

A. Humanidades

13. Producción Artística y Cultural

Promoción Turística de Artesanía Paraguaya en Ciudad del Este.

Galeano Silvero, Laura Cayetana;

Garrido Martínez, María Analía; Rojas Pukall, Celso Alberto

laury_galeano94@hotmail.com;

analía.garrido@fpune.edu.py; alberto.rojaspukall@gmail.com

Facultad Politécnica

Universidad Nacional del Este-Paraguay

Resumen

El presente trabajo responde a la necesidad de impulsar la artesanía nacional en Ciudad del Este. Tiene como principal objetivo analizar la situación de promoción turística de artesanía paraguaya en esta parte del país. La investigación posee enfoque mixto de nivel descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal. Las técnicas e Instrumentos de recolección de datos utilizadas en el aspecto cualitativo fueron las entrevistas y en el aspecto cuantitativo las encuestas, la primera encuesta fue aplicada a los comerciantes que se dedican a la venta de artesanía paraguaya en el microcentro de Ciudad del Este y la segunda, aplicada a los visitantes nacionales y extranjeros que adquirieron artesanía paraguaya en los comercios del microcentro y aquellos que realizaron su entrada y salida del país en la oficina de migraciones de Ciudad del Este. Los resultados de la investigación indican que la promoción turística es inadecuada con relación a las expresiones de artesanía paraguaya en Ciudad del Este, máxime considerando que la ciudad recibe diariamente una importante cantidad de visitantes. Los medios de promoción por los cuales los visitantes se enteran de la existencia de locales de ventas de artesanía paraguaya, generalmente son las recomendaciones, en los locales de ventas de artesanía paraguaya se comercializan objetos artesanales muy representativos del Paraguay como los trabajos en *ñanduti*, *encaje yu*, *ponchos*, *sombrero pirí*, *cerámica*, *hamaca paraguaya*, *madera*, *cuero*, *ao po'í*, *artesanía indígena*, entre otras, existiendo mayor interés de adquisición por los trabajos en *cuero*, *ao po'í* y *madera*, mencionando que se evidencia el gran interés de los visitantes por adquirir los productos artesanales.

Palabras clave: promoción turística, visitante, artesanía, medio de promoción, interés de adquisición.



Asociación de Universidades
GRUPO MONTEVIDEO



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

