mil cinco, quedando sancionado el mismo, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 207, numeral 3) de la Constitución Nacional.

Víctor Alcides Bogado González

Presidente H. Cámara de Diputados

Afilio Penayo Ortega

Secretario Parlamentario

Carlos Filizzola

Presidente H. Cámara de Senadores

Cándido Vera Bejarano

Secretario Parlamentario

Asunción, 6 de Diciembre de 2005

Téngase por Ley de la República, publíquese e insértese en el Registro Oficial. El Presidente de la República

NICANOR DUARTE FRUTOS

Blanca Ovelar de Duarte

Ministra de Educación y Cultura

Anexo 3. Miembros de la Mesa Sectorial de Turismo de la Red de Inversiones y Exportaciones, REDIEX.

Presidente: Miguel Martin

Gerente Interino: Paola Guccione

Asunción Conventions & Visitors Bureau, AC&VB

Dir.: Perú 436 c/España, Tel.:211747 - 0991 805500.

E-mail: director@intertours.com.py

Asociación Industrial Hotelera del Paraguay, AIHPY

Dir.: Estrella esq. 15 de Agosto, Tel.:497921.

E-mail: informaciones@granadospark.com.py

Asociación Industrial Hotelera del Paraguay, AIHPY

Dir.: Caballero 285 esq. Mcal. Estigarribia, Tel.:492066 - 452352.

E-mail: info@hotelchaco.com.py

Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Paraguay, ASATUR

Dir.: O'Leary 650 - Edif. Helipuerto, Tel.:491755.

E-mail: asatur@telesurf.com.py

Asociación Paraguaya de Turismo Rural, APATUR

Dir.: Don Bosco 881 c/Piribebuy, Tel.:497028 - 0981 425498.

E-mail: pstopino@pla.net.py

Asociación Paraguaya de Organizadores de Convenciones y Eventos, APOCE

E-mail: gerenciaeventos@excelsior.com.py

Asociación Paraguaya de Organizadores de Convenciones y Eventos, APOCE

Dir.: Yegros 860 c/Manuel Domínguez, Tel.:440362 - 447155 - 445454.

E-mail: consprofesional@ccpy.org.py

Asociación de Comerciantes del Centro de Asunción, ASOCENTRO

Dir.: Estrella esq. 15 de Agosto, Tel.:448765.

E-mail: ivostrerath@lasmargaritas.com.py

Cámara Paraguaya de Transporte Internacional Terrestre, CAPATIT

Dir.: Terminal de Ómnibus - Agencia Ntra. Sra. As., Tel.:551667.

E-mail: aravera@telesurf.com.py

Cámara Paraguaya de Transporte Internacional Terrestre, CAPATIT

Dir.: Patricio Escobar esq. Itapirú - Lambaré, Tel.:312114/5.

E-mail: aravera@telesurf.com.py

Touring y Automóvil Club Paraguayo, TACPY

Dir.: Brasil esq. 25 de Mayo, Tel.:212002.

E-mail: fcastagnino@tacpy.com.py

Junta de Representantes de Compañías Aéreas en Paraguay, JURCAIP

Dir.: Mcal. López N° 995 c/Frutos Pane, Tel.:225290 - 0981 417837.

E-mail: asuuu@iberia.es

Secretaría Nacional de Turismo, SENATUR

Dir.: Palma N° 468, Tel.:451998 - 441530.

E-mail: ministra@senatur.gov.py

Ministerio de Industria y Comercio, MIC

Dir.: Avda. Mcal. López N° 3333, Tel.:6163 100.

E-mail: garrellaga@mic.gov.py

Ministerio de Relaciones Exteriores, MRE

Raúl Montiel, Director de Servicios Consulares y Pasaportes.

Dir.: Palma esq. 14 de Mayo, Tel.:494600.

E-mail: rgasto@mre.gov.py

Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, MOPC

Dir.: Oliva esq. Alberdi - piso 4º, Tel.:4149797.

E-mail: dop@mopc.gov.py

Secretaría Técnica de Planificación, STP

Dir.: Estrella N° 505 y 14 de Mayo, Tel.:450422.

E-mail: abu@stp.gov.py

Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología, CONACYT-ONA

Dir.: Artigas 3973, Tel.:280465 - 280487-8.

E-mail: seona@conacyt.org.py

Dirección Nacional de Aeronáutica Civil, DINAC

Dir.: Mcal. López esq. 22 de Setiembre, Tel.:213365.

E-mail: staa@dinac.gov.py

Dirección Nacional de Migraciones, DNM

Dir.: Eligio Ayala esq. Caballero, Tel.:446066 int. 104.

E-mail: kikoacosta2004@yahoo.es

Dirección Nacional de Migraciones, DNM

Dir.: Eligio Ayala esq. Caballero, Tel.:493392.

E-mail: kikoacosta2004@yahoo.es

Dirección Nacional de Aduanas, DNA

Dir.: El Paraguayo Independiente y Colón, Tel.:493958 int. 134.

E-mail: asamaniego@aduana.gov.py

Universidad Columbia del Paraguay

Dir.: España 1239 c/Padre Cardozo, Tel.:222662.

E-mail: relias@columbia.edu.py

Universidad Nacional de Asunción

Dir.: Mcal. López 3001 c/Sarabí, Tel.:612715.

E-mail: honconpy@telesurf.com.py

ITAIPU Binacional

Dir.: De la Residenta N° 1065, Tel.:2481773.

E-mail: rve@itaipu.gov.py

Entidad Binacional YACYRETA

Dir.: Gral. Díaz N° 831 e/Ayolas y Montevideo, Tel.:445613/8.

E-mail: angel.recalde@eby.gov.py

Municipalidad de Asunción

Dir.: Mal. López 5556, Asunción, Tel.:610576/8.

E-mail: intendente@mca.gov.py

Programa Paraguay Vende-USAID

Dir.: Eligio Ayala 1728 c/ República Francesa, Asunción, Tel.:228664.

E-mail: gacuna@paraguayvende.com.py

Programa PR 100 CDC-CINDE

Dir.: Alas Paraguayas 754 c/ Victoriano Acuña, Tel.:665360/2.

E-mail: jrivarola@cdc.com.py

Fuente:

http://www.rediex.gov.py/index.php?option=com_content&task=view&id=252&Itemid=325.
visitado el martes 10 de febrero de 2009

Anexo 4: Lista de Entrevistas

Las entrevistas fueron hechas durante los meses de enero y febrero de 2009

- Sra. Liz Rossana Cramer, Ministra-Secretaria Ejecutiva de la SENATUR
- Lic. Benjamín Chamorro Cortesi, Coordinador de Proyectos Turísticos de la Secretaría Nacional de Turismo.
- Lic. Juana Quevedo, Jefa del Departamento de Promoción y Propaganda de la Secretaría Nacional de Turismo.
- Lic. Marian Pino, Presidenta de la Asociación Paraguaya de Turismo Rural.
- Sr. Santiago González, Presidente del Emprendimiento Misionero de Turismo.
- Sr. Marcelo Prono, Gerente Comercial de la Operadora Mayorista de Turismo Desarrollo Turístico Paraguayo, DTP.
- Sr. Carsten Felber, Propietario de la Agencia Felber Travel.
- Sr. Raúl Baginski, Cónsul Honorario de Portugal en Paraguay.