

Evolución de Paraguay en indicadores a nivel país basado en informes internacionales emitidos desde el 2010

MGTR. ECO. LUIS CARLOS BERINO DIAZ DE BEDOYA¹
DR. EMILIO IBERBUDEN²

RESUMEN

El presente artículo desarrolla un recorrido histórico desde el año 2010 sobre la evolución del Paraguay en el campo de la marca país, la libertad económica y el desarrollo de negocios. Sobre la base de informes internacionales y estadísticas históricas en conjunto con perspectivas de análisis interno, se puede observar que existe un importante avance en los últimos años en términos generales, pero queda bastante trabajo a realizar con relación a ciertos aspectos elementales para el desarrollo equilibrado de un país. Las perspectivas son alentadoras, a lo que se deberá sumar esfuerzo, dedicación estratégica, seriedad ejecutiva y disciplina en términos estructurales a nivel país, entendiéndose esto dentro del campo público como privado.

Palabras claves: Marca País, Libertad Económica, Negocios, Competitividad

ABSTRACT

This article develops a historical journey from the year 2010 on the evolution of Paraguay in the field of the country brand, economic freedom, and business development. Based on international reports and historical statistics together with internal analysis perspectives, there has been significant progress in recent years in general terms, but there is still a lot of work to be done in relation to certain elementary aspects for the balanced development of a country. The perspectives are encouraging, to which effort, strategic dedication, executive seriousness, and

1 El Mgtr. Eco. Luis Carlos Berino Diaz de Bedoya tiene amplios estudios de grado y postgrado en el ámbito de las ciencias humanas, psico-sociales y empresariales con desempeño en el campo empresarial en materia de dirección ejecutiva, gerenciamiento estratégico, mentoring, liderazgo e innovación sostenible (emilioiberbuden@gmail.com).

2 El Dr. Emilio Iberbuden tiene amplia trayectoria en el campo de la economía, finanzas y desarrollo con desempeño en el área de estudios económicos y análisis financiero para entidades gubernamentales, multilaterales y academias universitarias de grado y posgrado (lberino@gmail.com).

discipline in structural terms at the country level must be added, this being understood within the public as well as the private field.

Keywords: Nation branding, Economic Freedom, Business, Competitiveness

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual la imagen país representa un valor de alta importancia en el campo de la competitividad, desarrollo y la atracción de inversión extranjera. Esto se da particularmente porque una buena imagen país posee el atractivo relevante tanto para inversiones como para comercio global.

José Miguel Sánchez refiere que “destino de nuestro próximo viaje o compramos un producto o servicio importado, nuestra toma de decisiones actúa bajo la influencia de percepciones y creencias respecto a la reputación de otros países” (Sánchez Guitián, 2011)

Según Lina María Echeverri y León Trujillo:

El concepto de marca país nace de la necesidad de los sectores empresariales y de los gobiernos por generar una identidad propia frente a los mercados internacionales. También tiene que ver con la percepción en los consumidores directos, indirectos, reales y potenciales de los países. (Echeverri Cañas & Trujillo Gómez, 2014)

En el presente artículo, se hace inferencia a la evolución de indicadores sobre Paraguay desde la perspectiva de tres informes internacionales que en el transcurso de los años fueron dibujando una imagen país en comparación con los demás países del globo. Se han tomado las publicaciones realizadas desde el año 2010 en adelante para tener un panorama de como se ha desarrollado el país en el transcurso del tiempo.

El primer grupo de informes analizados corresponde al Índice de Libertad Económica, que es un estudio impulsado por el The Wall Street Journal y la Fundación Heritage. Dicho estudio analiza 12 factores cuantitativos y cualitativos, agrupados en cuatro grandes categorías, o pilares de libertad económica, en 184 países. (The Heritage Foundation, 2022)

El segundo grupo de informes considerados en esta investigación son parte la serie de publicaciones anuales impulsadas por el Grupo Banco Mundial bajo el nombre Índice de facilidad para hacer negocios. Este índice ha proporcionado hasta el año 2019,

una medición sobre las regulaciones para hacer negocios en 190 países.

El informe Doing Business proporciona una medición objetiva de las regulaciones para hacer negocios y su aplicación en 190 economías (Grupo Banco Mundial, 2022). Esta ha sido una herramienta para “evaluar y comparar la facilidad o dificultad de hacer negocios en un país [...] a través del impacto que tiene la legislación e institucionalidad en la creación, operación y expansión de empresas en un país” (FUNDESA, 2022)

Finalmente, el tercer informe utilizado en esta investigación, se denomina Índice de Competitividad Global. Este recurso es impulsado por el Foro Económico Mundial desde 1979, que considerada una serie de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel competitividad de un país, presentando tanto las fortalezas como debilidades de los países analizados. El ICG es construido mediante diferentes componentes que son clasificados bajo doce (12) pilares fundamentales, los cuales sirven para señalar los aspectos que hacen a la eficiencia de un país (Ministerio de Hacienda - Paraguay, 2022).

El artículo presentado, analiza de forma transversal diversos ejes de los estudios mencionados, articulando con bibliografía teórica que sustente la discusión y conclusiones.

METODOLOGÍA

Para esta investigación se aplicó un estudio teórico documental de 30 reportes correspondientes al periodo 2010 – 2020, sumado a dos estudios contemporáneos sobre marca país relacionado al enfoque comercial de atractivo turístico del país y al enfoque de atractivo para la inversión extranjera del país.

Asimismo, se hizo una integración de fuentes bibliográficas que den sustento teórico al análisis realizado. En términos de diseño metodológico, el análisis basado en la naturaleza documental posee un enfoque cuantitativo con muestreo intencional y de corte transversal/sincrónico.

La investigación se enfocó en el objetivo de identificar la evolución histórica en los últimos 10 años de la marca país correspondiente a la República del Paraguay a partir de indicadores vinculados a la economía, clima de negocios, factores de desarrollo y marcos regulatorios.

Los datos obtenidos son presentados en tablas de resultados y acompañados posteriormente tanto por el análisis como por las conclusiones reflexivas de los investigadores.

RESULTADOS

1. Paraguay desde la perspectiva del ranking de marca país con enfoque en el sector turismo

El informe de análisis presentado por Bloom Consulting¹ presenta el siguiente ranking 2022-2023 con relación a los países sudamericanos

Tabla 1:
Marca País - Enfoque Turismo e Inversión

Países	Enfoque Turismo		Enfoque Inversión	
	Ranking a nivel mundial	Calidad de Estrategia de Marca País (Ranking)	Ranking a Nivel Mundial	Calidad de Estrategia de Marca País (Ranking)
Paraguay	123	AA	93	A
Argentina	57	BBB	32	BBB
Bolivia	126	BBB	126	BB
Brasil	38	AA	6	A
Chile	63	AA	34	BBB
Colombia	55	BB	25	BBB
Ecuador	73	BBB	78	B
Guyana	161	A	115	A
Perú	46	AA	52	AA
Surinam	172	A	183	C
Uruguay	79	BBB	66	A
Venezuela	121	AA	72	CC

Fuente: Adaptado de Bloom Consulting (2022)

a. Ranking Enfoque en Turismo

El ranking anterior indica que Paraguay no se encuentra una posición fuerte a nivel mundial como destino turístico, pero sin embargo se aprecia un buen avance en los últimos años en cuanto a la estrategia de posicionamiento de marca país como destino turístico.

Al respecto, Martín Rodríguez menciona que “el turismo fomenta la generación de empleo y, en la medida que logra

¹ Bloom Consulting es un data partner oficial del Foro Económico Mundial.

generar eslabonamientos con los diferentes sectores económicos, podría ayudar significativamente a la reducción de la pobreza” (Rodríguez Brindis, 2015). En el mismo orden, el portal CEUPE, refiere que “la economía y el turismo de un país se relacionan estrechamente entre sí [...] posicionándose como un catalizador del crecimiento económico” (CEUPE, 2022)

Con relación a lo anterior, la Mg. Sylvia Olivera indica que:

El turismo es uno de los sectores que más contribuye al crecimiento económico de los países [...] a través de los siguientes aspectos: genera empleos directos e indirectos, impulsa la creación de nuevos negocios, atrae inversión, fomenta la mejora de infraestructura local, mejora la calidad de vida del poblador. (Olivera, 2022)

En conclusión, a lo expuesto, se puede observar la relevancia de impulsar la perspectiva sobre el turismo como un elemento captador del desarrollo.

b. Ranking Enfoque en Inversión

El ranking coloca a Paraguay en una situación con mucho potencial para el desarrollo y esto puede ser capitalizado por la percepción sobre la marca país, la cual puede ir fortaleciéndose en la medida que los indicadores asociados a la atracción de inversiones pueden crecer.

El Banco Central del Paraguay reportó que, en el 2020, “las inversiones de capital fueron las que más crecieron y la Inversión Extranjera Directa (IED) podría haber crecido cerca de los 500 millones de dólares estadounidenses” (ICEX, 2021).

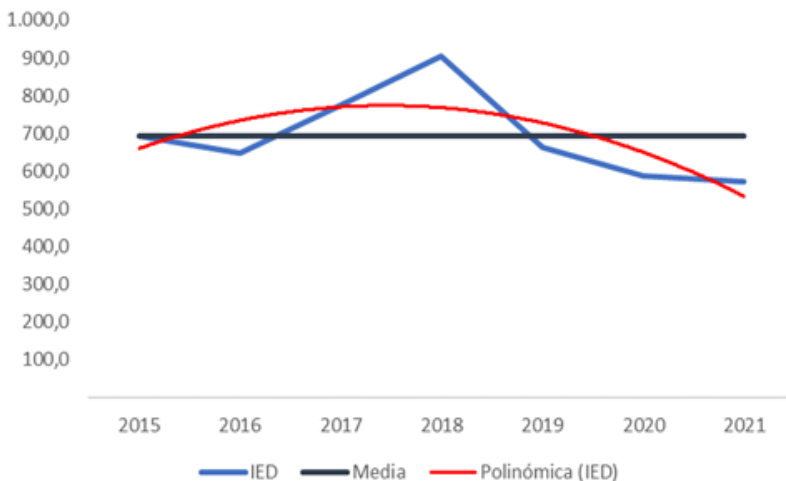
Sobre este aspecto, Etchegaray & Arias Urones afirman que:

La Inversión Extranjera Directa (IED) es un pilar fundamental de la política de desarrollo económico ya que tiene un impacto directo e indirecto en diversas áreas de la economía y productividad local y en ingresos fiscales. De hecho, la IED es una de las principales fuentes de financiación externa para las economías en desarrollo (Etchegaray & Arias Urones, 2020)

Lo anterior, permite capitalizar la comprensión sobre la relevancia de la inversión extranjera a fin de incrementar el desarrollo y las proyecciones competitivas de un país.

Considerando los datos publicados por el Banco Central del Paraguay¹ para el periodo 2015–2021, la inversión extranjera directa ha presentado una tendencia decreciente, marcado por un comportamiento superior a la media durante los años 2017 y 2018, para luego situarse por debajo del promedio. Aunque a primera vista, el dato sugiere apreciaciones y juicios negativos con respecto al comportamiento de la inversión extranjera directa (IED)², es conveniente matizar el gráfico y sobre todo precisar que factores inciden en el comportamiento de la IED.

Gráfico 1:
Evolución de la Inversión Extranjera Directa



En primer lugar, la marca país constituye un instrumento de posicionamiento y comunicación de un territorio, pero no es un factor de competitividad para el mismo. En otras palabras, un comportamiento creciente de la IED va en función de factores determinantes del rendimiento de la inversión y en este contexto la estabilidad macroeconómica, la monetaria, el comportamiento de la tasa de interés y el desenvolvimiento de la economía mundial, así como el de otros países de la región, influyen de manera determinante. A esto hay que agregar los factores climáticos, cuya relevancia queda acentuada por la preponderancia de productos agrícolas en las exportaciones del país y que en los últimos años han jugado en contra de la producción agrícola.

1 Ver Anexo Estadístico al Informe Económico, publicado a octubre 2010.

<https://www.bcp.gov.py/anexo-estadistico-del-informe-economico-i365>

2 En adelante será denominada por sus iniciales.

Por otro lado, la disponibilidad de datos se refiere a un periodo corto y por tanto introducen un sesgo en el análisis, pues no resultan significativos para determinar la eficacia de una campaña de promoción de la marca país. En este caso concreto las mayores variaciones se observan sobre la media y por tanto impactan de mayor manera en el comportamiento de la tendencia. Con esta base, no es posible establecer juicios definitivos, pero si es posible afirmar que los mismos sugieren coherencia con el puesto 93, señalado en el ranking.

En este contexto el camino para avanzar se encuentra marcado por una mayor competitividad territorial. En otras palabras, la marca país deberá ser sustentada además de la estabilidad macroeconómica y monetaria, por el funcionamiento adecuado de las instituciones, sobre todo en materia de seguridad jurídica y educación, apuntando a una mayor calificación de los recursos humanos, acompasado por previsibilidad en la gestión gubernamental.

En este punto cabe agregar una mejor distribución institucional. La concentración de oficinas públicas en grandes centros urbanos, junto a la reducida presencia del gobierno en algunas zonas del territorio, restan competitividad territorial y por ende afectan negativamente a la marca país.

2. Paraguay desde la perspectiva del Índice de Libertad Económica

Tabla 2:
Índice de Libertad Económica - Países de Sudamérica

Países	Py	Ar	Bo	Br	Ch	Co	Ec	Gu	Pe	Su	Ur	Ve
Ranking	62,9	50,1	43	53,3	74,4	65,1	54,3	59,5	66,5	48,1	70	24,8

Fuente: Adaptado de Fundación Heritage (2022).

Tabla 3:
Índice de Libertad Económica - Paraguay

Criterios	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Puntuación general PY	61.3	62.3	61.8	61.1	62.0	61.1	61.5	62.4	62.1	61.8	63.0	62.6	62.9
Categoría	Moderadamente libre (60–69.9)												

Estado de Derecho													
Derechos de propiedad	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0	38.2	38.3	39.5	44.7	41.6	45.5
Integridad del gobierno	24.0	21.0	22.0	22.0	20.5	24.0	24.0	32.6	28.3	25.5	29.6	32.2	29.5
Eficiencia judicial	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	23.3	28.2	30.0	26.4	26.0	37.9
Tamaño de Gobierno													
Carga Fiscal	96.6	97.6	96.9	95.9	96.2	96.0	96.3	96.2	96.1	96.3	96.1	96.2	96.1
Gasto Público	91.7	93.4	88.5	85.4	89.0	81.9	83.3	83.0	82.2	78.9	88.6	86.7	84.0
Salud Fiscal	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	95.1	97.1	96.3	98.0	91.6	68.8
Eficiencia Regulatoria													
Facilidad de hacer negocios	60.9	61.7	59.8	59.1	58.0	58.4	62.6	62.4	62.2	61.5	60.9	59.6	65.4
Libertad de trabajo	26.1	24.9	27.2	25.6	28.9	26.3	30.4	28.5	29.9	29.2	29.0	31.8	39.4
Libertad de política monetaria	75.4	80.9	81.4	79.8	80.9	78.3	76.8	78.3	72.4	72.8	72.5	73.8	75.6
Apertura de Mercados													
Libertad comercial	83.5	83.0	82.7	82.7	81.1	81.4	76.2	76.6	76.1	76.6	75.4	76.4	77.0
Libertad de Inversión	65.0	70.0	70.0	70.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0
Libertad financiera	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0

Fuente: Adaptado de Fundación Heritage (2022)

La investigación (Tabla 2) realizada muestra que Paraguay se encuentra en una situación privilegiada a nivel regional (Sudamérica), ubicándose en tercer lugar como país con libertad económica. A nivel global se encuentra en la categoría moderadamente libre. La Tabla 3 refiere el comportamiento de Paraguay a partir del 2010 hasta el 2022, mostrando que existen puntajes con mejoría en el ámbito de eficiencia regulatoria, tamaño de gobierno y apertura de mercados; siendo una materia pendiente de mejora las categorías de Estado de Derecho.

En esencia la legislación actual puede ser caracterizada como normativa amigable a la producción. La actividad empresarial encuentra un contexto jurídico favorable al desenvolvimiento económico, el cual se aprecia en el índice de libertad económica señalado en el cuadro. Si se compara la posición de Paraguay respecto al de otros países de la región, es destacara el grado favorable que presenta, sobre todo en comparación a Argentina, país cuya legislación poco proclive a la producción y acompañada por una elevada inestabilidad macroeconómica, resta atractivo como país a invertir, además de impulsar la movilidad de capitales hacia otros países, tales como Paraguay, pero también Uruguay.

No obstante, es conveniente destacar dos factores considerados: Derechos de propiedad e Integridad del gobierno. El comportamiento de ambos factores denotan mejoría a lo largo del periodo considerado, aunque queda aún bastante recorrido, con vistas a alcanzar niveles observados en otros ítems. La relevancia de ambos ítems, junto al de la eficiencia judicial, son aspectos claves para reducir los costes de transacción y sobre todo generar el contexto de seguridad jurídica, el cual resulta fundamental para el adecuado desenvolvimiento económico.

Por otro lado, un aspecto clave en este contexto es la reducida carga fiscal, así como la relativa simpleza en el cálculo y determinación de tributos a pagar. En tal sentido, no solo es posible señalar la existencia de un sistema fiscal favorable a la producción e inversión, sino también el hecho que el mismo es competitivo frente a otros sistemas fiscales de la región.

3. Paraguay desde la perspectiva del Índice de facilidad para hacer negocios

Tabla 4:
Índice de facilidad para hacer negocios – “Paraguay”

Criterios	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Categoría	Medio									
Puntuación general PY	124	106	102	103	109	92	100	106	108	113
Apertura de un Negocio	100	102	106	111	113	126	135	143	146	151
Trámites (número)	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Tiempo (Días)	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Costo (% del ingreso per cápita)	56,7	55,1	47,2	46,8	44,2	39,9	39,9	39,8	39,9	40,3
Permisos de construcción	106	71	66	71	71	43	55	56	72	79
Trámites (número)	13	13	12	12	12	12	12	12	14	14
Tiempo (Días)	291	179	137	137	137	136	120	120	121	121
Registro de propiedades	79	60	64	67	71	60	78	76	75	74
Trámites (número)	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Tiempo (Días)	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
Obtención de crédito	71	72	78	83	86	71	79	101	122	124
Pago de impuestos	110	110	132	141	125	111	111	153	127	127
Número de impuestos pagados por año	35	35	35	35	28	20	20	20	20	20

Tiempo para preparar declaraciones (horas por año)	328	311	387	387	384	378	378	378	378	378
Tasa impositiva total (% del margen bruto)	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Comercio transfronterizo	152	152	154	155	154	150	135	116	120	127
Tiempo requerido para exportar (días)	33	33	33	33	29z	29	144	144	144	144
Costo de exportación (US\$ por contenedor)	1440	1440	1440	1440	1850	1850	2215	935	935	935
Tiempo requerido para importar (días)	33	33	33	33	30	30	90	84	84	60
Costo de importación (US\$ por contenedor)	1750	1750	1750	1750	2275	2275	1435	635	635	635
Cumplimiento de contratos	104	107	106	106	102	90	75	74	70	91
Cierre de una empresa	119	135	140	144	152	106	102	102	100	103

Fuente: Adaptado de Grupo Banco Mundial (2022)

El informe elaborado en el transcurso de los años coloca a Paraguay con una marca país con una facilidad “media” para realizar negocios. Al revisar las diferentes categorías, se observa una necesidad de fomentar la velocidad en el proceso de apertura de una empresa. Sobre este aspecto, cabe destacar que se ha creado recientemente la figura de Empresas de Acciones Simplificadas (EAS) que permite tramitar en línea y lograr la constitución de la pempresa en un máximo de 72 horas y con costo CERO con la utilización de los estatutos estándar (MIC, 2022). Con lo cual el aspecto de marca país, mejora substancialmente en la posibilidad de apertura de negocios.

En términos de construcción, se observa también un avance en la velocidad de permisos, aunque para generar un atractivo de inversión, es relevante acelerar estos plazos de permisos juntamente con el registro de propiedades. De igual manera la reforma tributaria impulsada ha logrado simplificar el aspecto tributario, haciéndolo más inclusivo y al mismo tiempo más adaptable a las condiciones generales del mercado. Llama la atención, que en términos generales parece más fácil generar importaciones que exportaciones, tanto en términos de tiempo como de costos.

En este contexto factores a considerar son la innovación en la gestión administrativa y la digitalización. Aunque en materia de digitalización, la prolongada cuarentena impuesta por el Covid 19 obligó a su implementación de forma acelerada, lo cierto es que la misma no es suficiente en la medida que la misma no

es generalizada a todos los niveles y no está sustentada en la simplificación de las gestiones. Esta situación no es uniforme en líneas generales, dada la existencia del proceso antes señalado y otros observados sobre todo en el mercado de valores, así como también en materia impositiva. No obstante, el sistema no es generalizado y tampoco es uniforme en su desenvolvimiento, sin embargo, ha agilizado de manera contundente las gestiones sobre todo en las áreas económicas del gobierno.

Por otro lado, las áreas no económicas del gobierno denotan cierto rezago en materia de simplificación de la gestión administrativa y por supuesto en lo que a digitalización se refiere. A primera vista, el impacto que esta situación pueda tener sobre el índice de facilidad para hacer negocios pueda calificarse de mínima, lo cierto es que constituye un elemento relevante de la competitividad, pues contribuye al desarrollo de ambientes aptos para la instalación de empresas extranjeras.

4. Paraguay desde la perspectiva del Índice de Competitividad Global

Tabla 5:
Índice de Competitividad Global – “Paraguay”

Crterios	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Puntuación Gral. PY	120	122	116	119	120	118	117	112	95	97
Instituciones	137	132	135	140	133	131	131	131	112	115
Infraestructura apropiada	125	125	123	123	117	118	122	118	101	92
Estabilidad macroeconómica	93	100	43	63	54	48	60	42	71	80
Buen sistema de salud y educación primaria	105	107	108	112	111	112	106	104	81	63
Educación superior y entrenamiento laboral	119	116	112	113	112	115	107	107	103	106
Mercados de bienes eficientes	101	83	81	86	92	90	91	86	68	72
Mercados laborales eficientes	124	127	115	117	115	110	107	106	97	98
Mercados financieros desarrollados	97	88	83	92	93	80	72	82	72	93
Tamaño del mercado (interno e internacional)	97	92	90	93	92	91	90	87	91	87
Sofisticación de Negocios	122	111	107	119	121	124	117	114	115	115
Innovación	138	133	132	136	134	134	132	127	111	137

Fuente: Adaptado de Grupo Banco Mundial (2022)

Al observar la evolución del país en el transcurso de los últimos años, se puede apreciar que el país ha incrementado 23 lugares considerando el análisis desde el año 2010. Se observan mejoras importantes en las categorías de instituciones, infraestructura, salud, educación primaria, mercado de bienes y mercado laboral. Mientras que una mejora leve en términos de estabilidad macroeconómica, educación superior, entrenamiento laboral (calidad de mano de obra) y tamaño de mercado. Las áreas de innovación, sofisticación de negocios y desarrollo del el mercado financiero no ha tenido mucha variación en el periodo 2010 al 2019; aunque es importante mencionar que el mercado financiero va incorporando mejores prácticas a partir de la fase post pandemia

En materia de competitividad es conveniente considerar la distribución de esta. Los datos ponen de manifiesto la superación en materia de competitividad a nivel general, sin embargo, oculta el hecho que hay zonas del país cuyas deficientes infraestructuras denotan un rezago en materia de competitividad. Así zonas como Alto Paraguay, inclusive las zonas norte del Chaco Paraguayo denotan carencia de infraestructuras lo cual resta competitividad a estas zonas. En otras palabras, la competitividad territorial no es uniforme en todo el país.

Por otro lado, la implementación de innovaciones, sobre todo aquellas que apuntan a una mayor diversificación productiva, requieren una mayor aceleración, dado que el coeficiente no presenta variaciones que denotan un proceso consolidado que conduzca a una transformación de la estructura productiva. En este contexto, cabe mencionar el comportamiento del grado de sofisticación de negocios, el cual ha registrado avances pero que en conjunto con el ítem antes señalado indican que el proceso de transformación de la estructura productiva es lento.

CONCLUSIÓN

En primera línea, resulta evidente la superación en materia de competitividad registrada por el Paraguay a lo largo del periodo considerado. Los índices analizados tienden a consolidar la percepción de un país en proceso de transformación que genera un ambiente favorable a la actividad económica. En tal sentido, el comportamiento de la IED denota el efecto de dicho proceso y en cierta manera habla a favor de la marca Paraguay. Sin embargo, hay otros aspectos a considerar.

Toda marca se sustenta en un contenido y en este contexto la marca país se apoya en la competitividad territorial, es decir el

conjunto de instituciones, infraestructuras y entorno económico que favorece y apoya el desenvolvimiento económico. En estos aspectos, aún queda tarea pendiente por llevar adelante y entre las cuales es conveniente señalar la eliminación de la descompensación entre los áreas económicas no económicas del gobierno.

Por otro lado, es conveniente señalar que la marca país también se sustenta en la eficiencia de los procesos judiciales, la integridad del gobierno y las garantías al derecho de propiedad, en esencia el conjunto que da lugar a lo que se denomina seguridad jurídica. A primera vista, no es sencillo identificar la relación entre estos elementos, pero los mismos constituyen elementos considerados en procesos de inversiones y particularmente la inversión extranjera directa. El entorno institucional es un elemento considerado sobre todo en el contexto riesgo país, y en este aspecto los ítems señalados juegan un rol clave.

También es importante señalar que la construcción de la marca país es una tarea de todos los sectores, la cual hasta la fecha no se ha llevado adelante, quedando el esfuerzo en la comunicación de la misma sin solventar la sustentación de la marca. Esto significa que queda tarea por hacer en este campo.

BIBLIOGRAFÍA

- Bloom Consulting. (Enero de 2022). *Country Brand Ranking - Edición Turismo*. Obtenido de Bloom Consulting: <https://bit.ly/3T7SbI5>
- CEUPE. (19 de Septiembre de 2022). *¿Qué importancia económica tiene el turismo?* Obtenido de <https://www.ceupe.com/>: <https://www.ceupe.com/blog/que-importancia-economica-tiene-el-turismo.html>
- Echeverri Cañas, L., & Trujillo Gómez, L. (2014). *Marca país: Experiencias en América y la realidad en Colombia*. Bogotá, Colombia: CESA (Colegios de Estudios Superiores de Administración).
- Etchegaray, J., & Arias Urones, A. (Marzo de 2020). *Los beneficios de la inversión extranjera directa: Promoviendo el desarrollo económico en América Latina y el Caribe*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <https://bit.ly/3EOglmC>
- Fundación Heritage. (19 de Septiembre de 2022). *Country Rankings Países de Sudamérica 2022*. Obtenido de <https://www.heritage.org/>: <https://www.heritage.org/index/>

- explore?view=by-region-country-year?&countryIds=®ionIds=5&yearIds=28
- FUNDESA. (19 de Septiembre de 2022). *Doing Business*. Obtenido de FUNDESA: <https://www.fundesa.org.gt/indices-y-evaluaciones-de-pais/indices-internacionales/doing-business>
- Grupo Banco Mundial. (19 de Septiembre de 2022). *Doing Business*. Obtenido de The World Bank Group: <https://archive.doingbusiness.org/es/doingbusiness>
- Grupo Banco Mundial. (2022). *Índice de facilidad para hacer negocios*. Obtenido de Grupo Banco Mundial: <https://archive.doingbusiness.org/es/doingbusiness>
- ICEX. (Mayo de 2021). *La Inversión Extranjera Directa (IED) en Paraguay creció por encima del 8 % en 2020, según datos preliminares del Banco Central de Paraguay*. Obtenido de ICEX España Exportación e Inversiones: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/ied-paraguay-2020-new2021880979.html?idPais=PY>
- MIC. (Septiembre de 2022). *¿Qué es una EAS?* Obtenido de Ministerio de Industria y Comercio: <https://eas.mic.gov.py/que-es>
- Ministerio de Hacienda - Paraguay. (01 de Agosto de 2022). *Reporte de Competitividad Global: Análisis de los resultados para la República del Paraguay*. Obtenido de Ministerio de Hacienda - Paraguay: <https://economia.gov.py/index.php/dependencias/direccion-de-integracion/multilaterales/competitividad-global>
- Olivera, S. (Julio de 2022). *¿Cómo contribuye el turismo en el crecimiento económico del país?* Obtenido de Universidad Ricardo Palma: <https://www.urp.edu.pe/pregrado/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/escuelas/turismo-hoteleria-y-gastronomia/como-contribuye-el-turismo-en-elcrecimiento-economico-del-pais/>
- Rodríguez Brindis, M. (2015). *La contribución del Turismo al crecimiento económico de México: Un análisis por ramas características del sector*. Nova scientia versión On-line. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052015000100018#:~:text=El%20turismo%20fomenta%20la%20generaci%C3%B3n,no%20es%20un%20tema%20nuevo.
- Sánchez Guitián, J. M. (2011). *Marca país*. Madrid, España: ESIC Editorial.

The Heritage Foundation. (19 de Septiembre de 2022). *Índice de Libertad Económica*. Obtenido de The Heritage Foundation: <https://www.heritage.org/index/about>