

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2025,
Volumen 9, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1

**PERCEPCIÓN DE LOS COMERCIANTES SOBRE
EL IMPACTO DEL TURISMO EN LA
ECONOMÍA DEL DISTRITO DE CERRITO,
ÑEEMBUCÚ**

**PERCEPTIONS OF MERCHANTS REGARDING THE IMPACT
OF TOURISM ON THE ECONOMY OF THE CERRITO
DISTRICT, ÑEEMBUCÚ**

Aldo Javier Carballo Ayala
Universidad Nacional de Pilar, Paraguay

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.17906

Percepción de los Comerciantes sobre el Impacto del Turismo en la Economía del Distrito de Cerrito, Ñeembucú

Aldo Javier Carballo Ayala¹

aldojavcarballo@gmail.com

Universidad Nacional de Pilar

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas

Pilar, Paraguay

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito analizar la percepción de los comerciantes sobre el impacto del turismo en la economía del distrito de Cerrito, Ñeembucú, durante el año 2024. Para ello, se establecieron los siguientes objetivos específicos: identificar los cambios económicos percibidos por las comerciantes a partir de la llegada de turistas; describir la influencia del turismo en las ventas y las actividades comerciales locales; conocer la opinión de los comerciantes respecto a las oportunidades y desafíos que genera el turismo en la economía de la zona; y examinar si las comerciantes reciben algún tipo de apoyo institucional vinculado al desarrollo turístico. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con un diseño no experimental. La población está compuesta por 69 unidades económicas registradas con patente comercial activa en el distrito de Cerrito. Se trabajó con una muestra representativa de 28 comerciantes, seleccionadas intencionalmente por su vinculación directa con el comercio local y su relación con la actividad turística. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta, aplicada mediante un cuestionario estructurado elaborado en función de los objetivos de investigación. Los hallazgos del estudio confirman que el turismo en Cerrito es percibido como un fenómeno generador de beneficios económicos y motivador de cambio, pero condicionado por limitaciones estructurales y de gestión. Estos resultados refuerzan la necesidad de un abordaje estratégico y participativo que vincule a los actores locales con las instituciones, bajo un modelo de desarrollo sostenible y con enfoque territorial.

Palabras clave: percepción, comerciantes, impacto, turismo, economía

¹ Autor principal

Correspondencia: jose_montejano5902@uaeh.edu.mx

Perceptions of Merchants Regarding the Impact of Tourism on the Economy of the Cerrito District, Ñeembucú

ABSTRACT

This research aimed to analyze the perceptions of merchants regarding the impact of tourism on the economy of the Cerrito district, Ñeembucú, during the year 2024. To this end, the following specific objectives were established: to identify the economic changes perceived by merchants following the arrival of tourists; to describe the influence of tourism on local sales and commercial activities; to understand merchants' opinions regarding the opportunities and challenges that tourism generates for the area's economy; and to examine whether merchants receive any institutional support linked to tourism development. The study adopted a quantitative, descriptive approach with a non-experimental design. The population consisted of 69 registered economic units with an active business license in the Cerrito district. The study involved a representative sample of 28 merchants, intentionally selected for their direct ties to local commerce and their relationship with tourism. The data collection technique used was a survey, administered using a structured questionnaire designed according to the research objectives. The study's findings confirm that tourism in Cerrito is perceived as a phenomenon that generates economic benefits and motivates change, but is conditioned by structural and management limitations. These results reinforce the need for a strategic and participatory approach that connects local stakeholders with institutions, under a sustainable development model and with a territorial focus.

Keywords: perception, merchants, impact, tourism, economy

Artículo recibido 21 abril 2025

Aceptado para publicación: 26 mayo 2025



INTRODUCCIÓN

En el plano global, el turismo ha reiterado su condición de eje estratégico para el desarrollo económico. La Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2024) reporta que en 2024 más de 1 400 millones de personas realizaron desplazamientos internacionales, recuperando prácticamente los niveles previos a la pandemia. Este dinamismo convierte al turismo en un sector crítico, responsable del 10,4 % del PIB mundial y generador de más de 330 millones de empleos antes de la crisis sanitaria (WTTC, 2023).

En América Latina, sin embargo, la recuperación ha sido desigual. Según Fernández-Bedoya et al. (2025), si bien la región mostró resiliencia durante la pandemia, el sector turístico aún arrastra déficits estructurales en términos de empleo y formalización, con una brecha del 7,4 % en comparación con niveles de 2019. El estudio sistematiza que las micro y pequeñas empresas del ámbito turístico han respondido mediante procesos de innovación digital y fortalecimiento de modelos de ecoturismo comunitario, evidenciando la relevancia del emprendimiento local en la reactivación del sector (Fernández-Bedoya et al., 2025).

En el caso paraguayo, informes recientes destacan avances notables: en 2023 el turismo aportó un 1,5 % del PIB nacional y generó directamente cerca de 64 000 empleos, estimando un crecimiento anual del 6 % hacia 2034 (WTTC, 2024). Según la OECD (2024), este dinamismo se ve potenciado por políticas de modernización tributaria y promoción de financiamiento sostenible, elementos que apuntalan el desarrollo turístico e inclusive permiten integrar el turismo en una estrategia económica inclusiva.

En el departamento de Ñeembucú, especialmente en Pilar y en zonas rurales como Cerrito, el turismo rural y de naturaleza representa una oportunidad emergente, pero enfrenta limitaciones por la carencia de infraestructura y visibilidad (Senatur, 2023). Cerrito, enclavado en el río Paraná, posee potencial en pesca deportiva y turismo de naturaleza, aunque permanece al margen de iniciativas formales de desarrollo por ausencia de estudios sobre su impacto económico local. Según Riveros Montiel (2020), “en el caso de Ñeembucú, tenemos las dos opciones, en Cerrito, como turismo de masas en el verano y en otros lugares del interior, el turismo alternativo, de naturaleza e histórico” (p.83).

Diversos estudios realizados en Cerrito, Ñeembucú, evidencian el creciente impacto del turismo en la economía local. Según la Dirección de Turismo, la localidad recibe hasta 16 000 turistas en temporada alta, generando una alta movilización de la población en actividades comerciales y de servicios (La



Nación, 2024). Informes recientes reportan ingresos cercanos a los 1 000 millones de guaraníes en fines de semana turísticos, destacando a Cerrito como un destino en expansión (ABC Color, 2025). Asimismo, investigaciones académicas subrayan el potencial de sus recursos naturales y culturales para el turismo de naturaleza, aunque señalan limitaciones en infraestructura, señalización y planificación estratégica para un desarrollo sostenible (Riveros Montiel et al., 2020).

Cerrito está ubicado en el Departamento de Ñeembucú, Paraguay, es una ciudad rural y turística situada a 100 km de Pilar, sobre la margen derecha del río Paraná. Elevada a distrito en 1939, destaca por su historia vinculada a la Guerra de la Triple Alianza y su economía basada en pesca, agricultura, turismo y servicios relacionados.

Con aproximadamente 6.000 habitantes, Cerrito es un polo turístico que ofrece atractivos como el Lago Sirena, las Dunas de Cerrito, la Isla Pombero y el mirador Cerro Ita Punta. Es popular por el turismo de playa, pesca deportiva y actividades recreativas como paseos en lancha, kayak y exploración de islas. El Festival del Lago Sirena y la fiesta patronal del Niño Jesús Salvador son eventos culturales destacados.

La ciudad cuenta con una capacidad de alojamiento de 1.598 camas distribuidas en posadas, hospedajes, cabañas, hoteles y casas turísticas. La Oficina de Turismo registra visitantes y autoriza lancheros para traslados seguros. Aunque el turismo dinamiza la economía local, el acceso puede ser complicado en épocas de lluvia debido a los caminos de tierra.

Cerrito posee un clima templado, infraestructura turística moderna y proyectos viales en desarrollo para mejorar la conectividad. Su riqueza natural y cultural, como las dunas con hallazgos arqueológicos, lo convierten en un destino único en Paraguay.

Según la Municipalidad de Cerritos, estos son la cantidad de visitantes registrados en la Oficina de Turismo (por temporada):

- Dic. 2021 a Mar. 2022: 16.000 personas (post COVID-19)
- Dic. 2022 a Mar. 2023: 7.610 personas
- Dic. 2023 a Mar. 2024: 2.580 personas
- Dic. 2024 a Mar. 2025: 7.667 personas

Estos datos solo reflejan los visitantes que pasaron por la oficina de turismo. Se estima que la cantidad real es considerablemente mayor.

Figura 1 Potencialidades de Cerrito, Ñeembucú.

DISTRITO: CERRITO					CONCLUSIONES
Descripción	IJ	IP	II	Ranking	Cerrito tiene gran potencial turístico, pero necesita hacer las tareas, organizar las vías públicas, reglamentar la actividad turística, en especial lo relacionado con las travesías hacia las islas, señalar los sitios de interés. Y, principalmente, estimular la oferta de servicios turísticos como restaurantes y bares. Posee hoteles, hospedajes, camping, comedores.
Playa central	6	4	48	2°	
Paseos en barco y turismo de pesca (baqueanos)	4	4	16	8°	
Festival del Lago Sirena (29/diciembre)	7	2	28	4°	
Fiesta playera Hawái en Cerrito (febrero)	4	2	8	12°	
Dunas de Cerrito	3	6	18	7°	
Cerámica indígena y arqueología	2	6	12	11°	
Mirador Itá Punta	4	4	16	9°	
Fiesta Patronal: Niño Jesús (01/enero)	3	4	12	10°	
Isla Pombero	7	12	126	1°	
Isla Martín García	3	12	36	3°	
Isla Boca	2	12	24	5°	
Isla Paloma	2	12	24	6°	

Fuente: (Riveros Montiel, 2020, p.66).

En este contexto, resulta pertinente abordar la percepción de los comerciantes de Cerrito, pues sus testimonios pueden iluminar la manera en que el turismo se traduce en beneficios reales. Desde el punto de vista conceptual, la investigación se basa en la noción de percepción, definida por Deery, et al., (2012), como la evaluación subjetiva de la incidencia económica del turismo en las actividades comerciales y en la consideración del impacto económico, entendido como variación en ventas, ingresos, empleo y beneficios indirectos.

El marco teórico del presente estudio se fundamenta en la teoría del intercambio social, que postula que los individuos valoran las relaciones sociales evaluando los beneficios y costos percibidos (Homans, 1961 citado en Lee, 2009). Este enfoque es especialmente pertinente en el análisis de la percepción del turismo por parte de los comerciantes locales, ya que les permite sopesar si los beneficios económicos como el incremento en ventas e ingresos superan los posibles costos, tales como sobrecarga operativa o

competencia (Gursoy y Rutherford, 2004; Nunkoo y Ramkissoon, 2012). En Brasil, estudios realizados en destinos como Santa Cruz (Rio Grande do Norte) confirman que los residentes que perciben beneficios económicos claros tienden a apoyar el desarrollo turístico, siempre que también confíen en las instituciones locales (Nunkoo et al., 2016; Fazel et al., 2023). Asimismo, investigaciones desarrolladas en Jericoacoara (Ceará) mostraron que la percepción de beneficios socioeconómicos locales es un factor decisivo en la aceptación comunitaria del turismo, aunque los impactos culturales y ambientales también influyen en el grado de apoyo (Cardoso., 2021). En el caso de Cerrito, según el estudio de Riveros Montiel, (2020), si bien, en “la zona sur este, el distrito que se destaca con potencial es Cerrito, pero necesita un gran cambio cultural y una revitalización amplia, tanto en los aspectos de operación del turismo local, como de infraestructura” (p. 73).

Estos ejemplos respaldan la idoneidad del enfoque del intercambio social para interpretar cómo las comerciantes de Cerrito evaluarán la actividad turística, equilibrando costos y beneficios percibidos en sus decisiones y apoyos hacia el turismo.

La problemática que motiva el estudio radica en la escasa documentación sobre cómo el turismo incide en la economía de territorios rurales específicos, donde la predominancia de unidades económicas informales dificulta su vinculación con el sector y limita el diseño de políticas públicas efectivas. En efecto, sin evidencia acerca del nivel de ingresos, oportunidades y desafíos percibidos por las comerciantes, las acciones institucionales carecen de enfoque local y responsivo.

Así, el presente trabajo se propone como objetivo general analizar la percepción de los comerciantes sobre el impacto del turismo en la economía del distrito de Cerrito. Los objetivos específicos son: 1) identificar los cambios económicos percibidos por las comerciantes a partir de la llegada de turistas; 2) describir la influencia del turismo en las ventas y las actividades comerciales locales; 3) conocer la opinión de los comerciantes respecto a las oportunidades y desafíos que genera el turismo en la economía de la zona; y 4) examinar si las comerciantes reciben algún tipo de apoyo institucional vinculado al desarrollo turístico.

En esta línea, la presente investigación se sustenta en estos autores para la operacionalización de las variables estudio. Primero, para identificar las variaciones en ventas e ingresos atribuibles a la actividad turística, se considera la variable impacto económico del turismo, entendida como las transformaciones



en la economía local que comprenden ventas, ingresos y generación de empleo, de acuerdo con los datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, 2023) para América Latina, que estiman una aportación del 7,8 % del PIB regional. En segundo lugar, con el objetivo de describir cómo influye el turismo en las actividades comerciales locales, se analiza la variable incidencia del turismo en la actividad comercial, evaluada por cambios en la oferta, horarios y estrategias, en línea con estudios sobre turismo rural comunitario en América Latina que destacan la diversificación de productos y la adaptación de los comerciantes (Ceilan y Rodríguez, 2021). En tercer lugar, se busca explorar las oportunidades y desafíos asociados al turismo, abordando la variable percepción de oportunidades y desafíos, definida por la evaluación subjetiva de beneficios y barreras, con soporte en literatura regional que señala cómo las comunidades rurales perciben tanto ventajas económicas como retos culturales y ambientales (Informe OBS, 2022). Finalmente, para valorar la percepción sobre el apoyo institucional vinculado al desarrollo turístico, se examina la variable percepción del apoyo institucional, referida al conocimiento, participación y valoración de iniciativas públicas y comunitarias, conforme evidencias sobre programas de turismo rural comunitario apoyados por la OIT en América Latina, que resaltan la importancia de la formación y el acompañamiento institucional (OIT, 2025). En conjunto, este marco operacional permite orientar sistemáticamente la recolección y el análisis de datos, fortaleciendo la coherencia conceptual del estudio en el contexto latinoamericano.

Este estudio cobra relevancia por varias razones. En primer lugar, aborda un vacío empírico en la literatura sobre turismo rural en Paraguay, aportando datos cuantitativos centrados comerciantes. En segundo lugar, ofrece insumos para orientar políticas públicas que promuevan infraestructura, capacitación y estrategias financieras adaptadas a contextos fronterizos. Finalmente, contribuye al fortalecimiento de la voz comunitaria, mostrando cómo un enfoque participativo puede enriquecer la planificación turística y promover un desarrollo local más justo y sostenible.

METODOLOGÍA

El presente estudio se enmarca en un enfoque de investigación cuantitativo, lo que implica la recolección y análisis de datos numéricos con el propósito de describir y comprender fenómenos sociales observables de forma objetiva. En términos de alcance, se trata de una investigación de tipo descriptivo, ya que busca caracterizar la percepción de los comerciantes del distrito de Cerrito, departamento de



Ñeembucú, en relación con el impacto económico del turismo en sus actividades comerciales. El diseño metodológico adoptado es no experimental, dado que no se manipularán variables, sino que se observarán los fenómenos en su contexto natural, tal como ocurren en la realidad social del entorno de estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2018).

La población objeto de investigación está constituida por 69 unidades económicas formalmente registradas con patente comercial activa en el distrito de Cerrito al momento de la recopilación de los datos. Dado el objetivo del estudio y las características de la población, se optó por una muestra intencional conformada por 28 comerciantes seleccionadas bajo el criterio de su vinculación directa con el comercio local y su relación con la actividad turística, lo que asegura la pertinencia y relevancia de las respuestas en función de las variables estudiadas.

En cuanto a la recolección de datos, se empleó la técnica de encuesta, la cual permite obtener información estandarizada de un grupo significativo de personas en un tiempo razonable. El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado, diseñado con base en los objetivos específicos de la investigación y compuesto por preguntas afirmativas cerradas orientadas a medir la percepción de los comerciantes sobre el impacto económicos del turismo. Este cuestionario fue sometido previamente a un proceso de validación de contenido por juicio de expertos, con el fin de garantizar la coherencia, claridad y relevancia de los ítems incluidos.

El marco operacional del estudio se estructura en torno a cuatro variables principales, cada una representada mediante afirmaciones específicas en la encuesta aplicada. En primer lugar, los cambios económicos percibidos se entienden como las transformaciones observadas por los comerciantes en cuanto a circulación de dinero, movimiento económico y generación de ingresos y empleo vinculados a la llegada de turistas (Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2023). En segundo lugar, se aborda la influencia del turismo en las ventas y actividades comerciales, que incluye aspectos como el incremento en las ventas, adaptación de productos, modificación de horarios y estrategias comerciales frente al flujo turístico (Ceilan y Rodríguez, 2021). En tercer lugar, se analiza la percepción de oportunidades y desafíos, entendida como el reconocimiento de beneficios y limitaciones asociadas al turismo, tales como la posibilidad de crecimiento económico, la competencia comercial, la infraestructura disponible y la necesidad de planificación (Informe OBS, 2022). Finalmente, se estudia la percepción del apoyo



institucional vinculado al desarrollo turístico, referida al nivel de conocimiento, participación y valoración por parte de los comerciantes sobre las acciones impulsadas por entidades públicas y privadas en torno al turismo local (OIT, 2025).

Estas variables guían el diseño del instrumento de recolección de datos y permiten una comprensión amplia del impacto del turismo en el contexto económico y comercial del distrito de Cerrito, Ñeembucú.

Tabla 1 Componentes del cuestionario

Variable/	Afirmaciones	Escala de Valoración
Cambios económicos percibidos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ He observado un aumento general de la actividad económica en Cerrito con la llegada de turistas. ▪ La presencia de turistas ha influido positivamente en el dinamismo del comercio local. ▪ Considero que el turismo ha generado más circulación de dinero en la zona. ▪ Desde que llegan más turistas, mi negocio experimenta mayor movimiento económico. ▪ El turismo ha generado nuevas fuentes de ingreso para los habitantes del distrito. ▪ Mi percepción es que el turismo ha mejorado la economía de Cerrito en los últimos años. ▪ La llegada de turistas ha contribuido a la creación de más empleos indirectos. ▪ El turismo ha favorecido el crecimiento de negocios complementarios. ▪ La economía local ha experimentado un desarrollo más visible en épocas turísticas. ▪ Los ingresos de mi familia mejoran en temporadas de alta afluencia turística. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo
Influencia del turismo en ventas y actividades comerciales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las ventas en mi negocio aumentan con la presencia de turistas. ▪ Adapto mis productos o servicios a las necesidades de los turistas. ▪ Extiendo mis horarios de atención durante temporadas turísticas. ▪ El turismo me impulsa a mejorar la presentación de mis productos o servicios. ▪ Las visitas turísticas influyen en la variación de mis ingresos mensuales. ▪ Mis proveedores registran más actividad en feriados y eventos turísticos. ▪ El turismo estimula promociones y ofertas especiales en mi negocio. ▪ Aumento mi stock de productos en temporadas turísticas. ▪ El comportamiento de los turistas influye en mis estrategias comerciales. ▪ El turismo ha modificado mis prácticas comerciales habituales. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo

Oportunidades y desafíos del turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El turismo es una oportunidad de crecimiento económico para mi negocio. ▪ Cerrito aún no está completamente preparado para recibir turistas. ▪ La falta de infraestructura limita los beneficios del turismo. ▪ La competencia aumenta con la llegada de turistas. ▪ Los eventos turísticos permiten innovar comercialmente. ▪ Hay desafíos logísticos durante los picos turísticos. ▪ La informalidad comercial crece en temporadas turísticas. ▪ El turismo presenta oportunidades y también nuevos retos. ▪ Ser comerciante en una zona turística requiere planificación. ▪ El turismo me motiva a capacitarme y mejorar la atención. 	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo
Apoyo institucional vinculado al desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ He recibido apoyo institucional vinculado al turismo. ▪ Conozco iniciativas municipales que promueven el turismo en Cerrito. ▪ La municipalidad ha promovido actividades turísticas en beneficio del comercio. ▪ He recibido capacitación para mejorar la atención a turistas. ▪ Hay poca articulación entre instituciones y comerciantes en materia turística. ▪ Se necesita más apoyo técnico y financiero para comerciantes turísticos. ▪ He participado en reuniones sobre desarrollo turístico local. ▪ Se requiere mayor promoción de Cerrito como destino turístico. ▪ Las autoridades deberían trabajar más directamente con los comerciantes. ▪ Estoy dispuesto/a a colaborar con instituciones en proyectos turísticos. 	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo

La información recopilada fue analizada mediante procedimientos estadísticos descriptivos, permitiendo presentar los resultados en términos de frecuencias y porcentajes, lo cual facilitó una interpretación precisa y sustentada de los datos en relación con las variables en estudio.

RESULTADOS

El estudio fue aplicado a comerciantes del distrito de Cerrito, Ñeembucú, cuya participación permitió recabar información valiosa sobre la percepción local respecto al impacto del turismo en la economía. En total, se encuestó a una muestra intencional de 28 personas vinculadas a distintas actividades comerciales y de servicios (n= 28).

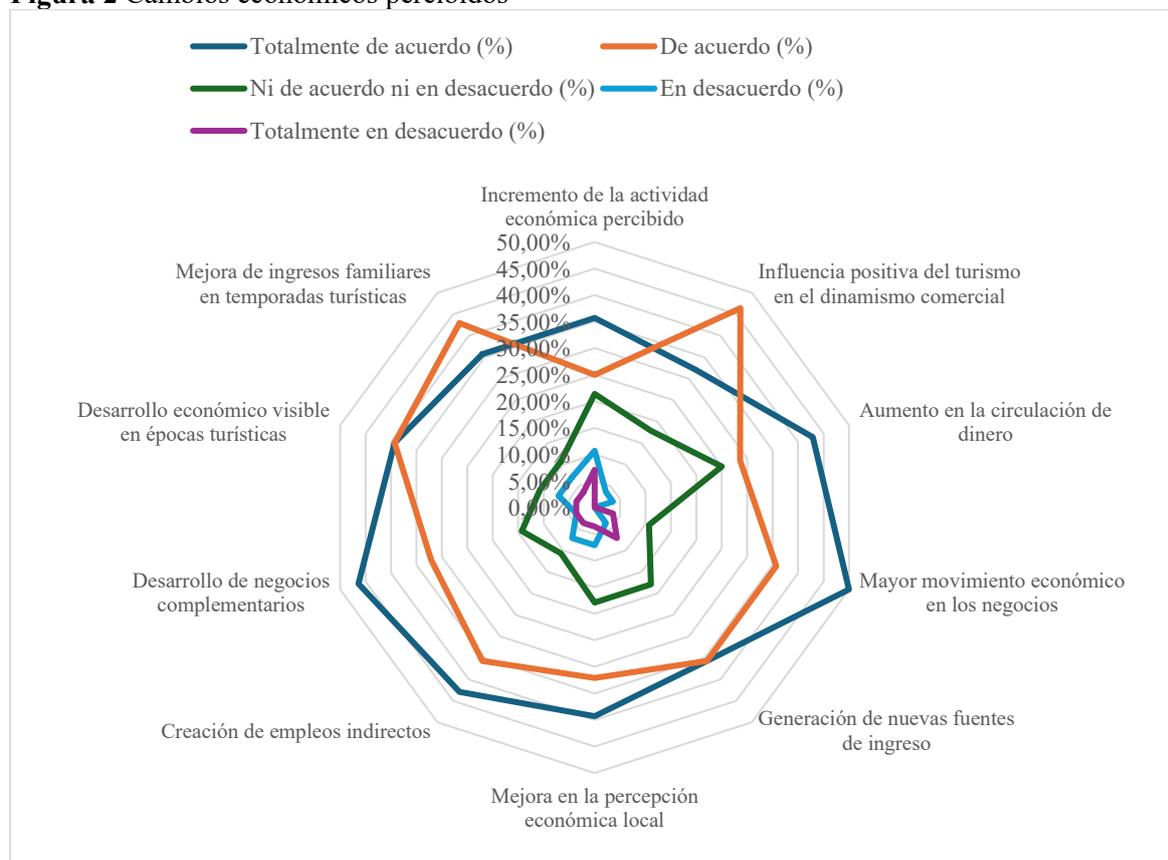
Del total, 10 se desempeñan como lancheros, dedicados al traslado de turistas, pesca deportiva y paseos por el río. Asimismo, 2 comerciantes ofrecen alquiler de kayaks y pedalines, y 1 realiza paseos turísticos

por islas y costas en motores deslizadores. En el área de servicios gastronómicos se identificaron 5 participantes, mientras que 7 administran autoservicios o despensas, rubros que experimentan mayor dinamismo durante la temporada alta. También se registraron 3 dedicados al rubro de hospedajes, ofreciendo alojamientos familiares o adaptados a turistas.

En su mayoría, se trata de unidades económicas de tipo familiar, con atención directa al público y experiencia consolidada en el ámbito local. Esta caracterización permite contextualizar los resultados obtenidos, visibilizando cómo diferentes sectores económicos interpretan el turismo como factor de impacto en el desarrollo de Cerrito.

A continuación, se presentan los principales hallazgos obtenidos a partir del análisis de los datos recolectados mediante la encuesta aplicada a comerciantes del distrito de Cerrito. Los resultados se organizan conforme a los objetivos específicos del estudio, permitiendo identificar percepciones sobre los cambios económicos atribuibles al turismo, su influencia en la dinámica comercial, los desafíos y oportunidades asociados, así como la valoración del apoyo institucional recibido.

Figura 2 Cambios económicos percibidos



Fuente: n=28 comerciantes encuestados.



Los hallazgos revelan una percepción mayoritariamente positiva por parte de los comerciantes de Cerrito sobre el impacto económico del turismo. En todos los indicadores evaluados, más del 70% de los encuestados se manifestaron “de acuerdo” o “totalmente de acuerdo”, lo que refleja un consenso favorable respecto a los beneficios que genera el turismo en la economía local.

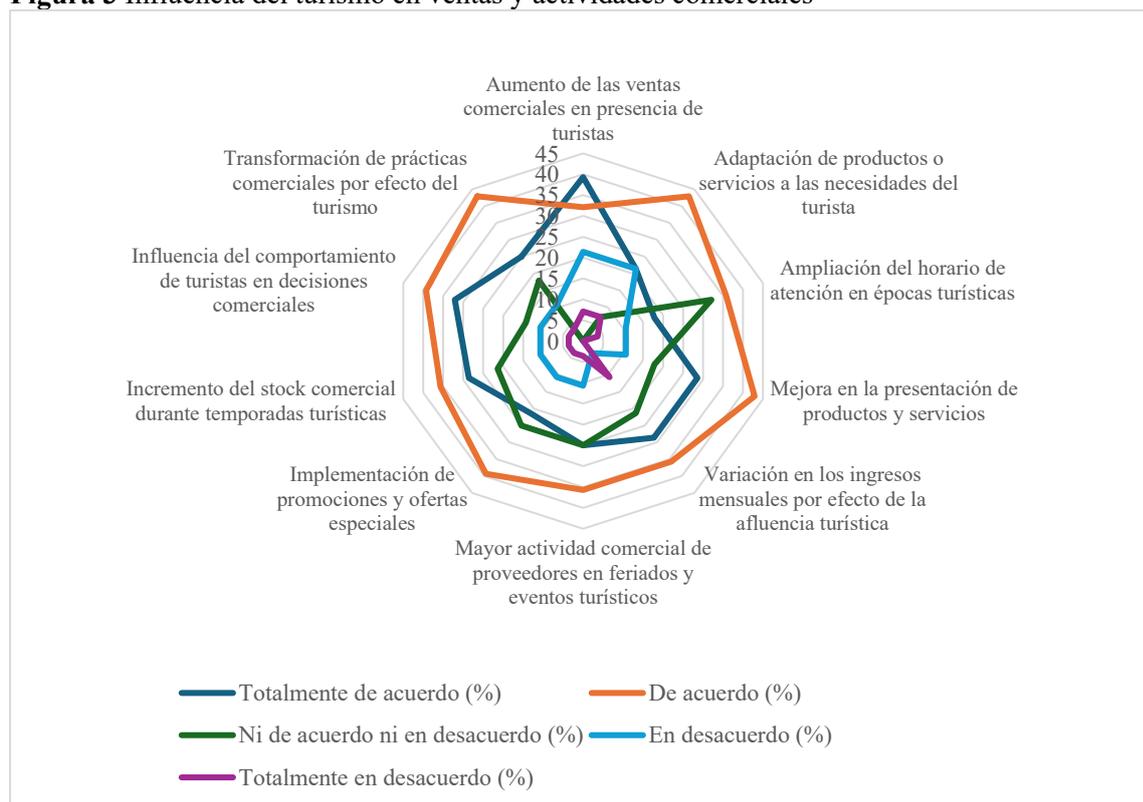
Indicadores como el aumento del movimiento económico en los negocios (85,7%), el dinamismo comercial (78,5%) y el incremento en la circulación de dinero (71,5%) confirman que la llegada de turistas influye directamente en las ventas y la actividad comercial. Asimismo, la mayoría percibe que el turismo contribuye a generar nuevas fuentes de ingreso, empleos indirectos y oportunidades para el desarrollo de negocios complementarios.

La mejora en los ingresos familiares durante las temporadas turísticas también fue reconocida por el 78,6% de los comerciantes, lo que evidencia un efecto positivo no solo comercial, sino también en el bienestar económico del hogar.

Por tanto, los resultados muestran que el turismo es visto como un motor de crecimiento económico para Cerrito, lo que justifica la necesidad de fortalecer su promoción y articular políticas de apoyo al sector comercial local.



Figura 3 Influencia del turismo en ventas y actividades comerciales



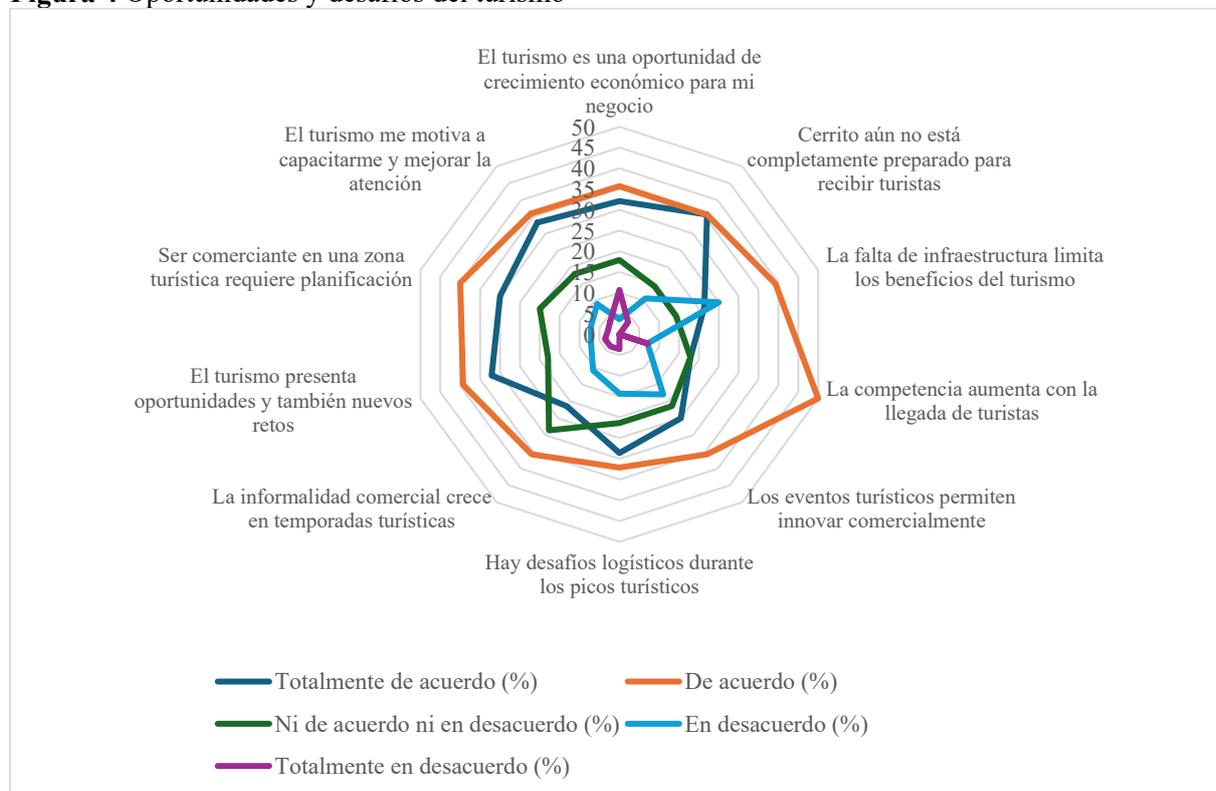
Fuente: n=28 comerciantes encuestados

Los resultados sobre la influencia del turismo en las ventas y actividades comerciales locales revelan una tendencia moderadamente positiva en la percepción de los comerciantes de Cerrito. En general, las respuestas se concentran en las categorías “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, lo que indica que la mayoría reconoce ciertos beneficios del turismo en sus actividades, aunque también emergen respuestas neutras y en desacuerdo que sugieren presencia de desafíos o limitaciones.

Por ejemplo, un 71,4% de los encuestados considera que las ventas aumentan con la presencia de turistas, lo cual demuestra un impacto económico directo. De manera similar, la mejora en la presentación de productos (71,5%) y la influencia del comportamiento turístico en las decisiones comerciales (71,4%) evidencian que los comerciantes adaptan sus estrategias ante el flujo de visitantes. No obstante, indicadores como la ampliación del horario de atención (apenas 17,9% “totalmente de acuerdo” y 32,1% neutros) y la variación en ingresos mensuales (35,7% positivas frente a 32,1% entre neutras y negativas) reflejan que no todos los negocios logran capitalizar el turismo de la misma forma.

Por tanto, los datos muestran que los comerciantes valoran el turismo como una oportunidad de mejora comercial, pero también identifican retos estructurales o contextuales que dificultan un aprovechamiento uniforme.

Figura 4 Oportunidades y desafíos del turismo



Fuente: n=28 comerciantes encuestados

La interpretación de la figura que presenta porcentajes sobre la variable oportunidades y desafíos del turismo en Cerrito evidencia una visión ambivalente pero constructiva por parte de los comerciantes: se reconoce el potencial del turismo para el desarrollo económico, aunque también se señalan limitaciones que afectan su aprovechamiento pleno.

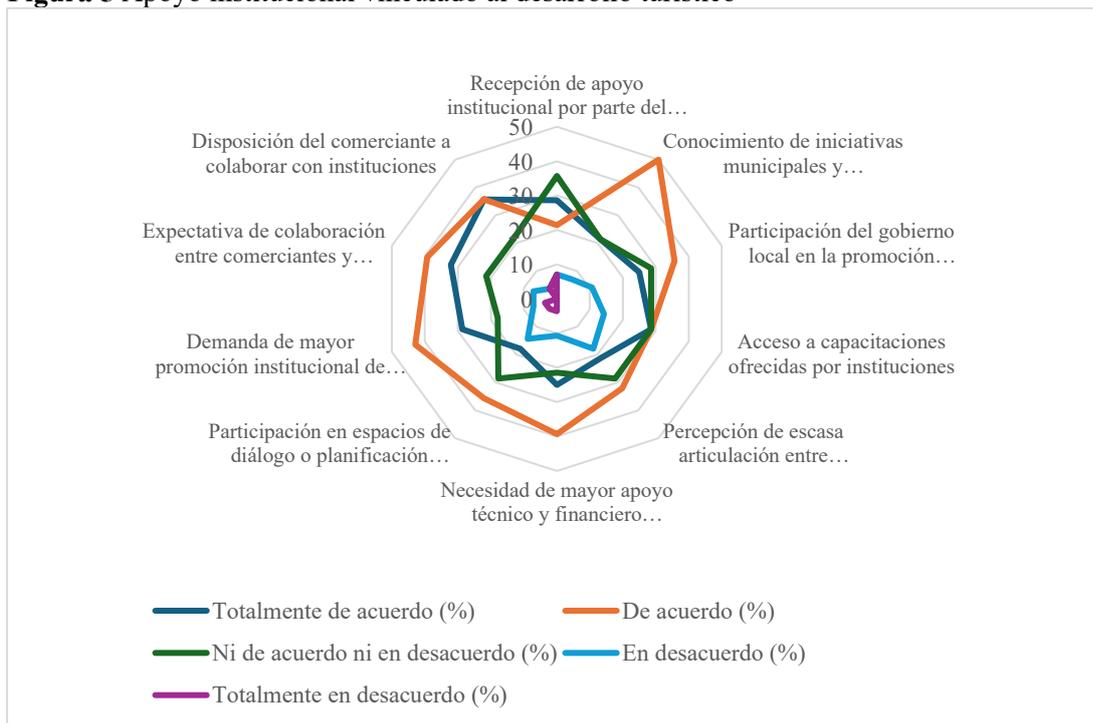
En general, los ítems relacionados con las oportunidades muestran una alta valoración positiva. Por ejemplo, el 67,8 % considera que el turismo representa una oportunidad de crecimiento económico, y el 71,4 % cree que permite innovar comercialmente. Asimismo, el 75 % afirma que el turismo les motiva a capacitarse y mejorar la atención, lo que denota una actitud proactiva hacia la mejora continua.

Sin embargo, también se destacan percepciones críticas sobre los desafíos. Un 75 % señala que Cerrito aún no está completamente preparado para recibir turistas, mientras que el 60,7 % reconoce que la falta de infraestructura limita los beneficios del turismo. Además, la informalidad comercial y la competencia

creciente aparecen como preocupaciones concretas, lo que refleja la necesidad de mayor regulación y organización del entorno comercial.

De allí que, los comerciantes valoran al turismo como una fuente de oportunidades, pero demandan mejores condiciones estructurales, organizativas e institucionales para que esos beneficios puedan ser sostenibles e inclusivos. Esto refuerza la importancia de una gestión estratégica y participativa del turismo local.

Figura 5 Apoyo institucional vinculado al desarrollo turístico



Fuente: n=28 comerciantes encuestados

Los resultados sobre el apoyo institucional vinculado al desarrollo turístico en Cerrito, a partir de los porcentajes obtenidos, revela una tendencia moderadamente positiva, pero también evidencia la existencia de desafíos importantes.

Por un lado, se observa que los comerciantes reconocen algunas acciones institucionales. Por ejemplo, el 71,4% manifestó conocer iniciativas municipales y departamentales de promoción turística, y el 67,9% expresó estar dispuesto a colaborar con instituciones en proyectos vinculados al turismo. Estos datos indican una actitud proactiva por parte del sector comercial y cierta presencia institucional.



Asimismo, un 71,5% de los encuestados mostró una expectativa de colaboración directa con autoridades locales, y más del 70% coincide en que debe existir una mayor promoción institucional de Cerrito como destino turístico, lo que refleja apertura al trabajo conjunto y a estrategias de desarrollo.

No obstante, también se evidencia una proporción significativa de respuestas neutras y en desacuerdo, especialmente en ítems como el acceso a capacitaciones y la percepción de articulación entre comerciantes e instituciones, donde entre el 28% y el 32% se mostraron indiferentes o críticos. Esto sugiere una falta de sistematicidad o continuidad en el apoyo brindado.

Por tanto, si bien hay avances y una actitud positiva general, persisten áreas de mejora en la coordinación, visibilidad y alcance del apoyo institucional para que el turismo tenga un impacto sostenible en el sector comercial de Cerrito.

DISCUSIÓN

Una vez analizados los datos recolectados a través del cuestionario aplicado a comerciantes del distrito de Cerrito, es pertinente contrastar dichos hallazgos con el marco teórico y los estudios previos que sustentan esta investigación. A través de la teoría del intercambio social y los aportes de autores especializados en turismo rural, desarrollo económico y gestión institucional, se interpretan los resultados considerando tanto los beneficios percibidos como los desafíos identificados en el contexto local.

Los resultados muestran que una amplia mayoría de comerciantes percibe un incremento en sus ingresos, ventas y circulación de dinero durante la temporada turística, lo cual concuerda con lo señalado por el WTTC (2023), que atribuye al turismo una contribución significativa al PIB y al empleo regional. En el caso específico de Cerrito, estas percepciones se alinean con los datos reportados por La Nación (2024) y ABC Color (2025) sobre el alto flujo de visitantes y los ingresos generados durante fines de semana turísticos. Desde la teoría del intercambio social (Homans, 1961; Lee, 2009), este tipo de percepción refuerza la idea de que los beneficios percibidos, en este caso económicos, aumentan el nivel de aceptación del turismo por parte de los actores locales.

En cuanto a la influencia del turismo en las actividades comerciales, se evidenció una tendencia moderadamente positiva. Si bien muchas comerciantes reconocen haber adaptado productos, ampliado horarios y ajustado estrategias, una parte significativa muestra respuestas neutras o incluso en



desacuerdo. Esta variabilidad puede explicarse, como señalan Ceilan y Rodríguez (2021), por las diferencias en capacidad de respuesta entre negocios formales e informales, así como por la falta de recursos para innovar.

Respecto a la percepción sobre oportunidades y desafíos, los datos revelan una valoración dual. Las comerciantes reconocen el turismo como una fuente concreta de crecimiento e innovación, y manifiestan disposición a capacitarse y mejorar sus servicios. Sin embargo, también identifican obstáculos importantes, como la falta de infraestructura, el crecimiento de la informalidad comercial y la competencia, así como desafíos logísticos en épocas de alta afluencia. Este hallazgo concuerda con el Informe OBS (2022), que resalta cómo las comunidades rurales perciben tanto los beneficios como las barreras del turismo. Desde la perspectiva del intercambio social, este equilibrio entre ventajas e inconvenientes influye directamente en el nivel de apoyo al desarrollo turístico: cuanto más claros y accesibles sean los beneficios, mayor será el compromiso local.

En cuanto al apoyo institucional, se identificó una percepción ambivalente. Si bien algunas comerciantes reconocen iniciativas del gobierno local y muestran disposición a colaborar, también manifestaron una escasa articulación entre instituciones y sector comercial. Esta situación pone en evidencia la necesidad de fortalecer la participación comunitaria y el acompañamiento técnico, tal como recomiendan los estudios de la OIT (2025) en proyectos de turismo rural comunitario. Asimismo, como advierten Nunkoo y Ramkissoon (2012), la confianza en las instituciones es esencial para que los actores locales mantengan una actitud favorable hacia el turismo.

De esta manera, los hallazgos del estudio confirman que el turismo en Cerrito es percibido como un fenómeno generador de beneficios económicos y motivador de cambio, pero condicionado por limitaciones estructurales y de gestión. Estos resultados refuerzan la necesidad de un abordaje estratégico y participativo que vincule a los actores locales con las instituciones, bajo un modelo de desarrollo sostenible y con enfoque territorial.

CONCLUSIÓN

El estudio permitió comprender cómo las comerciantes de Cerrito perciben el impacto del turismo en su economía local. En general, los resultados muestran una valoración positiva hacia el turismo como motor de ingresos, empleo y dinamismo económico. Sin embargo, esta percepción no es homogénea ni exenta



de matices: también se evidencian limitaciones en términos de adaptación comercial, condiciones estructurales e insuficiente articulación institucional.

En relación a las oportunidades y desafíos, las comerciantes identifican el turismo como una fuente concreta de crecimiento, innovación y motivación para la mejora de la atención al cliente. A la vez, reconocen obstáculos como la falta de infraestructura, la informalidad comercial y la competencia creciente. Esta mirada dual confirma que el turismo es valorado, pero exige mejores condiciones para que su impacto sea más equitativo y sostenido.

Desde una perspectiva administrativa, el turismo no debe entenderse únicamente como un fenómeno económico estacional, sino como un proceso que requiere planificación estratégica, gestión coordinada y fortalecimiento de capacidades locales. La teoría del intercambio social fue útil para interpretar cómo las comerciantes sopesan beneficios y costos percibidos, lo que refuerza la necesidad de diseñar políticas públicas participativas, con enfoque territorial, que integren al sector comercial en las decisiones de desarrollo turístico.

Para un administrador de empresas, este estudio evidencia que el turismo en contextos rurales no solo representa una oportunidad de mercado, sino también un desafío de gestión integral, donde el éxito depende tanto de la iniciativa privada como de la acción institucional articulada. En ese sentido, Cerrito tiene potencial, pero requiere visión, liderazgo local y recursos orientados al desarrollo sostenible.

Conflicto de interés: ninguna

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC Color. (2025, 11 de febrero). *El turismo mueve más de G. 1.000 millones en fin de semana en Ñeembucú*. <https://www.abc.com.py>
- Cardoso, A. (2021). *Percepción de las comunidades anfitrionas sobre el impacto del turismo en Jericoacoara, Brasil*. Investigación Turística. Recuperado de <https://www.revtur.org>
- Ceilan, J., & Rodríguez, M. (2021). *Turismo rural comunitario en América Latina: revisión bibliográfica*. Aportes al desarrollo local. editorial.ucsg.edu.ec+5polodelconocimiento.com+5albasud.org+5
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2023). *Impacto económico del viaje y el turismo 2024 – Paraguay*. <https://wttc.org>



- Deery, M., Jago, L. y Fredline, L. (2012). *Repensando los impactos sociales del turismo: Una nueva agenda de investigación*. *Tourism Management*, 33(1), 64–73.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>
- Fazel, S., Almeida, A. y Rocha, M. (2023). *Turismo comunitario en la costa de Brasil: Percepciones de los residentes y desafíos para el desarrollo*. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 287–305.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.213458>
- Fernández Bedoya, V. H., Ruiz Palacios, M. A., Meneses La Riva, M. E., & Suyo Vega, J. A. (2025). *Emprendimiento turístico en América Latina: Una revisión sistemática*. *Sustainability*, 17(3), 989. <https://doi.org/10.3390/su17030989>
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). *Actitudes de los anfitriones hacia el turismo: un modelo estructural mejorado*. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495–516.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Informe OBS Business School. (2022). *Turismo en América Latina, un análisis después de la pandemia*.
obsbusiness.school
- La Nación. (2024, 24 de julio). *Cerrito se proyecta como epicentro turístico del sur del país*.
<https://www.lanacion.com.py>
- Lee, T. H. (2009). *Un modelo estructural para examinar cómo la imagen del destino, la actitud y la motivación afectan el comportamiento futuro de los turistas*. *Leisure Sciences*, 31(3), 215–236.
<https://doi.org/10.1080/01490400902837787>
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). *Apoyo comunitario al turismo: el papel de los factores socioeconómicos, la confianza dinámica y la teoría del intercambio social*. *Tourism Management*, 33(2), 644–654. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.07.010>
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). *Apoyo comunitario al turismo: El papel de los factores socioeconómicos, la confianza dinámica y la teoría del intercambio social*. *Tourism Management*, 33(2), 644–654. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.07.010>



- Nunkoo, R., Smith, S. L., & Ramkissoon, H. (2016). *Percepciones de los residentes y apoyo al desarrollo turístico: Un estudio de caso en Santa Cruz, Brasil*. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 146–162. <https://doi.org/10.1002/jtr.2049>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2025). *Formación en turismo rural comunitario y trabajo decente para América Latina*. itcilo.org
- Organización Mundial del Turismo. (2024). *El turismo internacional recupera los niveles previos a la pandemia en 2024*. Noticias de la OMT. <https://www.unwto.org>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2024). *Tendencias y políticas del turismo de la OCDE 2024*. Publicaciones de la OCDE. <https://doi.org/10.1787/80885d8b-es>
- Riveros Montiel, E., Rodríguez González, M., Benítez Vázquez, E., & Arzamendia, L. (2020). *El turismo para el desarrollo: Estudio de caso Cerrito, Paraguay*. Universidad Nacional de Pilar. <https://unp.edu.py>
- Riveros Montiel, T. I. (2020). *Turismo Para El Desarrollo “Potencialidades Y Desafíos En Ñeembucú”* (PINV 15 -371 “Potencialidad del turismo como alternativa para el desarrollo sostenible en el departamento de Ñeembucú”). Universidad Nacional de Pilar, Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes,. https://cta.unp.edu.py/wp-content/uploads/2023/09/FINAL-LIBRO-TURISMO-NEEMBUCU-144-PAG.-1.pdf?utm_source=
- Secretaría Nacional de Turismo. (2023). *Haciendo negocios en turismo: Invirtiendo en Paraguay*. Organización Mundial del Turismo. <https://www.senatur.gov.py>

