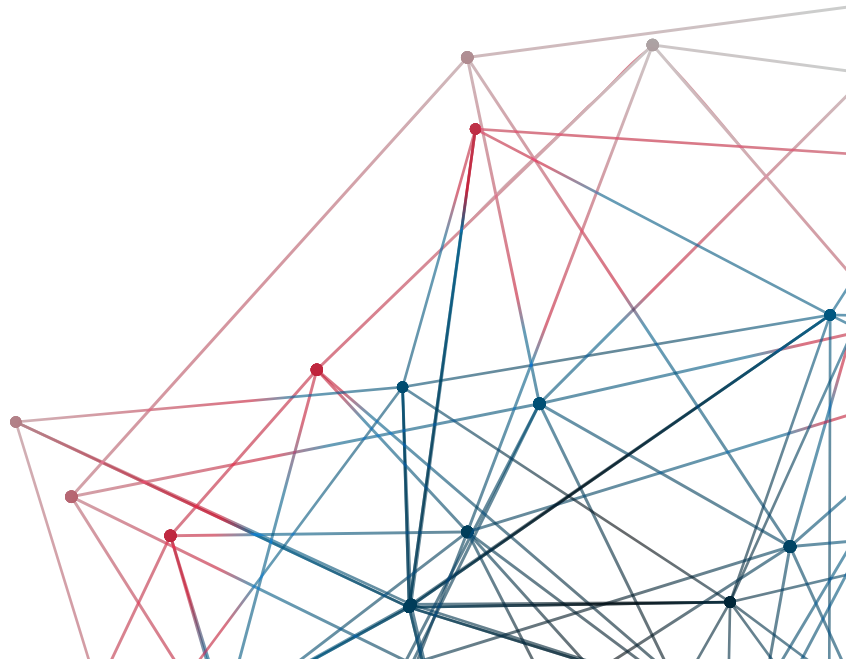


# Catálogo de Investigación

---

2025



# Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

---



# Índice

**Categoría N ° 1:** Publicaciones en Revistas Científicas

**Pag. 4**

**Categoría N ° 2:** Participación en Congresos o Seminarios

**Pag. 66**

**Categoría N ° 3:** Publicaciones de capítulos en Libros

**Pag. 97**

**Categoría N ° 4:** Concurso FACEA

**Pag. 110**

**Categoría N ° 5:** Participación en el Congreso Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas (CICEA)

**Pag. 158**

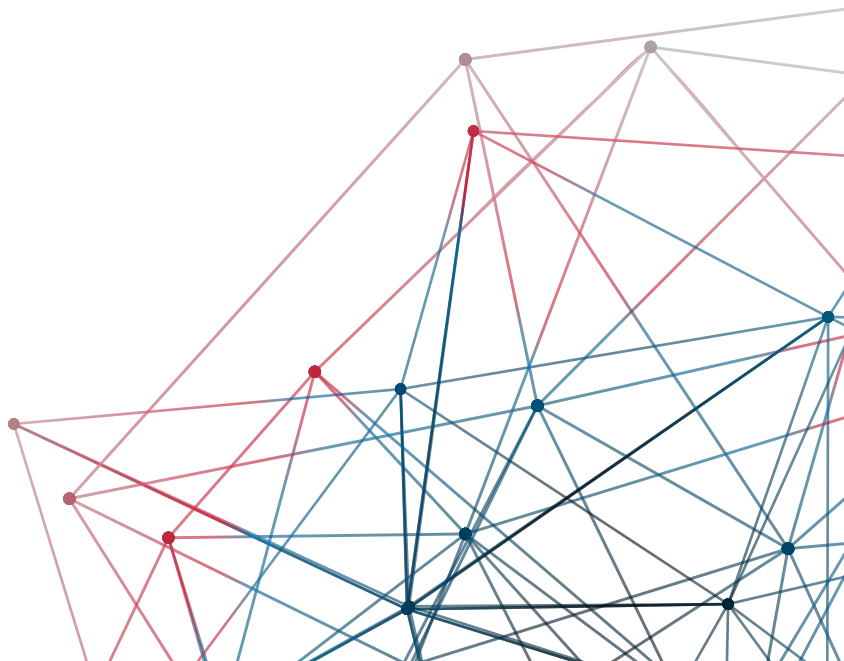
**Categoría N ° 6:** Proyectos Áulicos de Investigación

**Pag. 166**



# Categoría N ° 1: **Publicaciones en Revistas Científicas**

---



<b>Título</b>	<b>Recursos turísticos del Distrito de Ypacaraí, Departamento Central, para el desarrollo de una marca ciudad, 2023.</b>
<b>Autores</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK), Andrea Carolina Giménez Palacio (MAK), Alicia Belén Melgarejo Chávez (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>El desarrollo de una marca ciudad es una estrategia para impulsar el turismo, la inversión y el desarrollo económico y social de una localidad. El objetivo del presente trabajo es identificar los recursos turísticos (tangibles e intangibles) con los que cuenta el Distrito de Ypacaraí, Departamento Central, que pueden ser considerados para el desarrollo de una marca ciudad. La investigación presenta un enfoque mixto, de diseño no experimental de corte transversal y alcance exploratorio-descriptivo. Los objetos de análisis lo componen 37 recursos turísticos (tangibles e intangibles) del Distrito de Ypacaraí, identificados en trabajo de campo realizado en el mes de abril de 2023. La técnica de recolección de datos fue la observación mediante lista de verificación adaptando el instrumento construido por los autores Trinidad y Suty (2022). Los resultados más relevantes fueron: 43% de los recursos identificados corresponde a la Categoría “Manifestaciones Culturales que fueron creadas por el hombre”, los recursos cubren todas las necesidades básicas del turista, siendo el de mayor preponderancia el Descubrir (65%). Las experiencias que ofrecen los recursos identificados hacen referencia a Culturas Presentes y Pasadas (38%). Se concluye que el distrito cuenta con diversidad de recursos (tangibles e intangibles), destacándose los atributos más importantes para la construcción de su marca ciudad.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Marca ciudad, Recursos turísticos, Marketing, Ypacaraí.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Diseño.
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10274131">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10274131</a>

<b>Título</b>	<b>Análisis de la información contenida en el etiquetado de agua embotellada comercializada en Asunción - Paraguay, 2023</b>
<b>Autores</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK), Sol Avygail Galeano Zacarías (MAK) Paula Crespi (MAK), Giovanni Emmanuel Ortega Benítez (MAK) Marcos Rubén Velázquez Mareco (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>Esta investigación analiza la información contenida en el etiquetado de catorce marcas de agua embotellada, con base en los requisitos del Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN) y otros indicadores de calidad, comercializadas en establecimientos de autoabastecimiento localizados en Asunción, Paraguay, durante el año 2023. Se utilizó un enfoque mixto, con diseño no experimental, de corte transversal y alcance descriptivo, basado en la observación estructurada mediante una lista de verificación en las góndolas de tres establecimientos. Los resultados indican que la mayoría de las marcas de aguas embotelladas cumple con los requisitos establecidos. No obstante, es recomendable incorporar otros parámetros de calidad, considerando que es un negocio en crecimiento y que existen empresas que no certifican la calidad de estos productos. Se concluye que el etiquetado del agua embotellada comercializada en Asunción es adecuado en algunos casos; sin embargo, en otros carece de información, esto puede limitar una decisión de compra informada por parte de los consumidores finales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Agua de beber, etiqueta, marketing.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Diseño.
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.62544/ucomscientia.v3i2.57">https://doi.org/10.62544/ucomscientia.v3i2.57</a>

<b>Título</b>	<b>Preferencias de consumidores paraguayos sobre productos importados y países de origen seleccionados</b>
<b>Autores</b>	Michael J. Pisani (EXT), Rubén Alderete (EXT), Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>En los últimos años, se han desarrollado diversas investigaciones de acceso abierto orientadas a analizar el comportamiento de los consumidores paraguayos, con especial énfasis en sus actitudes hacia los productos importados y de origen nacional. En esta línea, el presente estudio expone un avance de investigación basado en la evaluación de 20 productos de uso cotidiano, analizados en términos de necesidad, importancia económica y familiaridad percibida por los consumidores. La muestra estuvo conformada por 363 consumidores paraguayos pertenecientes a los estratos socioeconómicos medio y alto, encuestados durante el año 2022.</p> <p>Los productos seleccionados se caracterizan por su incorporación a la vida diaria y por su naturaleza predominantemente utilitaria, incluyendo bienes como alimentos, vestimenta, calzado, medicamentos, electrodomésticos, dispositivos tecnológicos y vehículos. Los resultados evidencian que, con excepción de las galletitas dulces, todos los productos fueron considerados necesarios por los encuestados, destacándose la ropa, los medicamentos, los equipamientos médicos, los alimentos frescos y determinados electrodomésticos como bienes de alta necesidad. Asimismo, la totalidad de los productos fue percibida como relevante para la economía nacional paraguaya, especialmente las carnes, las verduras frescas y los medicamentos.</p> <p>En cuanto a la familiaridad, los consumidores manifestaron un elevado nivel de conocimiento respecto a la mayoría de los productos evaluados, siendo solo algunos – como la soja, las motocicletas, las radios y los equipamientos médicos– considerados simplemente familiares y no muy familiares. En conjunto, los hallazgos aportan evidencia empírica relevante sobre la percepción de bienes esenciales en Paraguay y constituyen una base sólida para futuros análisis sobre la preferencia entre productos nacionales e importados y su implicancia en el comportamiento de compra del consumidor paraguayo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Agua de beber, etiqueta, marketing.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Sistemas y Métodos de Mercadeo
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.62544/ucomscientia.v3i2.57">https://doi.org/10.62544/ucomscientia.v3i2.57</a>

<b>Título</b>	<b>Revisión sistemática de la cooperación internacional UE-ALC (2020-2023) en materia de economía circular: perspectivas desde una visión paraguaya para la construcción del Sur global responsable con el medio ambiente</b>
<b>Autores</b>	Silvio Eduardo Becker (MKT), Chap Kau Kwan Chung (ADM) Richard Adrián Riveros Cardozo (EXT)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo general de este trabajo es realizar una revisión sistemática de la cooperación entre Europa (UE) y América Latina y el Caribe (ALC) en materia de economía circular durante el periodo 2020-2023. Se utilizó un enfoque cualitativo con diseño no experimental de tipo transeccional, descriptivo y analítico, para lo cual dicha revisión se llevó a cabo mediante el modelo PRISMA, con la búsqueda de fuentes en la base de datos de Google Académico en mayo de 2024. Los criterios de inclusión fueron: palabras clave “Cooperación” + “UE” + “ALC” + “Economía circular” + “Sur Global”, abarcando las publicaciones entre 2020-2023, en cualquier idioma y tipo de artículo. Los criterios de exclusión fueron: bibliografías publicadas fuera del rango de los años mencionado y con enlaces dañados. Se encontró 12 fuentes bibliográficas con exclusión de 5 por no referirse al tema de investigación. Por tanto, 7 fuentes fueron analizadas. Los resultados de la investigación destacan que el diálogo político birregional verde entre la UE y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) aún está en desarrollo. Sin embargo, la UE tiene una política medioambiental avanzada desde el Tratado de Maastricht y prioriza la agenda verde y de transición energética, influenciada por los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU); el Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) señala que el cambio climático ya ha causado daños sustanciales y pérdidas irreversibles en ecosistemas y sistemas humanos con impactos significativos en agricultura, agua, biodiversidad, nivel del mar, bosques, turismo, salud y ciudades; la transición a la economía circular en ALC se enfrenta a desafíos donde requieren de cooperación, recuperación verde post-COVID-19, compromiso político, fortalecimiento institucional, procesos inclusivos, manejo de residuos, financiamiento gubernamental y emprendimiento innovador. Se concluye que es necesario mantener una cooperación justa y equitativa entre la UE y ALC para enfrentar el cambio climático y avanzar hacia una economía circular y sostenible y que las buenas prácticas sean adoptadas en el Sur Global. Este modelo debe involucrar a las partes responsables como así a otros agentes clave en el proceso para garantizar una implementación efectiva y un resultado exitoso.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Cooperación, ALC, UE, economía circular, Sur Global</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Diseño y Técnicas de Especialización del Marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://www.idesf.org.br/2025/04/02/e-book-uniao-europeia-no-seculo-xxi-perspectivas-do-sul-global/">https://www.idesf.org.br/2025/04/02/e-book-uniao-europeia-no-seculo-xxi-perspectivas-do-sul-global/</a>

<b>Título</b>	<b>Percepción del Feng Shui en académicos universitarios del Paraguay</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	María Jorgelina Sosa Viera (VADM)
<b>Autores</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM), Carlos Rafael Riquelme Benítez (ADM), Jazmín Magali Fines Mongelós (UP), Silvio Eduardo Becker (MKT) Maribel Marcela Acosta Rodas (UMS), Eduardo Ortíz Mereles (UMS)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo general trata de determinar el grado de conocimiento y percepción del Feng Shui en la comunidad educativa paraguaya. Se basó en el enfoque cuantitativo, no experimental, transeccional y descriptivo. Un total de 433 colaboradores académicos de una universidad privada en Paraguay fue conformado como la población con una muestra de 157 participantes. La tasa de respuesta fue del 84% (132 participantes), pero solo se analizaron el 58% (76) de las respuestas, por conocer sobre el tema. Los criterios de inclusión fueron a académicos de la universidad analizada, activos y con participación voluntaria. Se empleó la encuesta mediante un cuestionario compuesto por 3 dimensiones (Creencias e Implementación del Feng Shui [D1], Importancia del Feng Shui [D2] e Impacto Percibido del Feng Shui [D3]), 3 indicadores y 11 ítems (Conocimiento y Aplicación [CA-4], Contexto Laboral [CL-3] y Percepción de beneficios [PB-4]) por conveniencia en el 2024. Los resultados indican que las medias de las tres dimensiones son bastante equilibradas: Creencias e Implementación del Feng Shui (<math>x=2,9</math>), Importancia del Feng Shui (<math>x=2,7</math>) e Impacto Percibido del Feng Shui (<math>x=2,2</math>) y los ítems relacionados con el Feng Shui en el indicador PB obtuvieron una puntuación alta (<math>x=3,7</math>), mientras que el ítem CL3 recibió la puntuación más baja (<math>x=2,5</math>). Se concluye que el Feng Shui es conocido por los encuestados, pero su aplicación laboral genera escepticismo. No obstante, se percibe un impacto positivo en el clima organizacional y la eficiencia. Su adopción requiere mayor sensibilización para fomentar su aceptación en el entorno empresarial.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Feng Shui, vibra, positivo, creencias, organización,</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de Especialización del Marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://revista.ucesa-ct.edu.py/ojs/index.php/ucesa/article/view/379">https://revista.ucesa-ct.edu.py/ojs/index.php/ucesa/article/view/379</a>

<b>Título</b>	<b>La tarjeta de débito Eko en Paraguay y su implementación desde la perspectiva institucional de su banco emisor.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Danid Nahuel Olmedo Gómez (MKT), Arami María Lujan Román Bogarin (MKT), Sofía Luján Ayala Noguera (MKT), Mariel Arami Ríos Acosta (MKT) Jhanet Alexandry Cantero Lenguaza (MKT)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM), Silvio Eduardo Becker (MKT)
<b>Resumen</b>	<p>El propósito principal de este estudio fue explorar el proceso de implementación de la tarjeta de débito EKO en el Paraguay, año 2021, desde la perspectiva institucional. El mismo se basó en el enfoque cualitativo, de diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. El instrumento de recolección de datos consistió en una entrevista estructurada con 12 preguntas abiertas que fue llevada a cabo de manera presencial. El participante seleccionado intencionalmente cumplía con dos condiciones necesarias para llevar adelante este trabajo: experto en el área y en pleno conocimiento del proceso de creación de la tarjeta de débito EKO. Los resultados más relevantes, luego del análisis de las respuestas, fueron que dicha tarjeta es ideal para jóvenes y emprendedores que requieren soluciones digitales para el manejo de dinero, que la misma puede ser utilizada en el entorno nacional o internacional.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Tarjeta de débito, EKO, beneficios, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Sistemas y Métodos de Mercadeo
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.54360/rcupap.v5i2.244">https://doi.org/10.54360/rcupap.v5i2.244</a>

<b>Título</b>	<b>Evaluación de proyectos de sostenibilidad en empresas financieras adheridas al pacto Paraguay</b>
<b>Autores</b>	María Raquel Ibarra de Ramírez. Chap Kau Kwan Chung Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Resumen</b>	<p>OBJETIVO: Evaluar los proyectos de sostenibilidad en empresas financieras adheridas al Pacto Global en Paraguay. MATERIALES Y MÉTODOS: Se empleó un enfoque cualitativo, transversal con alcance exploratorio y descriptivo. De los 10 informes de sostenibilidad correspondientes a las empresas del sector financiero solo se analizaron 7 en el mes de agosto de 2024 por conveniencia, debido a que los otros 3 no cumplían con los criterios de inclusión establecidos en el estudio. Los criterios de inclusión fueron: ser miembros activos de la red mencionada, disponer de informes de acceso libre correspondientes a los años 2022 y/o 2023, y que estos estuvieran disponibles para descarga en internet. Se empleó la observación mediante un checklist compuesto por tres dimensiones y 26 ítems. RESULTADOS Y DISCUSIÓN: Los resultados muestran que todas las empresas analizadas han realizado acciones alineadas con los ODS 1, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 16 y 17, alcanzando un cumplimiento del 100% en estas áreas. Las empresas analizadas han mostrado un fuerte compromiso en las tres dimensiones: 1. Económica: reducción de la pobreza mediante la inclusión financiera, programas de apoyo a la seguridad alimentaria e igualdad de género; 2. Social: implementación de políticas de seguridad ocupacional, formación continua de empleados y programas educativos comunitarios; 3. Ambiental: reducción de huellas ecológicas, implementación de sistemas y comités dedicados a la sostenibilidad. CONCLUSIÓN: Se concluye que las empresas analizadas han implementado una variedad de iniciativas, demostrando así un enfoque integral hacia la sostenibilidad</p> <p><b>Palabras clave:</b> Pacto Global, Proyectos de Sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial, Sector Financiero</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Auditoria.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.15765/8bm23j71">https://doi.org/10.15765/8bm23j71</a>

<b>Título</b>	<b>Impacto de la exportación de carne vacuna en la economía paraguaya en el año 2022</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Pablo Adrián Santacruz Aquino (CIN), Yannina Paola Pérez Martínez (CIN) Jazmín Montserrat Leiva Aricayé (CIN), Luis Antonio Estigarribia Piñanez (CIN)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El propósito de este estudio es determinar el impacto de la exportación de carne vacuna en la economía paraguaya en el año 2022. Se basó en un diseño cualitativo no experimental, transversal y descriptivo. Se realizaron 10 entrevistas profundas (5 expertos en la exportación de carne y 5 representantes de grandes frigoríficos exportadores) de forma presencial con una duración de una hora por cada entrevista. Los criterios de inclusión fueron: ser activos y expertos en el sector cárnico y comercial, más participación voluntaria. El instrumento de recolección de datos estuvo conformado por una guía de 10 preguntas abiertas, por juicio en el 2023. Los principales resultados fueron: 1. La exportación de carne es uno de los ingresos económicos más importantes de Paraguay; 2. Paraguay ha trabajado para abrir nuevos mercados para su carne mediante la diversificación de sus destinos de exportación y; 3. Los productores trabajaron para mejorar los estándares de producción garantizando la cría de animales sostenibles y trazabilidad del producto. Se concluye que el rubro de las exportaciones de carne vacuna trae consigo impacto positivo en la cadena de la producción como ser: empleo, innovación y desarrollo de la economía del país. Por último, el Paraguay buscar ser el referente global en producción de carne sostenible a nivel mundial.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Carne, exportación, economía, sostenibilidad, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercio Exterior y Logística
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.56216/radee032025dic.a07">https://doi.org/10.56216/radee032025dic.a07</a>

<b>Título</b>	<b>Importancia de las estrategias de marketing desde la perspectiva de emprendedores del Amerimarket, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Arami María Lujan Román Bogarin (MKT), Cinthya Elienne González Solís (MKT), María Bethania Martínez Peña (MKT)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo de este estudio de investigación es determinar la importancia de las estrategias de marketing desde la perspectiva de emprendedores del Amerimarket, 2024. Se basó en un enfoque cuantitativo de diseño no experimental, corte transversal y alcance descriptivo. La población estuvo conformada por 1025 personas y una muestra de 27 calculada bajo un nivel de confianza del 70%, margen de error del 10% y grado de heterogeneidad del 50%. Los criterios de inclusión fueron: ser participantes del grupo Emprendedores de Arimarket, activos en diversas actividades empresariales y con participación voluntaria. La tasa de respuesta fue del 74% (20). Se realizó encuesta mediante un instrumento compuesto por 10 preguntas cerradas por conveniencia y enviadas por WhatsApp en el 2024. Los resultados más relevantes fueron: 65% afirman que las estrategias de marketing son cruciales para concretar exitosamente las ventas; 75% concuerdan que las redes sociales se destacan como esenciales para vender productos y servicios; 55% confirman que el precio influye en las decisiones de compra de los clientes; 65% menciona que las métricas de marketing son valoradas como un factor crucial entre otros. Se concluye que las estrategias de marketing tienen un impacto positivo significativo en las ventas de las empresas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Estrategias, marketing, emprendedores</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de especialización del marketing.
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.56216/radee032025dic.a06">https://doi.org/10.56216/radee032025dic.a06</a>

<b>Título</b>	<b>Análisis de las revistas científicas digitales del área de salud patrocinadas por las universidades en Paraguay, 2023</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Samira Torres (ADM) Federico Domínguez (VADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM), Carlos Riquelme Benítez (ADM) César Cáceres (Virtual)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación tiene como objetivo analizar las revistas científicas digitales del área de salud patrocinadas por universidades en Paraguay, 2023. Se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental de corte transaccional y descriptivo. Un total de 12 sitios web de revistas científicas pertenecientes a universidades, privadas y públicas, fueron analizados mediante un G compuesto por 12 variables, realizado por conveniencia en los meses de abril y mayo de 2023. Los resultados más relevantes fueron: 16,6% tiene sus inicios antes de la década de los 90', 50% mantiene una frecuencia de publicación semestral, 25% supera a 10 volúmenes de publicación, 16,6% tiene más asesores científicos internacionales que nacionales, 16,6% poseen hasta 10 indexaciones (50% se encuentran indexadas en el Google académico seguido del DOAJ, Latindex 2.0, REBID y SciELO Paraguay, todos con 33,3%), 79,9% son manuscritos originales, 11,0% reportes de casos, y por último, las revistas difunden 40% en Facebook, 30% Twitter y 30% Instagram. Se concluye que un alto porcentaje de revistas analizadas no se encuentran en las redes sociales, la mitad mantiene nula existencia de indexaciones y una visualización discontinua de publicaciones en los primeros años de actividad para algunas. Conviene recordar que las publicaciones ofrecen una amplia gama de contenidos relevantes para la comunidad en general y, su difusión a través de las Principio del formulario revistas científicas es de vital importancia para la comunidad científica. Finalmente, los journals patrocinados por las universidades deben de ajustarse a ciertos criterios para ingresar a base de datos de mayor prestigio e impacto.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Revista, medicina, salud, ciencia, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización y estudio de mercado.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="http://revistas.une.edu.py/index.php/revista_une/article/view/279">http://revistas.une.edu.py/index.php/revista_une/article/view/279</a>

<b>Título</b>	<b>Uso de las TIC en el lugar de trabajo desde la perspectiva del usuario, 2023</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Mayra Carely Ramírez Osorio (ADM) Vanessa Alexandra Orrego Villalba (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo de este estudio de investigación es determinar el uso de las TIC en el lugar de trabajo desde la perspectiva del usuario, 2023. Se basó en un enfoque cuantitativo de diseño no experimental corte transversal y descriptivo. Se encuestó a 17 personas por conveniencia en el 2023 cuyo único criterio de inclusión fue de querer participar de forma voluntaria al cuestionario. El instrumento de recolección de datos estuvo compuesto por 7 preguntas enviado vía WhatsApp a los participantes. Los resultados más relevantes fueron: el 70,6% considera que el mundo no puede vivir sin los avances tecnológicos, 70.6% que la tecnología les ayuda con el acceso rápido a la información y 88,2% de los encuestados considera que algunos trabajos podrían desaparecer con el avance de la tecnología. Se concluye que el desarrollo tecnológico ha influido fuertemente en los procesos de trabajo de las empresas. La tecnología moderna impulsó el rápido crecimiento y expansión de estas empresas, permitiendo tareas más eficientes, reduciendo errores y acelerando la transferencia de información. Estos avances tecnológicos aumentaron la productividad y redujeron los costos financieros y el tiempo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Tecnología, TIC, Empresas, impacto.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.56216/radee032024dic.a03">https://doi.org/10.56216/radee032024dic.a03</a>

## Título

**Análisis bibliométrico de las publicaciones sobre educación financiera en estudiantes universitarios desde la Web of Science**

## Autor

Chap Kau Kwan Chung (ADM)

## Resumen

La investigación se centra en un análisis bibliométrico sobre las producciones enfocadas a la educación financiera en estudiantes universitarios desde la base de datos de Web of Science. Se localizó 920 documentos en el 2024 mediante: palabras clave (“financial education”, “university”, “financial knowledge” y “students”), años (2021-2023), artículos (originales), tipo de acceso (open access) e idiomas (inglés y español). Algunos resultados fueron: Ma, Li posee 3 publicaciones sobre el tema de educación financiera en los últimos tres años. Asimismo, la universidad que cuenta con mayores publicaciones fue el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey de México (24 publicaciones); USA lidera con 175 publicaciones y 525 citaciones y la palabra clave “higher education” (educación superior) tuvo mayores repeticiones (76 apariciones). Se señalan áreas de investigación futura, como comprender los mecanismos detrás de la falta de habilidades financieras en estudiantes universitarios y evaluar intervenciones educativas para mejorar la alfabetización financiera.

**Palabras clave:** Educación financiera, conocimiento financiero, estudiantes universitarios.

## Línea de Investigación

Administración financiera.

## Carrera

Administración de empresas.

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://doi.org/10.37611/IB8oI4130-137>

<b>Título</b>	<b>Jornada laboral de 4 días semanal según perspectiva de colaboradores</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Sebastián Gálmez Chaparro (ADM) Miguel Ángel Lenguaza Albornó (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo de la investigación es analizar la viabilidad de la jornada laboral de 4 días semanal según perspectiva de colaboradores. Se basó en un enfoque cualitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Se implementó cuatro entrevistas profundas a cuatro personas (dos gerentes y dos colaboradores) en dos empresas (uno del sector financiero y otro del sector comercial) por juicio en el 2022. El instrumento de recolección de datos consistió en siete preguntas abiertas. Los resultados más relevantes hallados fueron: 1. La aceptación de la propuesta de reducción de la jornada laboral de parte de los empleadores y empleados; 2. La implementación debe ir acompañada de una buena planificación; 3. Se debe realizar pruebas piloto antes de tomarlo como algo definitivo. Se concluye que es viable la reducción de la jornada laboral a 4 días semanal en Paraguay, teniendo en cuenta que se debe desarrollar una buena planificación de trabajos y/o funciones y al mismo tiempo consensuar entre todos para llevar a cabo el nuevo régimen propuesto. Finalmente, esto podría conllevar al bienestar general y con vistas a una mejor productividad para las empresas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Jornada de trabajo, Reducción laboral, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de Personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://revistas.uni.edu.py/index.php/desarrolloregional/article/view/434">https://revistas.uni.edu.py/index.php/desarrolloregional/article/view/434</a>

<b>Título</b>	<b>Adopción de la inteligencia artificial en la educación: Experiencia de docentes universitarios</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Federico Domínguez (VADM) Samira Torres (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM), Carlos Riquelme Benítez (ADM) Myrna Ruiz Díaz (ECO)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo general trata de determinar el tema de la aplicación de la inteligencia Artificial en la educación desde la perspectiva de los docentes universitarios. Se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. la población consistió en 330 docentes pertenecientes a una universidad privada de Paraguay. La muestra de 178 participantes fue calculada bajo un 95% de nivel de confianza, 5% margen de error y 50% grado de heterogeneidad. la tasa de respuesta fue de 80,3% (143). Los criterios de inclusión fueron: docentes titulares, ser activos en la universidad analizada y participación voluntaria. Se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario compuesto por 17 preguntas (6 sociodemográficas, 10 cerradas y 1 abierta). El enlace del instrumento fue enviado vía email y plataforma institucional a los participantes por conveniencia en el 2023. los resultados revelan que la pregunta p9, que aborda la posibilidad de que la IA reemplace a los docentes en la enseñanza universitaria, obtuvo la puntuación más alta (<math>\bar{x}:4,1</math>), seguida por la p8, que evalúa la importancia de la formación en IA para los docentes universitarios (<math>\bar{x}:4,0</math>). Se concluye que la adopción de la IA no solo implica implementar herramientas tecnológicas avanzadas, sino que también significa transformar el enfoque educativo. la colaboración entre tecnología y educadores permite repensar estrategias pedagógicas, personalizar el aprendizaje y mejorar la eficacia de la enseñanza. la aplicación de la inteligencia Artificial en la educación universitaria, desde la óptica de los docentes, no solo redefine las metodologías de enseñanza, sino que también abre un sin fin de oportunidades para el crecimiento y la mejora continua del proceso educativo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia artificial, docentes universitarios, Sector educativo.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización y estudio de mercado
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.54988/cg.2024.2.1592">https://doi.org/10.54988/cg.2024.2.1592</a>

<b>Título</b>	<b>Interrelación entre la contabilidad financiera y cultura organizacional de las entidades industriales, 2018-2024</b>
<b>Autor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) Miguel Ángel Alegre Brítez (EXT)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación se basó en un enfoque cualitativo, combina una revisión sistemática de la literatura con el análisis de cinco casos de estudio de entidades industriales de diferentes sectores y tamaños. Los hallazgos revelan una interrelación compleja y dinámica entre la contabilidad financiera y la cultura organizacional. Se observa que las culturas organizacionales orientadas al control tienden a implementar sistemas contables más rigurosos, mientras que las culturas que valoran la innovación muestran mayor flexibilidad en la interpretación de las normas contables. Por otro lado, se evidencia que la adopción de ciertas prácticas contables, como la implementación de sistemas de contabilidad de costos detallados o la adopción de normas internacionales de información financiera, influyen significativamente en la cultura organizacional, promueven valores como la eficiencia, la transparencia y la comparabilidad. Los resultados de este estudio tienen implicaciones significativas para la gestión empresarial y la toma de decisiones financieras en el sector industrial, subrayan la importancia de considerar tanto los aspectos técnicos de la contabilidad como los elementos culturales de la organización para lograr una gestión efectiva y un desempeño financiero óptimo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Contabilidad, cultura, empresa.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración financiera.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.31095/podium.2024.46.7">https://doi.org/10.31095/podium.2024.46.7</a>

## Título

**Optimización de Costos en Empresas Latinoamericanas con Algoritmos Genéticos durante 2015-2023**

## Autor

Chap Kau Kwan Chung (ADM)  
Miguel Ángel Alegre Britez (EXT)

## Resumen

La contabilidad de costos en empresas latinoamericanas enfrenta el desafío de manejar grandes volúmenes de datos y realizar análisis precisos en un entorno económico volátil. La dificultad radica en la gestión eficiente de costos indirectos y la toma de decisiones en tiempo real, exacerbada por las fluctuaciones económicas y las presiones competitivas. El objetivo de este artículo fue: evaluar la eficacia de los algoritmos evolutivos, especialmente los algoritmos genéticos, en la optimización de procesos contables y financieros en empresas latinoamericanas durante el periodo 2015-2023. Se buscó mejorar la asignación de recursos y la precisión en la gestión de costos para enfrentar los desafíos económicos actuales. Se implementó un algoritmo genético para minimizar el costo unitario en procesos de producción. Se utilizaron datos simulados de costos indirectos y unidades producidas, el algoritmo simula procesos de selección, cruce y mutación para encontrar soluciones óptimas. Se generó una población inicial de soluciones, se evaluó la aptitud de cada solución, y se aplicaron técnicas de selección, cruce y mutación a lo largo de 50 generaciones para obtener la mejor asignación de recursos. El algoritmo genético demostró ser eficaz en la minimización del costo unitario al optimizar la asignación de recursos. Las soluciones generadas presentaron una reducción significativa en los costos unitarios en comparación con métodos tradicionales. La automatización y la precisión en el análisis de datos mejoraron, los cuales proporcionaron a las empresas información más útil para la toma de decisiones. La adopción de algoritmos evolutivos en la contabilidad de costos ofrece ventajas significativas en términos de eficiencia y precisión en la gestión financiera de empresas latinoamericanas. Aunque existen barreras como la necesidad de inversión en tecnología y capacitación, y la resistencia al cambio, los algoritmos evolutivos tienen el potencial de transformar los procesos contables al automatizar y optimizar la toma de decisiones.

**Palabras clave:** Algoritmos genéticos, optimización de costos, contabilidad de costos, empresas latinoamericanas, automatización.

## Línea de Investigación

Administración financiera.

## Carrera

Administración de empresas.

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://doi.org/10.33970/eetes.v9.n1.2025.413>

<b>Título</b>	<b>Impacto de las promociones y descuentos en el comportamiento del consumidor paraguayo y su lealtad hacia la marca</b>
<b>Autor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) Miguel Ángel Alegre Brítez (EXT)
<b>Resumen</b>	<p>El estudio llevó a cabo un análisis exhaustivo sobre el impacto de las promociones y descuentos en el comportamiento de los consumidores paraguayos, centrándose en su influencia sobre la lealtad hacia las marcas. Adopta un enfoque cuantitativo, transversal y descriptivo, con el fin de comprender cómo las ofertas afectan las decisiones de compra. La población de estudio estuvo compuesta por consumidores paraguayos, seleccionándose una muestra de 3521 participantes a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. La recolección de datos se realizó mediante encuestas estructuradas, utilizando cuestionarios con preguntas cerradas para garantizar la homogeneidad y objetividad de las respuestas. Los datos obtenidos fueron procesados y analizados mediante técnicas estadísticas tanto descriptivas como inferenciales. Los resultados indicaron que las promociones y descuentos tienen una relación directa con el aumento de la frecuencia de compra, lo que refleja un impacto positivo en la lealtad hacia las marcas, contribuyendo de manera significativa a su éxito comercial y fidelización de los clientes.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Comportamiento del consumidor, descuentos, lealtad hacia la marca, promociones, publicidad.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.26495/erc.2983">https://doi.org/10.26495/erc.2983</a>

**Título****Algoritmos Evolutivos y su relación con las Ciencias Contables****Autor**Chap Kau Kwan Chung (ADM)  
Miguel Ángel Alegre Brítez (EXT)**Resumen**

El campo de las ciencias contables se enfrenta a un entorno en constante cambio, caracterizado por nuevas normativas, avances tecnológicos y fluctuaciones económicas. Esto exige soluciones innovadoras para mantener la integridad y la relevancia de las prácticas contables. El estudio busca analizar la relación entre los algoritmos evolutivos y las ciencias contables, explora su potencial para la optimización procesos, mejoramiento de la toma de decisiones y afrontamiento de los desafíos del entorno contable actual. Se realizó una revisión exhaustiva de la literatura académica sobre algoritmos evolutivos y su aplicación en contabilidad, auditoría y gestión financiera. Se consultaron bases de datos como JSTOR, Google Scholar, Latindex, Redalyc, Dialnet y Scopus. Además, se analizaron casos prácticos para observar la implementación y los resultados de estos algoritmos en escenarios reales. Principales resultados: Los algoritmos evolutivos demuestran un gran potencial en las ciencias contables, particularmente en la optimización de decisiones, la detección de fraudes y la gestión de riesgos. Su capacidad para el análisis de grandes volúmenes de datos, identificación de patrones y adaptación a condiciones cambiantes los convierte en herramientas relevantes. Se concluye que la implementación de algoritmos evolutivos en las ciencias contables presenta desafíos, como la complejidad de los datos y la necesidad de capacitación especializada. Sin embargo, la formación continua, investigación e integración tecnológica son cruciales para la superación de estos obstáculos y el aprovechamiento al máximo de los beneficios en esta tecnología.

**Palabras clave:** Algoritmos evolutivos, ciencias contables, optimización, toma de decisiones, gestión de riesgos.

**Línea de Investigación**

Administración financiera.

**Carrera**

Administración de empresas.

**Modalidad**

Presencial

**Link de la publicación**<https://doi.org/10.23882/rmd.25260>

## Título

**Revisión sistemática de la cooperación internacional UE-ALC (2020-2023) en materia de economía circular: perspectivas desde una visión paraguaya para la construcción del Sur global responsable con el medio ambiente**

## Autor

Silvio Eduardo Becker (MKT), Chap Kau Kwan Chung (ADM)  
Richard Adrián Riveros Cardozo (EXT)

## Resumen

El objetivo general de este trabajo es realizar una revisión sistemática de la cooperación entre Europa (UE) y América Latina y el Caribe (ALC) en materia de economía circular durante el periodo 2020-2023. Se utilizó un enfoque cualitativo con diseño no experimental de tipo transeccional, descriptivo y analítico, para lo cual dicha revisión se llevó a cabo mediante el modelo PRISMA, con la búsqueda de fuentes en la base de datos de Google Académico en mayo de 2024. Los criterios de inclusión fueron:

palabras clave “Cooperación” + “UE” + “ALC” + “Economía circular” + “Sur Global”, abarcando las publicaciones entre 2020-2023, en cualquier idioma y tipo de artículo. Los criterios de exclusión fueron: bibliografías publicadas fuera del rango de los años mencionado y con enlaces dañados. Se encontró 12 fuentes bibliográficas con exclusión de 5 por no referirse al tema de investigación. Por tanto, 7 fuentes fueron analizadas.

Los resultados de la investigación destacan que el diálogo político birregional verde entre la UE y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) aún está en desarrollo. Sin embargo, la UE tiene una política medioambiental avanzada

desde el Tratado de Maastricht y prioriza la agenda verde y de transición energética, influenciada por los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU); el Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) señala que el cambio climático ya ha causado daños sustanciales y pérdidas irreversibles en ecosistemas y sistemas humanos con impactos significativos en agricultura, agua, biodiversidad, nivel del mar, bosques, turismo, salud y ciudades; la transición a la economía circular en ALC se enfrenta a desafíos donde requieren de cooperación, recuperación verde post-COVID-19, compromiso político, fortalecimiento institucional, procesos inclusivos, manejo de residuos, financiamiento gubernamental

y emprendimiento innovador. Se concluye que es necesario mantener una cooperación justa y equitativa entre la UE y ALC para enfrentar el cambio climático y avanzar hacia una economía circular y sostenible y que las buenas prácticas sean adoptadas en el Sur Global. Este modelo debe involucrar a las partes responsables como así a otros agentes clave en el proceso para garantizar una implementación efectiva y un resultado exitoso.

**Palabras clave:** Cooperación, ALC, UE, economía circular, Sur Global.

## Línea de Investigación

Administración y Gestión Empresarial.

## Carrera

Administración de empresas.

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://www.idesf.org.br/2025/04/02/e-book-uniao-europeia-no-seculo-xxi-perspectivas-do-sul-global/>

<b>Título</b>	<b>Percepción de la inteligencia emocional, manejo del estrés y gestión de conflictos desde la perspectiva de las secretarías administrativas paraguayas</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Dahiana María Medina Colman (ADM/VADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La práctica profesional en el ámbito hospitalario se ha convertido en un tema crucial en la academia y requiere de una atención especial dentro del mundo investigativo, ya que fomenta un entorno laboral más saludable y eficiente, lo que, a su vez, repercute de manera positiva en la atención al paciente y en la calidad del servicio brindado. El objetivo de esta investigación fue determinar la percepción de la Inteligencia emocional, Manejo del estrés y Gestión de conflictos desde la perspectiva de las secretarías administrativas de un centro médico de Asunción - Paraguay, 2024. Para el efecto se ha implementado un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. La población y muestra estuvo conformada por 40 secretarías administrativas de un centro médico de Asunción. Se utilizó un cuestionario estructurado de 20 ítems, dividido en tres dimensiones (Inteligencia emocional [11], Manejo del estrés [5] y Gestión de conflictos [4]). Los resultados de las medias promedio en las tres dimensiones fueron Inteligencia emocional (<math>x=3,0</math>), Manejo del estrés (<math>x=2,2</math>) y Gestión de conflictos (<math>x=2,8</math>). Asimismo, los ítems con mejores valoraciones fueron la P3 Creo que es importante manejar adecuadamente las emociones cuando interactúo con pacientes y/o familiares (<math>x=3,6</math>) y la P4 Me siento preparado/a para manejar mis emociones en situaciones estresantes con pacientes y/o acompañantes de estos (<math>x=3,5</math>). Se concluye que, aunque una parte significativa del personal reconoce la importancia de la capacitación emocional, existe una percepción generalizada de que los programas ofrecidos son insuficientes tanto en frecuencia como en efectividad. Por último, se recomienda incluir a más instituciones de salud nacional, o bien, de otros sectores para poder comparar el nivel de la cuestión desde diferentes perspectivas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia emocional, Capacitación, Manejo del estrés, Sector hospitalario</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.70833/rseisa19item662">https://doi.org/10.70833/rseisa19item662</a>

<b>Título</b>	<b>Análisis bibliométrico de las publicaciones sobre educación financiera en estudiantes universitarios desde la Web of Science</b>
<b>Autor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación se centra en un análisis bibliométrico sobre las producciones enfocadas a la educación financiera en estudiantes universitarios desde la base de datos de Web of Science. Se localizó 920 documentos en el 2024 mediante: palabras clave (“financial education”, “university”, “financial knowledge” y “students”), años (2021-2023), artículos (originales), tipo de acceso (open access) e idiomas (inglés y español). Algunos resultados fueron: Ma, Li posee 3 publicaciones sobre el tema de educación financiera en los últimos tres años. Asimismo, la universidad que cuenta con mayores publicaciones fue el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey de México (24 publicaciones); USA lidera con 175 publicaciones y 525 citaciones y la palabra clave “higher education” (educación superior) tuvo mayores repeticiones (76 apariciones). Se señalan áreas de investigación futura, como comprender los mecanismos detrás de la falta de habilidades financieras en estudiantes universitarios y evaluar intervenciones educativas para mejorar la alfabetización financiera.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Educación financiera, conocimiento financiero, estudiantes universitarios.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración financiera.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.37611/IB8oI4130-137">https://doi.org/10.37611/IB8oI4130-137</a>

<b>Título</b>	<b>Jornada laboral de 4 días semanal según perspectiva de colaboradores</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Sebastián Gálmez Chaparro (ADM) Miguel Ángel Lenguaza Albornó (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo de la investigación es analizar la viabilidad de la jornada laboral de 4 días semanal según perspectiva de colaboradores. Se basó en un enfoque cualitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Se implementó cuatro entrevistas profundas a cuatro personas (dos gerentes y dos colaboradores) en dos empresas (uno del sector financiero y otro del sector comercial) por juicio en el 2022. El instrumento de recolección de datos consistió en siete preguntas abiertas. Los resultados más relevantes hallados fueron: 1. La aceptación de la propuesta de reducción de la jornada laboral de parte de los empleadores y empleados; 2. La implementación debe ir acompañada de una buena planificación; 3. Se debe realizar pruebas piloto antes de tomarlo como algo definitivo. Se concluye que es viable la reducción de la jornada laboral a 4 días semanal en Paraguay, teniendo en cuenta que se debe desarrollar una buena planificación de trabajos y/o funciones y al mismo tiempo consensuar entre todos para llevar a cabo el nuevo régimen propuesto. Finalmente, esto podría conllevar al bienestar general y con vistas a una mejor productividad para las empresas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Jornada de trabajo, Reducción laboral, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://revistas.uni.edu.py/index.php/desarrolloregional/article/view/434">https://revistas.uni.edu.py/index.php/desarrolloregional/article/view/434</a>

## Título

**Influencia de las estructuras del aprendizaje en la formación de competencias en contabilidad gerencial: una mirada profunda**

## Autor

Chap Kau Kwan Chung (ADM)  
Miguel Ángel Alegre Brítez (EXT)

## Resumen

El estudio analiza la deficiencia en la formación de competencias clave en contabilidad gerencial, particularmente en América Latina, donde muchos programas se enfocan en aspectos técnicos en lugar del desarrollo de habilidades analíticas, de resolución de problemas y toma de decisiones. Su objetivo es analizar las estructuras de aprendizaje que favorecen estas habilidades, con enfoque en las metodologías pedagógicas y el uso de tecnologías en Latinoamérica. Para ello, se empleó un diseño mixto con métodos cuantitativos y cualitativos, recopilando datos de 1500 estudiantes y 40 docentes de 10 universidades latinoamericanas mediante encuestas, entrevistas y análisis de planes de estudio. Los datos fueron analizados con la utilización de SPSS y NVivo. Los resultados mostraron que los métodos pedagógicos más utilizados son el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) y la Simulación Empresarial. El software contable es la herramienta tecnológica más utilizada, seguida de la simulación de negocios y plataformas de aprendizaje. Se observó que los métodos interactivos (ABP, Simulación) se asocian a un mayor rendimiento académico que los tradicionales, y los estudiantes los perciben como más efectivos. Las conclusiones del estudio destacan la tendencia hacia la adopción de métodos pedagógicos activos y el uso de tecnologías en la enseñanza de la contabilidad gerencial. Se confirma que los métodos interactivos como el ABP y la Simulación Empresarial favorecen el desarrollo de competencias clave y un mayor rendimiento académico. Por tanto, se recomienda a las instituciones educativas que adopten métodos de enseñanza interactivos para mejorar la formación de los estudiantes.

**Palabras clave:** Contabilidad gerencial, competencias profesionales, métodos interactivos, aprendizaje, tecnología

## Línea de Investigación

Administración financiera.

## Carrera

Administración de empresas.

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://doi.org/10.37611/IB9o1172-87>

<b>Título</b>	<b>Análisis bibliométrico de las publicaciones sobre educación financiera en estudiantes universitarios desde la Web of Science</b>
<b>Autor</b>	Jaime Gabriel Castilla Barraza (EXT) Jean Pierre Gálvez-Castañeda (EXT) José Rolando Cardenas Gonzales (EXT) Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>Este artículo explora la intersección entre la semiótica y la investigación cualitativa, destacando sus roles complementarios en la comprensión de fenómenos sociales complejos. A través de un análisis bibliométrico, se analiza cómo los marcos semióticos pueden enriquecer las metodologías cualitativas, proporcionando una comprensión más profunda del comportamiento del consumidor y las narrativas culturales. Se realizó una búsqueda en bases de datos científicas de alto impacto, como Scopus y Web of Science, utilizando operadores booleanos y filtros específicos para garantizar la relevancia y calidad de las publicaciones, priorizando aquellos en revistas científicas indexadas y accesibles, asegurando así la rigurosidad de cada estudio. Como resultado se reveló que la semiótica es relevante en la investigación cualitativa, destacando su complementariedad, enriqueciendo esta disciplina, la semiótica ofrece un marco para analizar símbolos culturales y sus significados, permitiendo desentrañar las complejidades culturales. Se concluye subrayando la importancia de la semiótica como un eje crítico en la investigación cualitativa.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Comportamiento, análisis cultural, enfoque cualitativo, significado, semiótica aplicada.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://revista.uca.edu.py/ojs/index.php/uca/article/view/377">https://revista.uca.edu.py/ojs/index.php/uca/article/view/377</a>

<b>Título</b>	<b>Análisis bibliométrico sobre gamificación en la educación universitaria</b>
<b>Autor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) César Cipriano Cáceres Méndez Katherin Andrea Arrua Jacquet
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio bibliométrico, basado en 400 artículos, revela un creciente interés en la gamificación como herramienta pedagógica en la educación superior. utilizando Vosviewer, se identificó un aumento significativo en las publicaciones y se estableció que la investigación educativa es el área dominante. los resultados muestran una robusta red de colaboración internacional, aunque con una predominancia del inglés. A pesar de los avances, se identificaron limitaciones en la investigación cualitativa y en la diversidad lingüística. Se proponen futuras investigaciones para explorar a fondo el impacto de la gamificación en el aprendizaje y para fomentar una mayor diversidad en la producción académica.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Gamificación, Educación superior, Análisis bibliométrico, Coautoría, Coocurrencia.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.54988/cg.2025.1.1630">https://doi.org/10.54988/cg.2025.1.1630</a>

<b>Título</b>	<b>Análisis de la exportación de productos químicos a mercados internacionales, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Alejandro Jesús López Martínez (ADM) Cristina Maizbel Cristaldo Núñez (CIN) Keila Analía Arar Cárdenas (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>Se tiene como objetivo analizar la exportación de productos químicos a mercados internacionales, 2024. Se basó en un enfoque cualitativo, no experimental de corte transversal y descriptivo. Se realizaron 5 entrevistas a altos directivos de una empresa paraguaya exportadora de productos químicos en el Paraguay. Los criterios de inclusión fueron funcionarios activos con poder de toma de decisiones en la empresa analizada y participación voluntaria, mientras que el único criterio de exclusión fue colaboradores con rango de operarios. Se utilizó una guía de 9 preguntas abiertas categorizadas en Desafíos y Estrategias de Exportación, Oportunidades y Crecimiento e Impactos y Regulaciones por conveniencia en el 2024. Entre los resultados más relevantes: los entrevistados confirmaron que entre los desafíos más importantes de las exportaciones de productos químicos se encuentran las regulaciones complejas, certificaciones, competencia global, fluctuaciones de precios, barreras comerciales y logística compleja. Y entre las oportunidades, la expansión a nuevos mercados, desarrollo de productos adaptados a necesidades específicas y desarrollo de alianzas estratégicas. Se concluye que existen desafíos y oportunidades que las empresas exportadas de productos químicos deben de enfrentar, con el fin de poder penetrar a nuevos mercados e identificad las exigencias de las demandas internacionales. Finalmente, la formación continua del personal y el enfoque en la mejora continua son dos factores críticos de éxitos para mantener la eficiencia operativa a niveles competitivos. Sin olvidar, que las inversiones en tecnologías de producción más conscientes o limpias demuestran ser efectivas para minimizar la huella ecológica de la empresa.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Exportación, productos químicos, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.69940/ruc.20251202">https://doi.org/10.69940/ruc.20251202</a>

<b>Título</b>	<b>Análisis de cargos y funciones dependientes de la Dirección de Recursos Humanos de la Junta Municipal de la ciudad de Asunción Paraguay, 2023</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	María Alejandra Ayala González (VGRH)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>Se tiene como objetivo analizar los cargos y funciones dependientes de la Dirección de Recursos Humanos de la Junta Municipal de la ciudad de Asunción-Paraguay, 2023. Se basó en un enfoque cualitativo, transversal y descriptivo. La población consistió en 18 funcionarios de la Dirección de Recursos Humanos de la Junta Municipal de la ciudad de Asunción-Paraguay y se tomó la totalidad para la muestra. Se entrevistó a 18 funcionarios en 2023 por conveniencia. El instrumento consistió en 16 preguntas con tres categorizaciones. Los resultados más relevantes fueron: las habilidades técnicas mencionadas por los entrevistados consistieron en el Manejo de herramientas de Microsoft Office; Habilidades de relacionamiento interpersonal y empatía; Atención a los funcionarios; Gestión de equipos y talento; Competencias organizativas; y Buena interpretación lectora y redacción. Se concluye que es necesario elaborar un nuevo manual de cargos y funciones con una estructura bien definida y discriminada por dependencias.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Cargos, funciones, habilidades, manual, recursos humanos, competencia.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Proceso de administración de recursos humanos.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.31095/podium.2025.47.6">https://doi.org/10.31095/podium.2025.47.6</a>

<b>Título</b>	<b>Growth Marketing potenciado por inteligencia artificial en la optimización del ciclo de vida del cliente</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Michelle Alejandra Hernández (MKT)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo es analizar el impacto del Growth Marketing potenciado por la Inteligencia Artificial (IA) en la optimización del ciclo de vida del cliente. Se adoptó un enfoque cualitativo, no experimental, transversal y exploratorio. Se realizaron dos entrevistas en 2024 por juicio. Los criterios de inclusión exigían que los entrevistados fueran expertos en marketing digital y en el uso de la IA para optimizar la experiencia del cliente. El instrumento fue una guía de 17 preguntas clasificadas en siete categorías: Introducción y contexto, impacto en el ciclo de vida del cliente, procesos con herramientas de IA en Growth Marketing, Growth Marketing y personalización, eficacia en la retención de usuarios, desafíos y futuro e impacto general. Los resultados indicaron que la IA ha mejorado la personalización de las experiencias del cliente y la eficiencia operativa, optimizando procesos de adquisición y retención. Sin embargo, se identificaron desafíos como falta de conocimiento y capacitación en el uso de estas tecnologías. Se concluye que la IA ofrece un potencial significativo para transformar las estrategias de marketing y gestión del ciclo de vida del cliente, su adopción exitosa requiere de una inversión en formación y de un enfoque ético en el uso de los datos.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia Artificial, optimización, marketing.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Diseño, innovación y técnicas publicitarias
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.37611/IB9oI2130-142">https://doi.org/10.37611/IB9oI2130-142</a>

<b>Título</b>	<b>Efectividad de la publicidad programática en la comercialización digital de contenido audiovisual</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Michelle Alejandra Hernández Serna (MKT) Ronald Alexander Benítez Pérez (MKT) Rocío Arami Román Rivarola (MKT) Lizzi Milen Pérez Larrea (MKT) Miguel Fernando Domínguez González (MKT)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La publicidad programática utiliza la tecnología avanzada para analizar las estrategias de automatización en tiempo real para segmentar específicamente a su público objetivo. Es por ello que, con la incorporación de nuevos procesos, se ha desarrollado en la industria audiovisual la inclusión de la tecnología digital en las áreas publicitarias con la finalidad de tener mayor eficiencia en la aplicación de los métodos de comercialización, específicamente en la publicidad programática del sector de las telecomunicaciones. El objetivo general planteado fue analizar la efectividad de la publicidad programática en la comercialización digital de contenido audiovisual en una empresa del sector de telecomunicación, 2023. Para el logro del objetivo, se empleó un enfoque cualitativo, a través de entrevistas aplicadas a tres expertos del área por juicio en el 2023. Los resultados más relevantes son: La publicidad programática ha sido una gran aliada para fomentar la segmentación, medición y modelos de compra basados en el público objetivo. Entre los beneficios se mencionan una mayor eficiencia en la comercialización e incremento significativo en la eficiencia de las campañas, optimizando la relación entre inversión y resultados. Entre las desventajas, daños a la imagen de la marca y pérdida de contenidos en el tráfico de la red. Se concluye que la publicidad programática es efectiva en la comercialización digital y simplifica el proceso de la gestión, ahorrando de esta manera grandes cantidades de tiempo y recursos a los anunciantes.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Publicidad, comercialización, digitalización, telecomunicación, TIC, audiovisual</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Diseño, innovación y técnicas publicitarias
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.70833/rseisa19item661">https://doi.org/10.70833/rseisa19item661</a>

<b>Título</b>	<b>Percepción de la calidad en la atención de consultorios externos de un hospital público en Villarrica, Paraguay</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Natasha Fabiola Vega Cuellar (VGRH)
<b>Docente Asesor</b>	Amílcar Aguinagalde Aquino (UMS) Chap Kau Kwan Chung (UP) Mirtha Insfrán Cibils (UMS) Myrna Ruiz Díaz Vega (UP) Carlos Rafael Riquelme Benítez (UA)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo es determinar la percepción de la calidad en la atención de consultorios externos de un hospital público en Villarrica, Paraguay. Se enfocó en un estudio cuantitativo, no experimental, transversal, descriptivo y observacional. La población correspondió a 600 pacientes que acuden al consultorio externo de un hospital público de la ciudad de Villarrica, Paraguay. El tamaño muestral efectivo de 481 pacientes fue obtenido con un nivel de confianza del 95% y 5% margen de error. Los criterios de inclusión fueron: pacientes mayores de 18 años, que física y mentalmente pudieron dar su consentimiento informado verbal y pudieron responder las preguntas del cuestionario. Se empleó la encuesta mediante un cuestionario de 19 preguntas, que incluye 4 variables sociodemográficas y 15 ítems, distribuidas en 4 dimensiones, adaptados de la escala Servperf, desarrollada por Ibarra Morales y Casas Medina, por conveniencia en el 2024. Se usó la escala de Likert de 5 puntos para la evaluación de los ítems. Los resultados más relevantes fueron: las calificaciones promedio de las dimensiones fueron 1,86 para la tangibilidad de los elementos; 2,32 para la confiabilidad; 2,74 para la responsabilidad y capacidad de respuesta; 2,47 para seguridad y 1,82 para empatía. Se concluye que existe un elevado porcentaje personas que se encuentran muy insatisfechas con la calidad de los servicios prestados en los consultorios externos de un hospital público de la ciudad de Villarrica, Paraguay.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Calidad en atención, percepción, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Proceso de administración de recursos humanos
<b>Carrera</b>	Gestión de Recursos Humanos
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a06">https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a06</a>

<b>Título</b>	<b>Perspectivas de los colaboradores sobre la sostenibilidad empresarial en Paraguay, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Araceli Claudia Mancuello Martínez (ADM) Geraldly María Fernanda González Martínez (ICA) Sady Selena Samaniego González (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo es determinar las perspectivas de los colaboradores sobre la sostenibilidad empresarial en Paraguay, 2024. Se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. La población consistió en 1.856.089 residentes de Paraguay (Instituto Nacional de Estadística [INE]), cuya muestra de 102 participantes fue calculada bajo un nivel de confianza del 90%, margen de error del 10% y grado de heterogeneidad del 50%. La tasa de respuesta fue del 96% (65). Los criterios inclusión fueron: ser asalariado, residir en Paraguay y participación voluntaria. Los criterios de exclusión fueron: menores de 15 años, fuera de la fuerza laboral de trabajo, desocupada, ser independiente y con residencia fuera de los límites nacional. Se realizó una encuesta mediante un cuestionario de 10 preguntas cerradas, enviado vía WhatsApp por conveniencia en el 2024. Los resultados más relevantes fueron: 60% tiene normas de sostenibilidad, 65% realizan prácticas sostenibles dentro de la empresa, 20% se enfrenta a desafíos para implementar prácticas sostenibles. Se concluye que la adopción de prácticas sostenibles por parte de las empresas paraguayas está generando un impacto positivo en diversos ámbitos, tanto económicos como sociales y ambientales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Sostenibilidad, responsabilidad social empresarial, estrategias</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a04">https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a04</a>

<b>Título</b>	<b>Uso de las redes sociales en los restaurantes de Asunción, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Elías Sebastián Sosa Jiménez (ADM) Thobias Luciano Capdevila Noguera (ICA) Mathias Iván Ayala Quiñonez (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación tiene como objetivo describir el uso de redes sociales en restaurantes de Asunción, 2024. Se basó en un enfoque cualitativo con diseño no experimental con corte transeccional y descriptivo. Se entrevistaron a 15 directores y/o gerentes del departamento de Marketing de restaurantes localizadas en la ciudad de Asunción-Paraguay mediante una guía de 10 preguntas abiertas por juicio en el 2024. Los criterios de inclusión fueron participantes con poder de toma de decisiones de los restaurantes y con participación voluntaria. Los criterios de exclusión fueron colaboradores con cargos de operarios y empresas que no se encuentren en el sector gastronómico. Los resultados más relevantes fueron: los restaurantes utilizan principalmente Instagram, TikTok y Facebook para promocionarse; las publicaciones frecuentes y de calidad, que muestran platos y el ambiente del restaurante, junto con contenido interactivo, son claves para aumentar la visibilidad y el engagement y; la publicidad paga se destaca como una estrategia eficaz para alcanzar nuevos públicos. Otros mencionan los desafíos como la falta de conocimientos especializados y recursos limitados para gestionar eficazmente sus perfiles. Se concluye que el marketing en redes sociales es una herramienta poderosa para los restaurantes, permitiéndoles fortalecer su marca, atraer clientes y aumentar la competitividad. Una estrategia bien definida y adaptada a las preferencias del público es esencial para el éxito en este entorno digital.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Gastronomía, marketing, publicidad, restaurante</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a05">https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a05</a>

## Título

**Investigación regional sobre economía circular en la construcción:  
Análisis bibliométrico en el Cono Sur**

## Autor

Víctor Raúl Sosa González (USP)  
Susana Beatriz Zubillaga Acosta (UCP)  
Santiago Galeano Bate (UCP)  
Chap Kau Kwan Chung (UA)

## Resumen

Este artículo presenta un análisis bibliométrico sobre la producción académica relacionada con la economía circular en el sector de la construcción civil en los países del Cono Sur, con el objetivo de identificar tendencias, vacíos y oportunidades en la investigación regional. Para ello, se recopilieron y analizaron 175 trabajos académicos, entre ellos artículos, tesis de grado y posgrado, publicados entre el 2004 y 2024, a partir de fuentes como Google Académico y repositorios institucionales. Se clasificaron los documentos según el país de origen, la institución emisora, las temáticas abordadas y las palabras clave empleadas. Los resultados muestran una clara concentración de estudios en Brasil y Chile, lo cual refleja el vínculo entre la inversión en infraestructura científica y el avance en esta línea de investigación. Predominan las investigaciones orientadas a la reutilización de materiales y la eficiencia en la gestión de recursos, aunque persiste una escasa implementación práctica y baja visibilidad internacional, dado que muchas publicaciones no se encuentran en revistas indexadas. En contraste, Paraguay y Uruguay presentan una producción limitada, lo que evidencia desafíos estructurales y falta de articulación institucional. Se concluye que es necesario fortalecer las redes de colaboración regional, fomentar políticas públicas que promuevan la investigación aplicada, y ampliar la difusión de los avances científicos en plataformas de mayor alcance. Este estudio contribuye con un panorama actualizado del desarrollo académico sobre economía circular en la construcción en el Cono Sur, y constituye una base útil para orientar nuevas investigaciones y estrategias de integración regional.

**Palabras clave:** Economía circular, análisis bibliométrico, construcción civil, cono sur

## Línea de Investigación

Administración financiera.

## Carrera

Administración de empresas.

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2025.031.61.065>

<b>Título</b>	<b>Percepción del Upskilling y Reskilling en colaboradores de empresas del sector privado y público de Asunción y Gran Asunción-Paraguay, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Lorena Elina Aldama Ferreira (VGRH) Ivanna Guadalupe Acuña López (VGRH)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación pretende determinar la percepción del Upskilling y Reskilling en colaboradores de empresas del sector privado y público de Asunción y Gran Asunción-Paraguay, 2024. Se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental con corte transversal y descriptivo. La población estuvo compuesta por 2.623.827 individuos con fuerza laboral registrada en el cuarto trimestre de 2022 y una muestra de 246 fue calculada bajo un 94% de nivel de confianza, 6% de margen de error y 50% de grado de heterogeneidad. La tasa de respuesta fue del 83,3% (205). Los criterios de inclusión fueron: tener más de 23 años, ser asalariado del sector privado/público en Asunción y Gran Asunción, tener una antigüedad laboral de más de cuatro años y participar de manera voluntaria. Se utilizó la encuesta para la recolección de datos mediante un cuestionario compuesto por 2 variables (Upskilling y Reskilling), 6 dimensiones y 24 ítems enviada vía WhatsApp en septiembre de 2024 por conveniencia en el 2024. Como resultados se evidencia que la media general de las dimensiones del Upskilling (D1, D2 y D3) y Reskilling (D4, D5 y D6) se manifiestan en: D1 Motivación (x=4,60), D2 Recursos (x=3,56), D3 Habilidades (x=4,22), D4 Adaptabilidad (x=4,59), D5 Apoyo (x=3,54) y D6 Impacto (x=4,15). Se concluye que la adopción de estrategias de Upskilling y Reskilling genera un impacto positivo en el bienestar de los empleados, ya que amplía las oportunidades de empleo, proporciona mayor estabilidad laboral, mejora la compensación y fomenta la adaptabilidad y flexibilidad ante las transformaciones del mercado laboral.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Upskilling, Reskilling, reciclaje profesional, habilidades laborales, capacitación, competencia profesional</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Capital humano: desafíos históricos y actuales
<b>Carrera</b>	Gestión de Recursos Humanos
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Link de la publicación</b>	<a href="http://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2025.012.03.047">http://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2025.012.03.047</a>

<b>Título</b>	<b>Análisis de la eficiencia en los procesos productivos de Delicias S.A. localizada en Itauguá-Paraguay, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Rebeca Esther Marín Monzón (ADM) Iván Federico Varela Bento (ADM) Rolando Rubén Ramírez Barrios (ICA) Josué Emanuel Castiñeira Escobar (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo de este estudio es analizar la eficiencia en los procesos productivos de Delicias S.A. localizada en Itauguá-Paraguay, 2024. Se basó en un enfoque cualitativo de diseño no experimental, corte transversal y descriptivo. Se llevaron a cabo 5 entrevistas a directivos de las Delicias S.A. (2 dueños y 3 jefes de personal de diferentes áreas de producción). Los criterios de inclusión fueron: ser miembro activo de la empresa con rango directivo y con participación voluntaria, mientras que los criterios de exclusión fueron: cargos operativos y colaboradores tercerizados. Se empleó una guía de 10 preguntas abiertas bajo tres categorías (Eficiencia Operativa, Aplicación de la tecnología y Desarrollo de Recursos Humanos) conveniencia en el 2024. Los resultados indicaron que la eficiencia operativa actual es “aceptable, pero con margen de mejora”, y que una mayor eficiencia reduciría costos, acortaría tiempos de producción y mejoraría la calidad del producto final. Aunque se planifica integrar tecnologías avanzadas, los costos iniciales y la necesidad de capacitación del personal representan desafíos significativos. La capacitación y motivación del personal son fundamentales, y ya se han implementado programas de formación técnica y actividades de bienestar para mejorar la satisfacción y el compromiso de los empleados. Se concluye que la optimización de los procesos en Delicias S.A. se logrará mediante una mejor gestión de inventarios, la estandarización de procesos y la integración gradual de tecnologías avanzadas, además del continuo desarrollo del talento humano.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Optimización, eficiencia, innovación, producción.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.56216/radee012025abr.a06">https://doi.org/10.56216/radee012025abr.a06</a>

**Título****Desarrollo Sostenible a través de la Economía Circular como un enfoque hacia la sostenibilidad****Autor**Graciela Isabel Vázquez González (UAA)  
Chap Kau Kwan Chung (ADM)**Resumen**

Los efectos ambientales, sociales y económicos negativos del consumo excesivo y la cultura del descarte han expuesto los límites de lo tradicional. Recientemente, el cambio hacia una Economía Circular (EC) ha atraído un interés creciente como posible vía hacia formas más sostenibles de producir y consumir. El artículo trata de analizar cómo el diseño para el cambio de comportamiento (DfBC) -con un enfoque en Diseño para un Comportamiento Sostenible y Diseño orientado a la práctica podría contribuir a abordar este último y fomentar la transición hacia una economía circular. El trabajo tuvo un enfoque cualitativo, a través de una investigación documental que implicó la revisión y análisis de artículos de alto impacto sobre el tema de EC, encontrados dentro de las bases de datos del portal Web of Science. Las palabras clave que se sometieron a búsqueda fueron "Circular Economy", "Models" and "Sustainability", se consideró únicamente a los artículos Open Access publicados en los años 2015 a 2019. Se prestó especial atención a los trabajos con mayor número de citas. Los resultados más resaltantes fueron: Paraguay aspira a conseguir una economía circular eficiente y permanente, y se refleja en los planes gubernamentales que se empiezan a desarrollar en el territorio. Además, la transición hacia una economía circular supone siempre de un cambio sistémico, en el que la investigación y la innovación, tanto tecnológica como no tecnológica. Se concluye que, implementar estas técnicas a nivel nacional puede tener efectos profundos en la economía: se crearían nuevos empleos en sectores innovadores y sostenibles, como la biotecnología y la agricultura regenerativa.

**Palabras clave:** Economía circular, aceptación del consumidor, diseño para el cambio de comportamiento

**Línea de Investigación**

Administración y Gestión Empresarial

**Carrera**

Administración de empresas.

**Modalidad**

Presencial

**Link de la publicación**<https://doi.org/10.56216/radee012025abr.a04>

**Título****La Franquicia en los Países Iberoamericanos: El Caso de Paraguay****Autor**

Chap Kau Kwan Chung (ADM)

**Resumen**

El objetivo principal de esta investigación es ofrecer una descripción detallada y exhaustiva de las características más distintivas de la franquicia en Paraguay. Para lograr esto, se exploraron diversos aspectos fundamentales que contribuyen a la comprensión del panorama franquiciante en el país. En primer lugar, se analizó el origen de las franquicias en Paraguay, investigando cómo han evolucionado a lo largo del tiempo y qué factores han influido en su desarrollo. Además, se examinaron las ferias y eventos relacionados con el sector, que sirven como plataformas clave para la promoción y el crecimiento de las franquicias, así como para el intercambio de ideas y experiencias entre emprendedores. Otro aspecto crucial que se abordó fue el marco regulatorio que rige las franquicias en Paraguay donde se incluyó un análisis de las leyes y normativas que afectan su funcionamiento, así como las oportunidades y desafíos que presentan para los inversores y

<b>Título</b>	<b>Análisis crítico de la presencia de los bancos paraguayos en las redes sociales</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Ricardo Ignacio Riveros Quintana Walter Daniel Ovelar Fernández
<b>Docente Asesor</b>	Walter Daniel Ovelar Fernández
<b>Resumen</b>	<p>El estudio tuvo como objetivo evaluar la presencia de los bancos paraguayos en las principales redes sociales y analizar su grado de interactividad con clientes y usuarios. Para ello, se recopilaron datos directamente de las plataformas de cada banco, utilizando análisis de contenido para medir tanto su presencia como la cantidad de seguidores en cada red social. Se constató que todos los bancos paraguayos tienen presencia en Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube y X (anteriormente Twitter). Facebook se destacó como la red social con mayor cantidad de seguidores, concentrando el 58% del total, seguida por LinkedIn con un 21%, Instagram con un 16%, X con un 5% y YouTube con apenas el 1%. Sin embargo, se observó una interacción limitada entre los bancos y sus usuarios en estas plataformas, lo que subraya la necesidad de mejorar las estrategias digitales para captar la atención de los clientes y obtener mejores resultados en términos de participación.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Redes Sociales, bancos, Paraguay, Facebook</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="http://revistas.une.edu.py/index.php/revista_une/article/view/278">http://revistas.une.edu.py/index.php/revista_une/article/view/278</a>

<b>Título</b>	<b>Considerations for a Sustainable Development in Paraguay</b>
<b>Autor</b>	Marcelo Echague
<b>Resumen</b>	<p>En las últimas décadas, Paraguay ha experimentado un notable grado de estabilidad económica y política que ha permitido al país alcanzar importantes niveles de crecimiento y desarrollo en varios campos. De hecho, esto no es despreciable en el contexto de una región latinoamericana tradicionalmente inestable, pero también porque el propio Paraguay rara vez se ha beneficiado de un período tan largo de solidez a lo largo de sus más de 200 años de historia independiente, pero convulsa. Objetivo: Como era de esperar, esta situación brinda una oportunidad más que valiosa para que el país asegure que dicho crecimiento económico y desarrollo concomitante no sean temporales sino que puedan ser sostenibles en el tiempo, mejorando así continuamente el bienestar de la población paraguaya sin poner en peligro su medio ambiente y sus recursos intrínsecos (naturales). Método: Cualquier oportunidad genera varios aspectos y desafíos que los formuladores de políticas tendrán que considerar y eventualmente abordar para materializar efectivamente dicha oportunidad de desarrollo real y duradero. Resultados: Este estudio pretende compartir pensamientos y consideraciones relevantes sobre el estado actual del proceso de desarrollo paraguayo, al tiempo que intenta identificar algunas acciones políticas cruciales que pueden maximizar las probabilidades de un desarrollo exitoso para este país o, para decirlo de otra manera, reducir el riesgo de caer en una trampa de ingresos medios que perpetúa el círculo vicioso de pobreza y desigualdad característico de América Latina.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Desarrollo socioeconómico, Paraguay, Sostenibilidad</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Crecimiento y desarrollo económico
<b>Carrera</b>	Economía.
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.59319/arete.v3i1.903">https://doi.org/10.59319/arete.v3i1.903</a>

## Título

**Se refleja la Macro en la Micro? Un fact-check de crecimiento y mercado laboral en Paraguay**

## Autor

Marcelo Echague y Roger Armoa

## Resumen

Este artículo realiza un fact-check de cuatro afirmaciones públicas actuales sobre la coyuntura macroeconómica y el mercado laboral en Paraguay durante el primer semestre de 2025. Usando estadísticas oficiales del Banco Central del Paraguay (IMAEP) y del Instituto Nacional de Estadística (EPHC), se contrastan los siguientes enunciados: (i) crecimiento de la actividad de 5,2%; (ii) aumento de la ocupación en 124.500 personas; (iii) incremento de aproximadamente 40.000 “asalariados formales”; y (iv) caída de la desocupación de 6,4% a 4,9%. Los tres primeros enunciados resultan verdaderos (el primero con matices) mientras que el tercero, formulado como “asalariados formales”, es impreciso, debiendo denominarse a dicha categoría como “ocupados formales no agropecuarios”. Se concluye que la evidencia es coherente con la idea de que la macroeconomía se refleja en la microeconomía, con mayor actividad económica, mayor generación de empleo y mayor formalidad, si bien el análisis es mayormente descriptivo-explicativo y no identifica causalidad estructural.

**Palabras clave:** IMAEP, empleo formal, Paraguay

## Línea de Investigación

Crecimiento y desarrollo económico

## Carrera

Economía.

## Modalidad

Virtual

## Link de la publicación

<https://www.uticvirtual.edu.py/revista.recide/index.php/revistas/article/view/41>

<b>Título</b>	<b>Technology-facilitated Sexual Harassment of a University Student in the Era of Digital Communication: A Case Study</b>
<b>Autor</b>	Marcelo Echague Lucero Vázquez
<b>Resumen</b>	<p>Background: This case study explores power dynamics through the story of Lucia, a first-year law student and victim of technology-facilitated sexual harassment by a professor at her university. Readers will analyze the issues and conditions facing Lucia, consider potential courses of action, and evaluate actionable solutions for this real-world scenario. Objectives: Readers will explore the complexities of Role Theory, inequities inherent in professor and student relationships, conflicts of interest in institutional settings, and potential pitfalls of digital interconnectedness while developing a broader understanding of appropriate ethical boundaries. Learning Outcomes: As a result of heightened awareness, readers will develop an awareness and ability to self-advocate for appropriate relationships within the academy, to recognize signs of sexual harassment and to exercise greater autonomy over their digital existence. Use: This case study is intended for instructional settings in university gender studies, communications and ethics courses, as well as in academic and corporate human resources, board and governance, and business management settings. Some content may not be suitable for minors. Teaching Notes: Teaching notes and materials will be made available upon request of a verified instructor or educator. Limitations: Names and locations were anonymized to protect the privacy and integrity of those involved, and some narrative was editorialized for purposes of clarity. Any dialogue presented in this case study is representative of conversations and data that is either protected or no longer available through public channels.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Sexual harassment, digital violence, Social Role Theory</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Política económica, macroeconomía y finanzas
<b>Carrera</b>	Economía.
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.59319/arete.v3i2">https://doi.org/10.59319/arete.v3i2</a>

<b>Título</b>	<b>Wings of Resistance: A Case Study</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Sofia Lamas y Melanie Samudio
<b>Docente Asesor</b>	Marcelo Echague
<b>Resumen</b>	<p>Background: This case study explores Letizia Ruiz Fonseca's groundbreaking journey, highlighting her firsthand experiences as she navigated a male-dominated aviation industry. Through her detailed accounts, it examines the challenges, triumphs, and resilience that shaped her career. Objectives: To analyse the pioneering achievements of Letizia Ruiz Fonseca, Paraguay's first female pilot to earn international licenses and captain a commercial airline, as a case study in gender barriers within aviation. Learning Outcomes: Learners will critically examine ethics, leadership, and gender equity issues in South America. They will discuss the systematic challenges faced by women in male-dominated industries and explore strategies for fostering inclusivity and equity in professional environments. Use: Having a better understanding of gender norms. Teaching Notes: Suggested class format, structured discussion questions, guided reflection questions, interviews with Letizia Ruiz Fonseca, and case-based ethical dilemmas and leadership analysis.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Gender Equality, Aviation Industry, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Política económica, macroeconomía y finanzas
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.59319/arete.v3i2">https://doi.org/10.59319/arete.v3i2</a>

## Título

**Las Startups en Paraguay. Análisis del Ecosistema Emprendedor y los elementos necesarios para el surgimiento de Unicornios**

## Autor

Pedro Daniel Vera Ramos  
Katherin Andrea Arrúa Jacquet

## Resumen

Las Startups han acaparado el mundo empresarial en las últimas décadas surgiendo el concepto de “unicornios” que alcanzan un valor superior a mil millones de dólares. En varios países de América Latina existen casos de este tipo, pero Paraguay, a pesar de sus ventajas económicas, no ha generado las condiciones necesarias para que surjan. El objetivo es identificar los elementos presentes y ausentes en el ecosistema emprendedor paraguayo que puedan favorecer el desarrollo de startups con potencial de convertirse en unicornios. Se aplica una metodología descriptiva y comparativa basada en entrevistas semiestructuradas a expertos y referentes de instituciones vinculadas al ecosistema. Los resultados arrojan que en los últimos años ha habido un desarrollo moderado de las Startups en Paraguay. Si bien, hubo avances en varios ámbitos, se percibe mucho por hacer. Se identifican cuatro factores fundamentales en el Ecosistema: Capital Humano, Políticas Públicas, Instituciones de apoyo y Financiamiento, que son los elementos presentes que pueden impulsar el desarrollo de las Startups. Por otro lado, el surgimiento de Unicornios requiere se den principalmente: Consolidación de los Programas; Articulación del Ecosistema e Internacionalización de los emprendimientos. Por último, se observan señales positivas que proyectan un escenario favorable para el surgimiento de Unicornios.

**Palabras clave:** Startup - Unicornio - Ecosistema Emprendedor - Paraguay

## Línea de Investigación

Administración y Gestión Empresarial

## Carrera

Administración de empresas.

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10543610>

<b>Título</b>	<b>A Bibliometric Analysis of Scientific Production on the Balanced Scorecard</b>
<b>Autor</b>	Juan Carlos Armijos, Jesús Juyumaya , Mauricio Di Rocco, and Karina Isla
<b>Resumen</b>	<p>This study updates the existing knowledge on the Balanced Scorecard (BSC) through a bibliometric analysis, providing a comprehensive review of the scientific literature on the topic. The main objective is to refresh previous bibliometric research by examining the volume, quality, and structure of publications related to BSC. Data were collected from Scopus and Web of Science—two databases known for their accuracy and reliability—covering articles published from 1992, the year BSC was introduced, through January 2025. The final sample includes 2,215 articles from Scopus and 2,427 from Web of Science. The findings reveal a growing academic interest in BSC, reflected in an increasingly broad and diverse body of literature. Kaplan and Norton are identified as the most prolific authors, while the United States leads in terms of the number of publications and citations. “Balanced Scorecard” is the most frequently used keyword in this field. This study extends previous bibliometric analyses by incorporating more recent data and a wider set of indicators, which helps to identify emerging trends and developments in BSC research. However, the analysis is limited to articles indexed in Scopus and Web of Science, which may exclude relevant contributions from other sources. From a practical perspective, the research offers valuable insights into key contributors and emerging trends, guiding future research and applications of BSC in performance management. On a societal level, it underscores the BSC’s potential to enhance organizational performance and decision-making processes, contributing to improved efficiency and effectiveness across various sectors.</p> <p><b>Palabras clave:</b> balanced scorecard, bibliometric analysis, performance management, Kaplan and Norton, scientific production</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/21582440251375677">https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/21582440251375677</a>

<b>Título</b>	<b>Integrando la conciencia y la responsabilidad social empresarial en la formulación estratégica empresarial</b>
<b>Autor</b>	Armijos, Juan Carlos Ziller Carvajal, Karen
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo del estudio es proporcionar por medio del Modelo 5D una metodología con una mirada global que permita a toda organización gestionar sus problemas y oportunidades, contar con una nueva estrategia empresarial consciente y medir sus resultados en forma sistemática, lógica y dinámica. Esta investigación sostiene que la Responsabilidad Social Empresarial, por el tipo y cantidad de variables cualitativas y cuantitativas empleadas, se puede representar por el modelo de gestión del Cuadro de Mando Integral propuesto por Kaplan y Norton. Sin embargo, este modelo puede enriquecerse aún más incorporando un nuevo elemento hasta ahora poco considerado y en algunos casos ausente: la conciencia empresarial entendida como una modalidad de reflexión de las organizaciones para lograr mayor equilibrio en las diversas dimensiones y excelencia. Esto implica, entre otras cosas, salir del estancamiento que se ha manifestado por largos periodos y que ha acumulado muchos problemas que hoy no están resueltos, como, por ejemplo, la desidia en la toma de decisiones, culturas estancadas instaladas en el mundo empresarial que impiden la evolución, y en bajos niveles de conciencia en las empresas, en el Estado y, sobre todo en la sociedad.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Responsabilidad Social Empresarial, Conciencia Empresarial, Estrategia</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://saberes.unr.edu.ar/index.php/revista/article/view/276/167167321">https://saberes.unr.edu.ar/index.php/revista/article/view/276/167167321</a>

<b>Título</b>	<b>Canales de selectividad asignados a las exportaciones bajo el régimen de exportación a consumo (EC01) realizadas en el puerto Caacupemí, Pilar, Paraguay, año 2022</b>
<b>Autor</b>	Prof. Mag. Irma María Elsa Maurandi Giménez
<b>Resumen</b>	<p>El trabajo de investigación tiene como objetivo general exponer los canales de selectividad asignados a las exportaciones bajo el régimen de Exportación a Consumo (EC01) realizadas en el puerto Caacupemí, Pilar-Paraguay en el periodo 2022. El tipo de investigación empleada es documental, de corte transversal, realizada a través de la recolección de datos, análisis e interpretación de la información recabada de fuentes bibliográficas digitales y físicas tales como resoluciones, decretos, ley, libros, informes, portal de datos abiertos, entre otros. El diseño de la investigación es no experimental, la categoría estudiada en los documentos son los canales de selectividad asignados a las exportaciones bajo el régimen de Exportación a Consumo (EC01) del puerto Caacupemí, Pilar, año 2022. Los resultados más relevantes exponen que existen diversas normativas para el procedimiento de aplicación en la asignación del canal de selectividad. En relación a las exportaciones EC01, se identifica un del total de 60 exportaciones en el periodo analizado, de los cuales a 57 exportaciones le fueron asignadas el canal verde y cuyas exportaciones trataban de azúcar y artículos de confitería, cereales, arroz, maíz, sorgo, productos de molinería, carnes y derivados, mientras que a las 3 exportaciones restantes les fueron asignadas el canal rojo, correspondiente a productos como el azúcar, artículos de confitería y cereales. Los mercados de destino para las exportaciones mencionadas fueron dirigidos al Brasil en un 21,6%, EE. UU. 18,3%, Alemania y Rusia 13,3%, Francia 8,3%, Sierra Leona 5%, entre otras en menor porcentaje.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Canales de selectividad, exportaciones, Puerto Caacupemí.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Normativas y Aspectos legales del Comercio
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.54360/rcupap.v5i1.195">https://doi.org/10.54360/rcupap.v5i1.195</a>

<b>Título</b>	<b>Herramientas con Inteligencia Artificial utilizadas por alumnos universitarios para la elaboración de trabajos intelectuales</b>
<b>Autor</b>	Prof. Mag. Irma María Elsa Maurandi Giménez; Prof. Mag. Verónica Beatriz Benítez Galeano
<b>Resumen</b>	<p>La Inteligencia Artificial (IA), es una herramienta informática cuyo objetivo es generar sistemas para la realización de tareas, que generalmente demanda de inteligencia humana. El objetivo general del presente trabajo es “Caracterizar las herramientas con Inteligencia Artificial utilizadas por alumnos universitarios para la elaboración de trabajos intelectuales”. Fue empleado el diseño de investigación cuantitativo no experimental con enfoque mixto, el tipo de investigación es descriptiva de corte transversal, fue aplicada una encuesta con preguntas mayormente cerradas a estudiantes de la carrera de marketing del primer semestre y una entrevista a sus docentes. Los principales resultados arrojaron que los alumnos casi en su totalidad utilizan plataformas de IA, mayormente de forma regular y con cierta frecuencia, la plataforma más utilizada es el chat GPT y Canva, reconociéndolas como herramientas útiles. Los medios de comunicación por el cual conocieron estas plataformas fueron mayormente a través de recomendaciones boca a boca, internet y la red social de Tik Tok. La mayoría de los encuestados no lograron reconocer la redacción correcta de una cita y referencia bibliográfica</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia artificial, plataforma, trabajos intelectuales.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Innovación y Tecnología
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://revistacientifica.unida.edu.py/publicaciones/index.php/cientifica/article/view/299/221">https://revistacientifica.unida.edu.py/publicaciones/index.php/cientifica/article/view/299/221</a>

<b>Título</b>	<b>Percepción de los consumidores sobre las tiendas plus size en el mercado paraguayo.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Carlos Agüero Trigo, Florencia Fabiana Bilinski Martínez, Matías Vera Sosa.
<b>Docente Asesor</b>	Prof. Mag. Irma María Elsa Maurandi Giménez
<b>Resumen</b>	<p>En Paraguay existe un 36,9% de población con sobrepeso y 32,4% con obesidad. El objetivo general del presente trabajo es describir la percepción de los consumidores sobre las tiendas plus size en el mercado nacional. El desarrollo metodológico corresponde a la investigación descriptiva no experimental de corte transversal y de enfoque cuantitativo, puesto que fue aplicada una encuesta conformada por preguntas mayormente cerradas a 500 transeúntes sobre la Avenida España c/ Brasilia en la ciudad de Asunción, en el mes de noviembre del 2024, donde el muestreo utilizado corresponde al aleatorio simple. Los principales resultados arrojan que el 72% de la población encuestada se encuentra o conoce de alguna persona con sobrepeso, esta situación se observa en mayor porcentaje a partir de los 21 años de edad en adelante, generando así que el 67% manifieste dificultad en adquirir prendas de vestir por lo que el 61% indica desconocer o frecuentar tiendas exclusivas de talla plus size, sin embargo, el 20,4% identifica una tienda en específico. Más del 50% de los encuestados indican que el medio de comunicación por el cual tienen conocimiento de las tiendas es a través de las redes sociales, el 66% indica no encontrarse satisfecho con las prendas disponibles en el mercado y proponen la apertura de más locales plus size, la inclusión de estas prendas en las tiendas convencionales, mayor variedad y mejoras en el diseño, tallas, visibilidad, calidad, precio y atención.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Mercado nacional, plus size, tiendas</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de mercado, economía y comercialización para el Comercio Internacional
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://revistacientifica.upap.edu.py/index.php/revistacientifica/article/view/262">https://revistacientifica.upap.edu.py/index.php/revistacientifica/article/view/262</a>

<b>Título</b>	<b>Análisis de la efectividad de certificación OEA y su implicancia en la cadena de suministros</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Yannina Ytzel Ruiz Arrua
<b>Docente Asesor</b>	Prof. Mag. Verónica Beatriz Benítez Galeano
<b>Resumen</b>	<p>Las operaciones de exportación de un país son de suma importancia ya que contribuyen al crecimiento económico de un país; pero esto a su vez genera altos costos en materia de traslado de mercaderías, extensos requisitos documentales, entre otros factores influyentes. Es por ello por lo que la Aduana busca potenciar las operaciones de comercio exterior implementando diversos programas de ayuda a las empresas que integran el campo de la exportación. En esta investigación se tuvo como objetivo general analizar la efectividad de la certificación OEA y su implicancia en la cadena de suministros. Para el desarrollo de esta se utilizó el enfoque cualitativo para llevar a cabo el desarrollo del problema planteado por medio de recopilación y análisis de los datos obtenidos. La técnica de recolección de datos se realizó por medio de una entrevista dirigida a la coordinadora de la OEA del departamento de Gerencia General de Aduanas - DNIT. Mediante el análisis de los datos obtenidos es posible concluir que la utilización de la certificación OEA conlleva a diversos beneficios para la empresa, genera una mayor competitividad y agilidad en el comercio exterior ya que dicha certificación genera una promoción internacional como empresas seguras. Además, se observó la poca información referente al tema, que dificulta la comprensión de la efectividad de la utilización de dicha certificación en la cadena de suministros de la empresa.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Cadena de suministros, certificación OEA, efectividad.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Normativas y Aspectos legales del Comercio
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.54360/rcupap.v5i1.187">https://doi.org/10.54360/rcupap.v5i1.187</a>

## Título

**La industrialización alimentaria del cáñamo y su viabilidad comercial internacional, año 2022**

## Autor

Prof. Mag. Verónica Beatriz Benítez Galeano

## Resumen

La presente investigación tiene por objetivo analizar la industrialización alimentaria del cáñamo y su viabilidad comercial internacional, año 2022. La metodología se centró en un enfoque cualitativo, con un diseño no experimental de corte transversal y descriptivo. Para su efecto se realizó una entrevista narrativa con preguntas abiertas al presidente de la Cámara de Cáñamo Industrial. Los resultados más relevantes fueron: que el cultivo y la zafra de esta planta ya se encuentran regulados en Paraguay desde el año 2019 a través del Decreto N.º2725/19. Paraguay logró obtener una certificación de Estados Unidos llamada Buenas Prácticas Agrícolas y de Recolección para Cannabis Medicinal, la misma permite saber cuánta captura de carbono realizan las plantaciones del cáñamo; el cáñamo juega un papel muy importante en la reactivación económica del país, puesto que se puede promover el desarrollo económico debido a la utilización del producto en diferentes sectores. La producción, tanto de materia prima como de producto terminado, aumenta las exportaciones y a su vez estimula el comercio interno. Se concluye la existencia de un impacto social, a raíz del aumento del empleo a pequeños productores y a su vez a las industrias; en lo que refiere al impacto ambiental, los efectos de contaminación del aire son menores gracias a que absorbe grandes cantidades de carbono atmosférico, finalmente en lo económico se observa el aumento de las cantidades de cosechas de la materia prima que son comercializados a empresas que generan productos terminados con un valor agregado.

**Palabras clave:** Cáñamo, industrialización, viabilidad.

## Línea de Investigación

Técnicas de mercado, economía y comercialización para el Comercio Internacional

## Carrera

Comercio Internacional

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://doi.org/10.54360/rcupap.v5i2.260>

## Título

**El abordaje del emprendedurismo y la creación de nuevos negocios, en aula de la universidad americana**

## Autor

Prof. Mag. Verónica Beatriz Benítez Galeano

## Resumen

Desde el punto de vista académico es importante mencionar que las prácticas de emprendedurismo se han convertido en factores que motivan a los estudiantes a llevar a la práctica actividades que permitan la comprensión de los procesos de innovación y emprendimientos. El objetivo del presente artículo se centra en determinar la importancia de abordar en aula los procesos que permitan a los estudiantes de la Universidad Americana la creación de nuevos negocios. La investigación cuenta con enfoque cualitativo, diseño no experimental de corte transversal y descriptivo, a través de una entrevista aplicada a la directora de la carrera de Comercio Internacional, perteneciente a la Universidad Americana. Los resultados más relevantes fueron; que la institución dentro de la materia de Introducción a la Comercialización cuenta con programas y actividades que permiten a los estudiantes la socialización de la idea de negocios en la expo emprendimientos, destacando una base sólida sobre conocimientos empresariales; se observa que la institución académica realiza talleres y charlas sobre temas de innovación y emprendedurismo, proponiendo un enfoque práctico sujeta a proyectos reales, mentoría y asesoramiento empresarial, finalmente se presenta como resultado del año 2023 la participación de quince emprendedores de los cuales tres de ellos hoy se encuentran operando en el mercado, dando paso a la creación de nuevos negocios. De esta manera se concluye la importancia de abordar la innovación y emprendimiento desde su base teórica como modelo de sostenibilidad, fomentando la resiliencia y el aprendizaje continuo en aula.

**Palabras clave:** Emprendedurismo, innovación, negocios, universidad, estudiantes.

## Línea de Investigación

Técnicas de mercado, economía y comercialización para el Comercio Internacional

## Carrera

Comercio Internacional

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://doi.org/10.54360/rcupap.v5i2.261>

<b>Título</b>	<b>Sustainability perceptions and implementation barriers in emerging economies: evidence from paraguayan MSMEs</b>
<b>Autor</b>	Raúl Marcelo Ferrer-Dávalos, Edgar Antonio Sánchez Báez Diego Daniel Sanabria
<b>Resumen</b>	<p>This study examines sustainability adoption in micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) within Paraguay's emerging economy. Through a survey of 350 companies categorized by size, age, and sector, we investigated how entrepreneurs perceive sustainability's strategic value and implementation barriers. Using stratified random sampling (5.2% error margin, 95% confidence), data was collected via electronic questionnaire in early 2023, with responses analyzed through ANOVA. Results indicate MSMEs recognize sustainability's importance, particularly valuing improved corporate image (4.27/5), customer satisfaction (4.12/5), and competitive advantages (4.03/5). However, significant barriers persist, primarily financing difficulties (3.47/5) and high costs (3.46/5). Barrier perceptions vary by firm characteristics: micro and small businesses struggle most with financial constraints, while commercial sector firms find environmental regulations particularly complex (3.8/5). Mature firms (over 10 years) report significantly higher concern about lacking time for sustainability issues versus younger companies (<math>p &lt; 0.05</math>). Despite acknowledging potential benefits, respondents did not strongly associate sustainable practices with improved organizational performance, revealing a critical gap between conceptual awareness and practical implementation. The study suggests enhanced education and targeted policy initiatives are essential to demonstrate how sustainability tangibly strengthens competitiveness. Addressing sector-specific and size-specific barriers will be crucial for accelerating sustainable management adoption in Paraguay's MSME sector and similar emerging economies.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Sustainability, MSMEs, management, competitiveness estudiantes.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión Administrativa y de Negocios
<b>Carrera</b>	Ingeniería Comercial
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://doi.org/10.34140/bjbv7n4-023">https://doi.org/10.34140/bjbv7n4-023</a>

## Título

**Avoiding Middle-Income Traps: The Prospective Role of a Paraguayan Agency for International Cooperation**

## Autor

Marcelo Echague

## Resumen

La consolidación del Desarrollo Económico como un campo de estudio propio al término de la Segunda Guerra Mundial, junto con la expansión de la cooperación internacional para el desarrollo durante los periodos de descolonización, han resultado en la creación de numerosas organizaciones de asistencia oficial para el desarrollo (AOD) a través de los entonces denominados “países de primer mundo”. Con el tiempo sin embargo, el rápido crecimiento de diversas economías emergentes, sumado al avance de la modalidad de cooperación regional y Sur-Sur -entre otros factores-, han hecho posible (y apropiado) para algunas naciones en desarrollo el establecimiento de sus propias agencias de ayuda internacional. El caso de Paraguay en ese sentido, es de particular interés debido a su sólido contexto macroeconómico que le ha permitido crecer a una tasa promedio del 4% anual en las últimas dos décadas, alcanzando hoy la condición de país de renta media alta según la clasificación del Banco Mundial. En base a ello, no sería sorprendente entonces que los hacedores de política pública en Paraguay terminen discutiendo -más temprano que tarde- sobre la posibilidad de establecer un órgano de AOD que pueda lidiar no solamente con la ayuda extranjera demandada por el país sino también con asistencia que el Paraguay está en posición de ofrecer a otras naciones. Este trabajo de investigación se enfoca entonces en el hecho de poder brindar algunas consideraciones de relevancia, a la luz de experiencias internacionales, sobre las potenciales implicancias y contribuciones que subyacen a la eventual conformación de una agencia paraguaya para la cooperación internacional. Al mismo tiempo, se examina en este estudio la propia factibilidad de dicho establecimiento en base al contexto socioeconómico del país y sus características intrínsecas, a la par de proveer un plan de acción para su exitosa implementación.

**Palabras clave:** Paraguay, Desarrollo Económico, Cooperación Internacional.

## Línea de Investigación

Crecimiento y desarrollo económico

## Carrera

Economía

## Modalidad

Virtual

## Link de la publicación

<https://indianasocialstudies.com/avoiding-middle-income-traps-the-prospective-role-of-a-paraguayan-agency-for-international-cooperation/>

<b>Título</b>	<b>Digitalization Drivers in Paraguayan MSMEs: Influence of Economic Sector, Size, and Company Age</b>
<b>Autor</b>	Ferrer-Dávalos, R. M.
<b>Resumen</b>	<p>This study investigates the digitalization drivers among micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in Paraguay, examining how economic sector, company size, and age influence digital transformation adoption. Through a survey of 350 Paraguayan companies across manufacturing, services, and commerce sectors, the research identifies key digitalization drivers, including owners' knowledge of digital opportunities, management's digital training, resource allocation, and employee preparation. The findings reveal significant disparities in digitalization implementation across different business categories, with service sector companies demonstrating substantially higher digitalization levels compared to commerce and industrial sectors. Similarly, medium-sized enterprises embrace digital technologies more extensively than micro and small businesses, likely due to greater resources and competitive pressures. While company age shows minimal significant differentiation in digital adoption patterns, two factors—awareness of digitalization possibilities and well-trained managers— exhibit statistical significance for younger organizations. Despite generally positive perceptions toward digitalization, high investment costs and limited financial resources present significant barriers for many MSMEs, particularly for smaller businesses that are falling behind in effectively incorporating digitization into their operations. The research concludes that targeted support from government institutions, including improved access to financial products for digital development and enhanced internet infrastructure, is essential for fostering comprehensive digital transformation in Paraguayan MSMEs.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Digitalization, MSMEs, Paraguay, Digital Transformation</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión Administrativa y de Negocios
<b>Carrera</b>	Ingeniería Comercial
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://academicresearchlibrary.com/abstract-detail/1759">https://academicresearchlibrary.com/abstract-detail/1759</a>

## Título

**Sitios patrimoniales del centro histórico de Asunción y sus condiciones para el desarrollo del turismo accesible, año 2024**

## Autor

Fabiola Sánchez Bobadilla  
Analía Fernández, Chiara Nuñez

## Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar los sitios patrimoniales del Centro Histórico de Asunción (CHA), y sus condiciones para el desarrollo del turismo accesible. Esta investigación se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo, tomando para la muestra de estudio 7 (siete) sitios patrimoniales de Centro Histórico por conveniencia. Para la recolección de datos se confeccionó una ficha, basados en el Manual de Buenas Prácticas para el Turismo Accesible en Paraguay de la Secretaria Nacional de Turismo (SENATUR), constituida por cuatro (4) dimensiones de análisis: D1: Accesibilidad aplicada al medio físico; D2: Accesibilidad en la comunicación e información; D3: Actitudes personales y corporativas al viajero y D4: Educación y Capacitación del personal. Los resultados arrojaron un cumplimiento en la Dimensión 1 del 37.62%, la Dimensión 2 de 9.52%, la Dimensión 3 del 100% y la Dimensión 4 con 40%, siendo la D3 de mayor y D2 de menor nivel de cumplimiento. Se comprobó que, existen importantes áreas de mejora, particularmente en la accesibilidad para la comunicación y la información, así como en la capacitación del personal que contribuya con el avance del desarrollo del turismo accesible. Por tanto, se concluye que es necesario la implementación del Manual de Buenas Prácticas para el Turismo Accesible que permita elevar el nivel de cumplimiento de las variables estudiadas y asegurar la accesibilidad efectiva de todas las personas a estos sitios patrimoniales.

**Palabras clave:** Turismo, accesibilidad, patrimonio, cultura, Asunción, Paraguay

## Línea de Investigación

Técnicas de Mercadeo

## Carrera

Gestión de Hotelería y Turismo

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://revista.uca.edu.py/ojs/index.php/uca/article/view/363>

## Título

**Posadas Turísticas del Departamento de Alto Paraná: Análisis de la Utilización de las Plataformas Digitales para la Promoción de sus Servicios e Instalaciones, año 2024**

## Autor

Fabiola Sánchez Bobadilla  
Kathia Magali Ayala-Giménez

## Resumen

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

**Palabras clave:** Plataforma digital; marketing; turismo; Alto Paraná; Paraguay

## Línea de Investigación

Técnicas de Mercadeo

## Carrera

Gestión de Hotelería y Turismo

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

[https://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2409-87522025000300036&lng=en&nrm=iso](https://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522025000300036&lng=en&nrm=iso)

## Título

**Características de las empresas familiares de la ciudad de San Lorenzo del año 2022**

## Autor

Miguel Ardenis Leiva Ojeda  
Andrea María Portillo Gutiérrez  
Daniela Monserrath Patiño Villalba

## Resumen

El estudio consiste en las diferentes características que poseen las empresas familiares, sin importar el sector de la actividad económica a la cual se dedican. El objetivo es conocer las características que presentan las empresas familiares localizadas en la ciudad de San Lorenzo. El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal. El enfoque de investigación es cuantitativo, ya que utiliza la recolección de datos numéricos para analizar los resultados de forma estadística y la descriptiva. La muestra fue seleccionada de manera intencional, compuesta de 16 empresas del sector familiar que se sitúan en la avenida San Pedro en los tramos de Pirizal hasta Israel, delimitando intencionalmente a los participantes. Se aplicó un cuestionario de 9 preguntas cerradas a todas las empresas que voluntariamente participaron. Los resultados representativos muestran que una gran mayoría de las empresas familiares estudiadas se encuentran desarrollando actividad terciarias correspondiente al rubro de comercios y servicios, también se puede apreciar que estas optan por el tipo de sucesión sin testamento con la idea de ser entregada al pariente más próximo (hijo/a, esposo/a, padres, hermano/a) algunas indicaron que aún no tienen pensado a quien transferir. Otra característica marcada de las empresas es que cuentan con un liderazgo muy presente del fundador, ya que, buscan herramientas para resolver los diferentes conflictos que puedan presentarse e invertir en implementar nuevas innovaciones.

**Palabras clave:** Plataforma digital; marketing; turismo; Alto Paraná; Paraguay

## Línea de Investigación

Administración y Gestión Empresarial

## Carrera

Administración de Empresas

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

[https://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2409-87522025000300036&lng=en&nrm=iso](https://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522025000300036&lng=en&nrm=iso)

<b>Título</b>	<b>Percepción de marca en las decisiones de compra de usuarios del sector financiero</b>
<b>Autor</b>	Diana Monserrat Velázquez Rojas Chap Kau Kwan Chung Carlos Rafael Riquelme Benítez Myrna Ruiz Díaz Vega
<b>Resumen</b>	<p>El estudio trata de determinar la percepción de marca y decisiones de compra en usuarios del sector financiero en Paraguay. Se trabajó con un enfoque cuantitativo, no experimental, transeccional y descriptivo. La población consistió en 4.582.427 residentes en el Paraguay con una muestra de 385 participantes. La tasa de respuesta consistió en 91% (350). Se empleó la encuesta mediante un cuestionario compuesto por 4 variables (Sociodemográfica, Uso, Percepción de la marca y Decisión de compra, 6 dimensiones y 27 ítems realizada por conveniencia en 2025. Entre los resultados más relevantes se cuenta que un 98% opera con más de una entidad financiera (Bancos [61%], financieras [19,5%] y cooperativas [19,4%]), cuenta con tarjetas de crédito (98%) y cuentas de ahorro/cuentas corrientes en guaraníes (90%). Se concluye que la mayoría de los usuarios en Paraguay tienen productos tradicionales como tarjetas de crédito y cuentas bancarias.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Sector financiero, marca, comportamiento de compra, Paraguay, decisiones de compra, instrumentos financieros</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/1318">https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/1318</a>

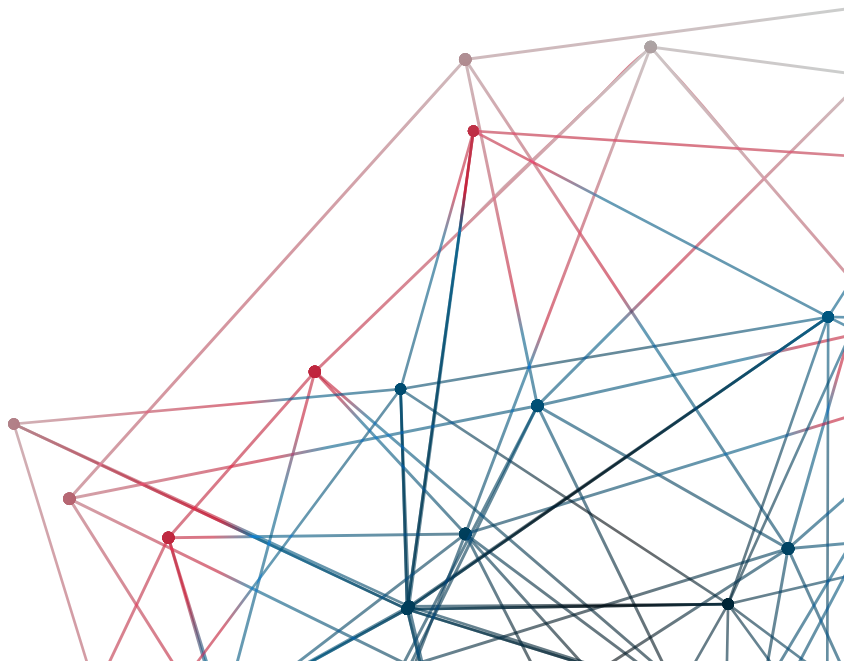
<b>Título</b>	<b>Percepción de la congestión del tráfico vehicular y su influencia en el rendimiento y bienestar de los estudiantes universitarios de una universidad privada en la ciudad de Asunción, Paraguay, 2024</b>
<b>Autor</b>	Ronald Adolfo Paniagua-Alvarez (ADM) Carlos Rafael Riquelme Benitez
<b>Resumen</b>	<p>La congestión del tráfico vehicular representa una problemática creciente en Paraguay, con efectos negativos en la sociedad y la calidad de vida de las personas. La presente investigación se centra en analizar la percepción de los estudiantes de una universidad privada sobre la congestión del tráfico vehicular y su influencia en el rendimiento y bienestar académico en el año 2024. Con relación a la metodología, se ha optado por el enfoque mixto complementado por el alcance descriptivo no experimental y corte transversal. Se ha seleccionado una muestra por conveniencia que se compone de 63 estudiantes, a quienes se ha administrado una encuesta anónima como instrumento de recolección de datos. Los resultados indican que los estudiantes se encuentran muy expuestos a la congestión del tráfico vehicular debido a la asistencia diaria a la universidad y la utilización de automóviles y transporte público. Por otro lado, se identificó que la congestión del tráfico vehicular afecta moderadamente el rendimiento académico de los estudiantes. Finalmente, a partir de la percepción estudiantil, se concluye que una mayor inversión en infraestructura vial y el mejoramiento del sistema de transporte público son factores clave para mejorar el desplazamiento urbano, no solo en la ciudad de Asunción, sino también en otras ciudades del país</p> <p><b>Palabras clave:</b> Tráfico vehicular; rendimiento; estrés</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2409-87522025000100054&amp;lng=es&amp;nrm=iso&amp;tlng=es">https://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2409-87522025000100054&amp;lng=es&amp;nrm=iso&amp;tlng=es</a>

<b>Título</b>	<b>Reducción de costos mediante la implementación del control de inventarios en el rubro gastronómico en Asunción-Paraguay, 2024</b>
<b>Autor</b>	Chap Kau Kwan Chung Chu Rong Wu Huang Carlos Rafael Riquelme Benítez Miguel Ángel Alegre Brítez
<b>Resumen</b>	<p>El estudio tiene como objetivo determinar la reducción de costos mediante la implementación del control de inventarios en el rubro gastronómico en Asunción-Paraguay, 2024. Se utilizó un enfoque cualitativo, no experimental, transversal, exploratorio y descriptivo. Se entrevistó a 13 participantes de locales gastronómicos en la ciudad de Asunción, Paraguay. Los criterios de inclusión fueron: encargados o dueños de los establecimientos de comida localizadas en la capital y participación voluntaria. Se empleó una guía de 10 preguntas abiertas bajo 4 categorías (Factores de composición del inventario, Factores de proceso de gestión, Factores económicos y Factores del tiempo de implementación) por juicio en el 2024. Los resultados más significativos fueron: Se ha estimado un promedio de 15 a 30 millones de inventario mensual en las localidades entrevistadas. En cuanto al registro de las entradas y salidas de productos, 5 de las empresas hacen un control manual en planillas físicas y 8 usando las TIC. Los mayores desafíos al intentar controlar los costos relacionados con el inventario fueron: desperdicio de productos perecederos, especialmente la carne, la falta de tiempo para hacer inventarios frecuentes y la falta de un sistema que facilite la gestión diaria. Finalmente, la implementación de un sistema de control de inventarios es un aspecto crucial para cualquier negocio que busque optimizar su eficiencia operativa. Se concluye que el sector gastronómico en Asunción enfrenta desafíos en la gestión de inventarios y costos, pero la adopción de tecnología, capacitación y prácticas sostenibles como la gastronomía circular mejora la eficiencia operativa y competitividad</p> <p><b>Palabras clave:</b> Reducción de costos, control de inventarios, contabilidad, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://revistas.uni.edu.py/index.php/rseisa/es/article/view/670">https://revistas.uni.edu.py/index.php/rseisa/es/article/view/670</a>


<b>Título</b>	<b>Estimation of Economic Informality in Paraguay with the Tanzi-Feige Index. Analysis Period March 2020 to November 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Roger Armoa
<b>Docente Asesor</b>	Marcelo Echague
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio estima un índice mensual de informalidad económica para Paraguay mediante el marco de moneda en la sombra (Tanzi-Feige). Especificamos una función de demanda de efectivo log-lineal que incorpora la tasa de interés real, el nivel de precios (IPC), la actividad económica (PIB) y la presión fiscal. Las series se transforman (logaritmos y primeras diferencias cuando corresponde) con base en pruebas ADF/KPSS; además, se controlan estacionalidad y valores atípicos para favorecer una inferencia robusta. El componente no explicado del modelo se interpreta como proxy monetario de la informalidad y se normaliza para construir el índice. A diferencia de razones contables simples (p. ej., efectivo/M2), el enfoque ajusta por ingresos, precios y costo de oportunidad del efectivo, aislando desviaciones atribuibles a la economía sumergida.</p> <p>Como extensión, se evaluó la inclusión del crédito de cooperativas (CAC) para capturar canales paralelos al sistema bancario formal; no se detectó multicolinealidad severa con la presión fiscal (más bien, correlación moderada), pero se excluyó de la especificación principal debido a colas pesadas y heterocedasticidad. Los resultados entregan un índice parsimonioso y estable en ejercicios de sensibilidad (especificaciones alternativas y validaciones de diagnóstico), y se discuten implicancias de política pública para el diseño tributario y la trazabilidad de pagos, junto con limitaciones y líneas de investigación futura.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Informalidad económica, modelo de moneda en la sombra, Tanzi-Feige, demanda de efectivo, economía subterránea, estimación econométrica, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Política económica, macroeconomía y finanzas
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://mpra.ub.uni-muenchen.de/126167/1/MPRA_paper_126167.pdf">https://mpra.ub.uni-muenchen.de/126167/1/MPRA_paper_126167.pdf</a>

# Categoría N ° 2: Participación en Congresos o Seminarios

---




<b>Título</b>	<b>¿Estamos realmente preparados? Desafíos de implementar la inteligencia artificial en empresas paraguayas</b>
<b>Autor</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Nombre del congreso</b>	Webinario Internacional: El Oráculo de Silicio: Inteligencia Artificial y el Porvenir del Conocimiento
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	 <p>CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN      Cursó que:  <b>Silvio Eduardo Becker</b>      Ha participado como disertante presentado al tema:  <b>¿Estamos realmente preparados?</b>      en el Webinar Internacional  <b>El Oráculo de Silicio: Inteligencia Artificial y el Porvenir del Conocimiento</b>      Dado permiso para divulgar sobre la IA y el futuro del conocimiento.      27 al 31 de octubre de 2025      Prof. Dr. Sergio Castellanos, ZUCAD Co. Director de Investigación y Estudios      Dra. E. Margarita de Mesa, ZUCAD Co. Directora General, Programa Científico</p>
<b>Resumen</b>	<p>Se analizó la preparación de las empresas paraguayas para la implementación de la Inteligencia Artificial (IA), considerando algunos factores como la formación universitaria, la inversión tecnológica, la cultura organizacional y la infraestructura digital del país. Se destaca en la literatura y también en la práctica docente que, aunque los estudiantes universitarios adquieren habilidades digitales de manera autodidacta, aún presentan dificultades para utilizar herramientas de IA crítica y estratégicamente, lo que exige una mayor incorporación de la ética y estas tecnologías en el currículo. Por su parte, las empresas, en especial las MiPymes, reconocen los beneficios de la digitalización, pero enfrentan desafíos para transformar sus procesos y medir adecuadamente el retorno de la inversión tecnológica. Por su parte, la cultura organizacional influye en la adopción de la IA, siendo necesarios procesos de cambio bien gestionados y capacitación del personal. Si bien Paraguay ha avanzado en infraestructura digital y se encuentra en el camino correcto, todavía existen brechas que limitan una adopción eficaz de la IA.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Transformación digital, inteligencia artificial, formación.</p>
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Tendencias Culturales y de Consumo: Comportamiento del consumidor paraguayo. "Hecho en Paraguay, pero ¿es preferido por los consumidores paraguayos?"</b>
<b>Autor</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Nombre del congreso</b>	Semana de la Cultura y los Negocio
<b>Lugar</b>	Pereira, Colombia
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>Desde abril hasta principios de julio de 2022, 486 consumidores paraguayos, en su mayoría de clase media y alta, compartieron sus opiniones sobre las preferencias de consumo de productos importados frente a los nacionales. Este breve informe destaca los resultados de tres áreas de exploración: etnocentrismo, animosidad y xenocentrismo del consumidor. En resumen, los consumidores paraguayos son relativamente abiertos a los productos fabricados en el extranjero, menos que los brasileños, pero más que los peruanos. Los consumidores paraguayos no son excesivamente hostiles hacia los productos fabricados en Argentina, Brasil, China o Estados Unidos. Sin embargo, si se compara relativamente, los productos de China y EE. UU. suscitan menos animosidad entre los consumidores paraguayos que los productos de Argentina o Brasil. Además, los consumidores paraguayos pueden “reducir” el valor de los productos de origen local (xenocentrismo del consumidor) frente a los productos extranjeros debido a la creencia de que los productos producidos en Paraguay son inferiores.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Etnocentrismo del consumidor, Xenocentrismo del consumidor, Preferencias por productos importados</p>
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Socioeconomic impact of the Tópa Ñembyahyi Project, in the town of Yaguarón, Paraguay during the period from 2019 to 2023</b>
<b>Autor</b>	María Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Lugar</b>	San Carlos - Costa Rica
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>Esta investigación tiene como objetivo general evaluar el impacto socioeconómico del proyecto Topa Nembyahyi en términos de seguridad alimentaria, agricultura sostenible y calidad de vida, en línea con los ODS #2, #4 y #17. Para ello, se utilizó un enfoque mixto de metodologías cuantitativas y cualitativas, incluyendo revisión bibliográfica, entrevistas y análisis de datos secundarios, lo que permitió a los investigadores identificar acciones implementadas, evaluar su alcance y determinar los desafíos aún existentes. Los resultados destacaron un aumento en los ingresos de los agricultores a través de ferias agrícolas, la provisión de insumos y formación técnica. Más de 1.000 estudiantes participaron en actividades de desarrollo de capacidades, desarrollando habilidades en agricultura sostenible, mientras mejoraban la productividad de las explotaciones familiares y promovían la conservación medioambiental. Sin embargo, varios desafíos pendientes, como el escepticismo inicial y la resistencia de las familias, el acceso limitado a granjas remotas y la necesidad de apoyo continuo, obstaculizan parcialmente la eficacia del proyecto en cuestión. A pesar de lo segundo, se ha concluido que las alianzas multisectoriales se consideraron fundamentales para el éxito global del proyecto, promoviendo así un modelo replicable en otros distritos, áreas y regiones. El proyecto Tópa Ñembyahyi ha demostrado ser una estrategia eficaz para combatir el hambre y la desnutrición, al tiempo que mejora la sostenibilidad agrícola y mejora la calidad de vida en las comunidades rurales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Agricultura sostenible, Desarrollo rural, Seguridad alimentaria, Preferencias por productos importados</p>
<b>Carrera</b>	Administración Pública
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Gestión Sostenible de Empresas Públicas del Paraguay, comprometidas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</b>
<b>Autor</b>	Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez, PHD Dra. Chap Kau Chung y Mg. Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Lugar</b>	Concepción, Chile
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El estudio busca analizar los proyectos de sostenibilidad desarrollados por las dos entidades públicas del estado paraguayo signatario del Pacto Global Py, AFD e ITAIPÚ Binacional. Se empleó una metodología cualitativa y descriptiva, y se realizó un análisis transversal de los informes de sostenibilidad de los años 2022 y 2023. Los criterios de inclusión fueron organismos del sector público para los cuales los informes estaban disponibles de forma gratuita y en formato digital. Los proyectos fueron observados cuidadosamente con la ayuda de una lista de verificación tridimensional (económica, social y ambiental). Los hallazgos demuestran que las dos empresas han implementado actividades congruentes con los 17 ODS, y cumplen plenamente en estos sectores (100%). Económicamente, se trata de inclusión financiera, igualdad de género y agricultura sostenible. A nivel social, se mantuvieron bajo control las políticas de salud y seguridad, los programas de formación solidaria y el fomento de la educación ambiental. En el eje ambiental, se fomentaron la reforestación, el saneamiento y la atenuación del cambio climático. Se pudo concluir que ambas instituciones implementan prácticas que indican una visión estratégica de sostenibilidad, lo cual tiene un impacto positivo en la comunidad local y el medio ambiente.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Pacto global, Sector público, Sostenibilidad, Responsabilidad social empresarial, Paraguay</p>
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Webinario Internacional – El Oráculo de Silicio: Inteligencia Artificial y el Porvenir del Conocimiento</b>
<b>Autor</b>	Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez PHD Dr. Walter Daniel Ovelar
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	 
<b>Resumen</b>	<p>La IA ha surgido como una herramienta transformadora en contabilidad, brindando un nivel ético, transparente y sostenible sin precedentes. En este sentido, se menciona cómo la IA está revolucionando la contabilidad a través de varios aspectos críticos: de transparencia y trazabilidad de las transacciones, la aplicación de los criterios ambientales, sociales y de gobernanza y el cumplimiento ético y regulatorio, posicionando al Contador como el árbitro de la integridad digital. Sobre esto último, se debate cómo las tecnologías relacionadas con la IA, como el aprendizaje profundo, el procesamiento del lenguaje natural y el blockchain, permiten la formación de una contabilidad inmutable a su vez que mejora las habilidades de la auditoría. Asimismo, la IA se utiliza para recopilar y analizar datos no financieros vitales para una contabilidad sostenible. Se concluye que el papel de contador ya no existe por sí mismo, ya que este profesional se ha convertido en un “arquitecto ético” de la IA. El contador tiene la obligación de supervisar los algoritmos, garantizar la privacidad de los datos y contextualizar los resultados de las máquinas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> IA, contabilidad, sostenibilidad, transparencia, ética profesional</p>
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Integración de la inteligencia artificial en el plan de estudios de contabilidad</b>
<b>Autor</b>	PHD Dr. Walter Daniel Ovelar Fernández, Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Nombre del congreso</b>	XXXVI Conferencia Académica Permanente de Investigación Contable (CAPIC).
<b>Lugar</b>	Rosario, Argentina
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El estudio busca analizar los proyectos de sostenibilidad desarrollados por las dos entidades públicas del estado paraguayo signatario del Pacto Global Py, AFD e ITAIPÚ Binacional. Se empleó una metodología cualitativa y descriptiva, y se realizó un análisis transversal de los informes de sostenibilidad de los años 2022 y 2023. Los criterios de inclusión fueron organismos del sector público para los cuales los informes estaban disponibles de forma gratuita y en formato digital. Los proyectos fueron observados cuidadosamente con la ayuda de una lista de verificación tridimensional (económica, social y ambiental). Los hallazgos demuestran que las dos empresas han implementado actividades congruentes con los 17 ODS, y cumplen plenamente en estos sectores (100%). Económicamente, se trata de inclusión financiera, igualdad de género y agricultura sostenible. A nivel social, se mantuvieron bajo control las políticas de salud y seguridad, los programas de formación solidaria y el fomento de la educación ambiental. En el eje ambiental, se fomentaron la reforestación, el saneamiento y la atenuación del cambio climático. Se pudo concluir que ambas instituciones implementan prácticas que indican una visión estratégica de sostenibilidad, lo cual tiene un impacto positivo en la comunidad local y el medio ambiente.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Pacto global, Sector público, Sostenibilidad, Responsabilidad social empresarial, Paraguay Preferencias por productos importados</p>
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial

## Título

Integration of artificial intelligence into the accounting studies program

## Autor

PHD Dr. Walter Daniel Ovelar Fernández, Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez

## Lugar

Encarnación, Paraguay

## Registro



## Resumen

Este artículo científico propone incorporar una asignatura específica sobre inteligencia artificial en los planes de estudio de la carrera de Contabilidad a nivel de grado en las universidades del Paraguay. En un contexto marcado por la acelerada transformación digital y la automatización creciente de procesos contables, de auditoría y control interno, se plantea la necesidad de formar futuros profesionales capaces de integrar tecnologías emergentes en su ejercicio profesional. La propuesta contempla una fundamentación teórica sólida, acompañada de objetivos formativos, metodologías activas, estrategias de evaluación, un programa de estudios estructurado y casos prácticos orientados al desarrollo de competencias técnico-contables. La asignatura se diseña con un enfoque interdisciplinario, teórico-práctico y ético, alineado con los desafíos que impone la economía digital al perfil del contador público contemporáneo. Este estudio se enmarca en el área temática de Educación Contable.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial, educación superior, contabilidad, auditoría, transformación digital.


## Carrera

Contaduría Pública


## Modalidad

Presencial

<b>Título</b>	<b>Seminario de Iniciación Científica Universidad Americana. La implementación de la banca web y su transformación en el ámbito contable: ventajas y desafíos</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Sarai Boss Delvalle, María Belén Cardozo Colarte, Kiara Nakely Orquiola Martinez, Heidi Faviola Zelaya González, Andrea Carolina Piñáñez Saldivar
<b>Docente Asesor</b>	CPN Álvaro Gabriel Benítez Quiñonez, Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	 
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio se inscribe en la Línea de Investigación N.º 2, Contabilidad General, Financiera y de Gestión, orientándose a la adquisición de nuevos conocimientos sobre la transformación digital en la contabilidad. Este proceso impulsa el análisis y la comprensión crítica de las ventajas y riesgos derivados de la implementación de la banca en línea y las plataformas web en los procesos contables. Al mismo tiempo, evidencia la necesidad de fortalecer la formación continua en el uso de sistemas digitalizados aplicados a la contabilidad, con el fin de preparar profesionales competentes, adaptables y capaces de responder a los desafíos de la digitalización financiera.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Transformación digital, banca en línea, digitalización financiera.</p>
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial



<b>Título</b>	<b>Análisis Financiero comparativo de CHACOMER S.A.E. y COMFAR S.A.E.C.A (Ejercicios 2022, 2023 y 2024)</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Sarai Boss Delvalle, Maria Belén Cardozo Colarte, Kiara Nakely Orquiola Martínez y María Raquel Ibarra.
<b>Docente Asesor</b>	PHD Dr. Walter Daniel Ovelar Fernandez
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	 <p>The image shows a 'CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN' (Certificate of Participation) from the Universidad Americana. The certificate is issued to Sarai Boss Delvalle, Maria Belén Cardozo Colarte, Kiara Nakely Orquiola Martínez, and María Raquel Ibarra for their participation in the 'Simposio de Investigación Científica de la Universidad Americana' held on May 20 and 21, 2024, in Asunción, Paraguay. The certificate is signed by Dr. Néstor Calabrera Campos, Director. To the right of the certificate is a group photograph of the four authors standing in front of a banner for the 'Simposio de Investigación Científica de la Universidad Americana'.</p>
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio investigativo analiza comparativamente el estado financiero de dos empresas paraguayas: CHACOMER S.A.E. (sector industrial-comercial) y COMFAR S.A.E.C.A. (sector farmacéutico), durante los ejercicios 2022-2024. Se aplicó un enfoque mixto descriptivo-analítico mediante análisis vertical, horizontal y ratios financieros de liquidez, rentabilidad, endeudamiento y eficiencia. Entre los principales hallazgos podemos inferir que ambas empresas presentan limitaciones en liquidez y endeudamiento significativo, pero con diferencias notorias: CHACOMER muestra debilidad estructural y reducción en capacidad de pago a corto plazo, sin embargo, la empresa COMFAR demuestra rentabilidad sostenida y mayor solidez relativa, aunque con desafíos de liquidez. Se concluye que COMFAR mantiene un perfil más equilibrado y competitivo</p> <p><b>Palabras clave:</b> Estados financieros, rentabilidad, liquidez.</p>
<b>Carrera</b>	Contaduría Publica
<b>Modalidad</b>	Presencial


<b>Título</b>	<b>La alquimia de la innovación entre humanos y robots</b>
<b>Autor</b>	Chap Kau Kwan Chung
<b>Nombre del congreso</b>	Webinario Internacional: El Oráculo de Silicio: Inteligencia Artificial y el Porvenir del Conocimiento
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	 
<b>Resumen</b>	<p>La presente reflexión aborda la creciente colaboración entre humanos y robots como una alianza transformadora que redefine los límites de la innovación. Esta sinergia, impulsada por los avances en Robótica e Inteligencia Artificial, se ha expandido a diversos sectores como la medicina, la educación, la gastronomía, el turismo y el hogar, generando nuevas formas de optimización, personalización y eficiencia. A través del análisis interdisciplinario, se evidencia cómo estas tecnologías están asumiendo tareas antes reservadas exclusivamente a los humanos, desde intervenciones quirúrgicas hasta la atención al cliente o el acompañamiento educativo. Si bien los beneficios son notables —mayor precisión, ahorro de tiempo, inclusión y autonomía—, también surgen dilemas éticos y sociales relevantes: ¿Estamos reemplazando lo humano por lo funcional? ¿Puede la tecnología simular vínculos afectivos o suplir el juicio moral? La coexistencia con robots plantea interrogantes sobre la autenticidad, la empatía y el valor del contacto humano, especialmente en contextos emocionales o de cuidado. A pesar de su potencial, existen aún áreas donde la robótica no puede reemplazar la sensibilidad y complejidad del ser humano. La reflexión invita a concebir a los robots no como sustitutos, sino como aliados capaces de potenciar nuestras capacidades. En definitiva, el desafío consiste en construir un modelo equilibrado donde la innovación tecnológica y la dimensión humana coexistan armónicamente en favor del bienestar común.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Fusión, inteligencia artificial, innovación, disciplina, robot.</p>
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Gestión Sostenible de Empresas Públicas del Paraguay, comprometidas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</b>
<b>Autor</b>	María Raquel Ibarra (CONTA), Chap Kau Kwan Chung (ADM) Carlos Rafael Riquelme Benítez (ADM)
<b>Nombre del congreso</b>	VII Congreso Latinoamericano de Docentes e Investigadores en Responsabilidad Social CLADIRS
<b>Lugar</b>	Concepción, Chile
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El estudio busca analizar los proyectos de sostenibilidad desarrollados por las dos entidades públicas del estado paraguayo signatario del Pacto Global Py, AFD e ITAIPÚ Binacional. Se empleó una metodología cualitativa y descriptiva, y se realizó un análisis transversal de los informes de sostenibilidad de los años 2022 y 2023. Los criterios de inclusión fueron organismos del sector público para los cuales los informes estaban disponibles de forma gratuita y en formato digital. Los proyectos fueron observados cuidadosamente con la ayuda de una lista de verificación tridimensional (económica, social y ambiental). Los hallazgos demuestran que las dos empresas han implementado actividades congruentes con los 17 ODS, y cumplen plenamente en estos sectores (100%). Económicamente, se trata de inclusión financiera, igualdad de género y agricultura sostenible. A nivel social, se mantuvieron bajo control las políticas de salud y seguridad, los programas de formación solidaria y el fomento de la educación ambiental. En el eje ambiental, se fomentaron la reforestación, el saneamiento y la atenuación del cambio climático. Se pudo concluir que ambas instituciones implementan prácticas que indican una visión estratégica de sostenibilidad, lo cual tiene un impacto positivo en la comunidad local y el medio ambiente.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Pacto global, Sector público, Sostenibilidad, Responsabilidad social empresarial, Paraguay</p>
<b>Carrera</b>	Administración de empresas – Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Virtual



<b>Título</b>	<b>Socioeconomic impact of the Tópa Ñembyahyi Project, in the town of Yaguarón, Paraguay during the period from 2019 to 2023</b>
<b>Autor</b>	María Raquel Ibarra (CON) Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Nombre del congreso</b>	The 2025 International Conference on Management, Tourism and Technologies
<b>Lugar</b>	San Carlos, Costa Rica
<b>Resumen</b>	<p>This research has the general objective of evaluating the socioeconomic impact of the Topa Nembyahyi project in terms of food security, sustainable agriculture and quality of life, in alignment with SDGs #2, #4 and #17. To do so, a mixed approach of quantitative and qualitative methodologies were used by including literature review, interviews and analysis of secondary data, which allowed the researchers to identify implemented actions, evaluate their scope and determine the still existing challenges. The results highlighted an increase in farmers' income through agricultural fairs, the provision of inputs and technical training. More than 1,000 students participated in capacity-building activities, developing skills in sustainable agriculture, while improving the productivity of family farms and promoting environmental conservation. A number of remaining challenges however, such as initial skepticism and resistance from families, limited access to remote farms, as well as the need for ongoing support, all partially hinder the effectiveness of the project at hand. Despite the latter, it has been concluded that multisectoral alliances were deemed fundamental to the overall success of the project, hence promoting a replicable model in other districts, areas and regions. The Tópa Ñembyahyi project has then proven to be an effective strategy to combat hunger and malnutrition, while improving agricultural sustainability and raise the quality of life in rural communities.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Sustainable Agriculture, Rural Development, Food Security</p>
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	Avances de Paraguay hacia el logro de los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030
<b>Autor</b>	Walter Daniel Ovelar Fernández
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	 <p>The image shows a certificate from the 'X Encuentro de Investigadores' organized by the 'Sociedad Científica del Paraguay'. It certifies that Walter Daniel Ovelar Fernández presented a work titled 'Avances de Paraguay hacia el logro de los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030' at a workshop held from November 4 to 7, 2023, in Asunción, Paraguay. The certificate is signed by the Secretary, Dr. Néstor González, and the President, Dr. Héctor Esteban Campes.</p>
<b>Resumen</b>	<p>Se evaluó el avance de 54 indicadores hacia su logro en el año 2030. Tan solo indicadores 8 de los 54 proyectados tienen posibilidades de cumplir con sus objetivos trazados. Se utilizó el modelo econométrico de Holters-Winter para realizar las proyecciones. Esto implica que el Paraguay debe aumentar su empeño en lograr que los demás indicadores logren sus objetivos.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Holter-Winter, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Paraguay</p>
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial



<b>Título</b>	<b>Avances de Paraguay hacia el logro de los objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030</b>
<b>Autor</b>	Walter Daniel Ovelar Fernández
<b>Nombre del congreso</b>	SRRNet's 23rd International Conference on Corporate Social Responsibility and Sustainability
<b>Lugar</b>	Covilha, Portugal
<b>Registro</b>	 
<b>Resumen</b>	<p>Se pretendió identificar cual es la percepción de partes interesadas en el cumplimiento de las regulaciones obligatorias y voluntarias del gobierno corporativo en el sistema bancario del Paraguay. Se utilizó como herramienta estadística el test de Krustall Wallis y se determinó que algunas variables eran percibidas mejor que otras.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Banks, Corporate Governance, Stakeholders.</p>
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial


<b>Título</b>	<b>Participación de las MIPYMES en el Mercado de la Alimentación Escolar: Analizando el efecto “Hambre Cero” en Paraguay</b>
<b>Autor</b>	Marcelo Echague y Jose Rojas
<b>Nombre del congreso</b>	Premio Nacional de la Competencia 2025 (4ta Edición), organizado por la Comisión Nacional de la Competencia (CONACOM)
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El presente ensayo obtuvo el 7mo. lugar en el marco del Premio Nacional de la Competencia 2025 (4ta Edición), y tiene como propósito describir las barreras normativas que generan la restricción a la competencia, en este caso afectando a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) prestadoras de servicios de Alimentación Escolar en Paraguay. Para ello, se analiza el nuevo marco normativo que regula la prestación del servicio de Alimentación Escolar en el país, concretamente la Ley 7264/2024 “Que crea el Fondo Nacional de Alimentación Escolar...”, su decreto Reglamentario N° 1584/2024 y las resoluciones del Consejo Nacional de Alimentación Escolar (CONAE) que establecen los lineamientos técnicos, administrativos y operativos para la ejecución del Programa de Alimentación Escolar (N° 01/2024, 053/2024 y 054/2024).</p> <p><b>Palabras clave:</b> MIPYMES, Programa Hambre Cero, Paraguay</p>
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Barreras a la Competencia en el Sistema de Subsidios al Transporte Público: Un Análisis de los Efectos Anticompetitivos en el Decreto 710/23</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Edgar Gonzalez Lucero Vázquez
<b>Docente Asesor</b>	Marcelo Echague
<b>Nombre del congreso</b>	Premio Nacional de la Competencia 2025 (4ta Edición), organizado por la Comisión Nacional de la Competencia (CONACOM)
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El presente ensayo obtuvo el 2do. lugar en el marco del Premio Nacional de la Competencia 2025 (4ta Edición), y analiza las barreras a la competencia generadas por el sistema de subsidios al transporte público establecido por el Decreto 710/2023 en Paraguay. A través de un enfoque multidisciplinario que combina derecho de la competencia, economía industrial y análisis de políticas públicas, se examina como los mecanismos de subsidio crear distorsiones competitivas que afectan tanto la eficiencia económica como el bienestar social. La investigación identifica cinco categorías principales de barreras: estructurales, normativas, tecnológicas, financieras y operacionales, evaluando sus implicancias para la dinámica competitiva del sector y proponiendo alternativas regulatorias que equilibren los objetivos sociales de subsidio con la preservación de condiciones competitivas saludables.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Barreras a la competencia, subsidios al transporte, regulación económica, derecho antimonopolio, políticas públicas, Paraguay</p>
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Participación de las MIPYMES Programas de Alimentación Escolar en Paraguay. Estudio 2018-2024</b>
<b>Autor</b>	Marcelo Echague y Jose Rojas
<b>Nombre del congreso</b>	X Encuentro de Investigadores 2025, organizado por la Sociedad Científica del Paraguay
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	 
<b>Resumen</b>	<p>El presente trabajo ha sido presentado en el marco del X Encuentro de Investigadores 2025, organizado por la Sociedad Científica del Paraguay, bajo la categoría “Ciencias Sociales y Humanidades – Modalidad Oral”.</p> <p><b>Palabras clave:</b> MIPYMES, Programa de Alimentación Escolar, Paraguay</p>
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Climate Change and its Effects on Agricultural Production Models in Paraguay: Innovative Strategies and Policies for a Sustainable Development</b>
<b>Autor</b>	Marcelo Echague
<b>Nombre del congreso</b>	V Jakarta Economic Sustainability International
<b>Lugar</b>	Jakarta, Indonesia
<b>Registro</b>	 
<b>Resumen</b>	<p>La presente ponencia se alinea con la línea de investigación denominada Economía Verde, y fue invitada a ser presentada de forma virtual como parte de la sesión plenaria en el marco del V Jakarta Economic Sustainability International Conference (JESICA) 2025, organizado por la Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (Indonesia).</p> <p><b>Palabras clave:</b> Cambio climático, desarrollo sostenible, Paraguay</p>
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Considerations for a Sustainable Development in Paraguay</b>
<b>Autor</b>	Marcelo Echague
<b>Nombre del congreso</b>	ASECTU Forum 2025, organizado por la Association des Economistes Tunisiens
<b>Lugar</b>	Hammamet, Tunez
<b>Registro</b>	 
<b>Resumen</b>	<p>Background: In the last several decades, Paraguay has experienced a remarkable degree of economic and political stability that has enabled the country to achieve important levels of growth and development in several fields. This indeed is not negligible in the context of a traditionally unstable Latin American region, but also because Paraguay itself has rarely benefitted from such a long period of soundness across its more than 200 years of independent—yet convulsive—history. Objective: As expected, this situation provides a more than valuable opportunity for the country to ensure that such economic growth and concomitant development are not temporary but can be sustainable in time, hence continuously improving the welfare of the Paraguayan population without jeopardizing its environment and intrinsic (natural) resources. Method: Any opportunity then brings about several aspects and challenges that policymakers will have to consider and eventually address in order to effectively materialize such a chance for real and long-lasting development. Results: This study intends to share relevant thoughts and considerations about the current state of the Paraguayan development process, while attempting to identify some crucial policy actions that can maximize the probabilities of successful development for this country or, to put it differently, to reduce the risk of falling into a middle-income trap that perpetuates the characteristically Latin American vicious circle of poverty and inequality.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Socioeconomic Development, Paraguay, Policymaking, Long-Term Growth, Sustainability</p>
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Cambio Climático y sus Efectos en los Modelos Productivos Agropecuarios del Paraguay: Estrategias y Políticas Innovadoras para un Desarrollo Sostenible</b>
<b>Autor</b>	Marcelo Echague, Edgar Gonzalez, Carlos Montiel
<b>Nombre del congreso</b>	II Congreso Internacional de Negocios, Gestión y Sostenibilidad: Integrando Academia, Empresas y Gobiernos de América Latina 2025, organizado por la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano
<b>Lugar</b>	Bogotá, Colombia
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p><b>OBJETIVO:</b> Identificar acciones y proponer estrategias que ayuden a la adaptación y mitigación de los efectos del cambio climático para fortalecer los sistemas productivos agropecuarios del Paraguay en aras de su desarrollo sostenible. <b>MÉTODOS Y MATERIALES:</b> Se utiliza un enfoque cualitativo con alcance descriptivo-explicativo, basado en literatura relevante, registros históricos y proyecciones, a fin de comprender cómo las variaciones climáticas afectan aspectos críticos de la agricultura y seguridad alimentaria. Además, se realiza un análisis del Chaco Paraguayo con ejemplos de prácticas de adaptación y mitigación por parte de los productores. Asimismo, se incluye un análisis crítico de las políticas públicas actuales relacionadas con la adaptación al cambio climático y enfoques de agricultura y ganadería sostenible en Paraguay.</p> <p><b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN:</b> El análisis confirma un aumento promedio de la temperatura en 1.5°C para el Paraguay desde 1960, además de variaciones pluviométricas extremas, lo cual influye en el desempeño del sector agropecuario. Simulaciones climáticas prevén un aumento de hasta 4.8°C en el Chaco para fines del siglo XXI, intensificándose las sequías y precipitaciones extremas, ante lo cual se sugieren políticas de adaptación y mitigación que puedan reducir hasta en un 50% las pérdidas económicas previstas. En ese sentido, y a pesar de no ser sencilla su implementación efectiva, la agricultura y ganadería regenerativa (R2A) constituye una estrategia de producción sostenible que ayuda a capturar dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), reduciendo asimismo las emisiones de óxido nitroso (N<sub>2</sub>O) y gas metano (CH<sub>4</sub>).</p> <p><b>CONCLUSIONES:</b> El cambio climático representa un desafío mayúsculo para países como el Paraguay, cuya producción está íntimamente relacionada al sector agropecuario. La R2A se erige entonces como una alternativa prometedora para su mitigación y adaptación, aunque con restricciones no menores en materia de incentivos económicos, acceso a tecnología, coordinación público-privada y educación ambiental para asegurar el futuro sostenible del país.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Cambio climático, modelos productivos agropecuarios, Paraguay</p>
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Virtual

**Título**

**El abordaje del emprendedurismo y la creación de nuevos negocios, en aula de la universidad americana.**

**Autor**

Prof. Mag. Verónica Beatriz Benítez Galeano

**Nombre del congreso**

VII Congreso en Ciencia, Cultura y Sociedad"de la Universidad Católica-Campus Itapúa

**Resumen**

Desde el punto de vista académico es importante mencionar que las prácticas de emprendedurismo se han convertido en factores que motivan a los estudiantes a llevar a la práctica actividades que permitan la comprensión de los procesos de innovación y emprendimientos. El objetivo del presente artículo se centra en determinar la importancia de abordar en aula los procesos que permitan a los estudiantes de la Universidad Americana la creación de nuevos negocios. La investigación cuenta con enfoque cualitativo, diseño no experimental de corte transversal y descriptivo, a través de una entrevista aplicada a la directora de la carrera de Comercio Internacional, perteneciente a la Universidad Americana. Los resultados más relevantes fueron; que la institución dentro de la materia de Introducción a la Comercialización cuenta con programas y actividades que permiten a los estudiantes la socialización de la idea de negocios en la expo emprendimientos, destacando una base sólida sobre conocimientos empresariales; se observa que la institución académica realiza talleres y charlas sobre temas de innovación y emprendedurismo, proponiendo un enfoque práctico sujeta a proyectos reales, mentoría y asesoramiento empresarial, finalmente se presenta como resultado del año 2023 la participación de quince emprendedores de los cuales tres de ellos hoy se encuentran operando en el mercado, dando paso a la creación de nuevos negocios. De esta manera se concluye la importancia de abordar la innovación y emprendimiento desde su base teórica como modelo de sostenibilidad, fomentando la resiliencia y el aprendizaje continuo en aula.

**Palabras clave:** SEmprendedurismo, innovación, negocios, universidad, estudiantes.

**Carrera**

Comercio Internacional

**Modalidad**

Presencial

<b>Título</b>	<b>Bioplásticos a partir del almidón de mandioca</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Elio Ortiz
<b>Docente Asesor</b>	Prof. Mag. Verónica Beatriz Benítez Galeano
<b>Nombre del congreso</b>	VII Congreso en Ciencia, Cultura y Sociedad de la Universidad Católica-Campus Itapúa
<b>Lugar</b>	Encarnación/Paraguay
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>Un emprendimiento en el mundo es considerado como el proceso de crear un negocio a partir de una idea innovadora. El objetivo se centra en analizar la viabilidad, beneficios y desafíos de la producción de bioplásticos a partir de almidón de mandioca como alternativa sostenible frente a los plásticos convencionales. La investigación se basa en un enfoque cualitativo de tipo documental, de diseño flexible y abierto no experimental de corte transversal. El análisis documental se construye mediante un proceso que implica la búsqueda y selección de documentos, análisis y presentación de resultados. Los resultados más relevantes fueron: El almidón de mandioca posee características fisicoquímicas que lo hacen apto para la producción de bioplásticos. Diversos estudios destacan su alto contenido de amilosa, su facilidad de gelatinización y su capacidad de formar películas biodegradables, en cuanto a los procesos de elaboración incluyen métodos como la extrusión, el moldeo por compresión y el soplado de película, empleando aditivos como plastificantes (glicerol, sorbitol) que mejoran su flexibilidad. El impacto ambiental del almidón de mandioca como base para bioplásticos es menor que el de los polímeros sintéticos, ya que su producción y descomposición generan menos emisiones de gases de efecto invernadero y reducen la dependencia del petróleo. Según el estudio, este tipo de emprendimiento fortalece la economía circular y la sostenibilidad. Finalmente, la literatura señala que la educación ambiental y las campañas de concienciación influyen positivamente en la aceptación de estos productos.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Almidón de mandioca, bioplásticos, producción, viabilidad</p>
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Incidencia del establecimiento de una universidad privada en el crecimiento comercial en sus alrededores</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Jimena Alejandra Genes González Johana Nicol Chi Silvero
<b>Docente Asesor</b>	Prof. Mag. Verónica Beatriz Benítez Galeano
<b>Nombre del congreso</b>	VII Congreso en Ciencia, Cultura y Sociedad de la Universidad Católica - Campus Itapúa
<b>Lugar</b>	Encarnación/Paraguay
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio aborda el análisis de la incidencia ejercida ante el establecimiento de una universidad privada sobre el desarrollo comercial en sus alrededores. La investigación empleada corresponde a la cuantitativa, no experimental, de corte transversal, puesto a la recolección de datos, obtenidos mediante la aplicación de encuesta a la población total, el cual corresponde a 38 emprendimientos establecidos dentro del perímetro de 1.200 m<sup>2</sup>, a la redonda de la universidad situada en el límite geográfico de la ciudad de Asunción y Mariano Roque Alonso. Los principales resultados evidencian que: el 21,5% de los locales comerciales tratan de comedores, el 26,32% cuentan con una antigüedad menor a seis meses, el 36,84% corresponde a los emprendedores brasileiros, la generación de ingresos tras migrar con un familiar por cuestiones académicas corresponde al 36,84% en relación a la iniciativa de emprender. Mientras que el 44,74% consideran que su emprendimiento contribuye altamente en su desarrollo económico y social, así también el 71% indican que sus ventas han aumentado. En relación a la cartera de clientes el 41,51% manifiestan su composición mayoritariamente por brasileiros, el 84% de los locales donde operan son alquilados, generan 110 fuentes de empleos directos, el 44% corresponde a colaboradores de nacionalidad brasileira, el 79% indican que sus colaboradores perciben el salario mínimo y el 89% de los emprendimientos emiten factura comercial. Por lo que se concluye la incidencia positiva del establecimiento de la universidad privada respecto al crecimiento comercial en sus alrededores y su contribución con el desarrollo socioeconómico.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Desarrollo económico, emprendedores brasileiros, Mariano Roque Alonso, migrar.</p>
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Marketing vs. Inteligencia artificial ¿Aliados o rivales?</b>
<b>Autor</b>	María Laura Ríos Rivarola (MAK)
<b>Nombre del congreso</b>	Webinario Internacional: El Oráculo de Silicio: Inteligencia Artificial y el Porvenir del Conocimiento
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>La inteligencia artificial (IA) ha irrumpido en el marketing, no solo como una herramienta, sino como una fuerza transformadora que redefine su esencia. Su habilidad para analizar vastos datos, personalizar experiencias y automatizar tareas ha permitido a las marcas conectar con los clientes de forma más eficiente y precisa que nunca. Sin embargo, esta revolución plantea preguntas fundamentales: ¿dónde reside la creatividad genuina cuando las máquinas generan ideas? ¿cómo se asegura la ética si los algoritmos aprenden de datos que pueden tener prejuicios? Y lo crucial, ¿qué pasará con la relación humana con los clientes cuando las interacciones sean automáticas? Este artículo analiza a fondo cómo interactúan la inteligencia artificial y el marketing, explorando tanto sus grandes oportunidades como sus riesgos. Se defiende que la IA no es una amenaza, sino una herramienta que potencia al profesional del Marketing. El futuro será una disciplina integrada, donde el valor reside en quienes usen la tecnología sin perder la conexión con el comportamiento hu. mano, priorizando autenticidad y empatía. Será una disciplina integrada, donde el valor real estará en quienes sepan usar la tecnología sin perder la conexión con la complejidad del comportamiento humano, priorizando la autenticidad y la empatía. Se plantea un escenario híbrido, donde la tecnología libera al marketero para enfocarse en lo verdaderamente humano: la comprensión de las emociones y necesidades. La capacidad de la IA para manejar enormes volúmenes de datos permite una eficiencia nunca antes vista, liberando tiempo para que el profesional pueda centrarse en la estrategia, la intuición y la construcción de historias que realmente resuenen. Este nuevo paradigma exige una evolución constante, donde el discernimiento humano es clave para guiar la tecnología. Es un llamado a asumir un rol activo en la integración de estas fuerzas, garantizando que la conexión humana siga siendo el pilar central de toda estrategia.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Marketing, inteligencia artificial, ética, consumidores.</p>
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Inteligencia artificial como enabler de empatía en estrategias de Marketing Digital. Innovación con propósito</b>
<b>Autor</b>	Michelle Alejandra Hernández Serna (MAK)
<b>Nombre del congreso</b>	Webinario Internacional: El Oráculo de Silicio: Inteligencia Artificial y el Porvenir del Conocimiento
<b>Lugar</b>	Asunción, Paraguay
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>La irrupción de la inteligencia artificial (IA) en el marketing digital ha transformado profundamente las estrategias de personalización, segmentación y fidelización de audiencias. este artículo reflexiona sobre las implicancias técnicas, éticas y operativas que acompañan dicha transformación, analizando cómo el procesamiento de grandes volúmenes de datos y el uso de algoritmos permiten construir experiencias individualizadas, emocionalmente significativas y altamente eficaces para los consumidores. no obstante, la creciente automatización plantea dilemas éticos en torno al uso de datos personales, el cumplimiento normativo (como el reglamento general de protección de datos [GDPR]) y la reproducción de sesgos algorítmicos que podrían derivar en prácticas discriminatorias. desde una perspectiva crítica, se plantea que la implementación de la inteligencia artificial en el ámbito del marketing exige la articulación de infraestructura tecnológica adecuada, marcos normativos coherentes, programas de formación especializada y un compromiso institucional con la ética digital. a partir de la revisión de estudios recientes y tendencias del sector, se propone un enfoque reflexivo que permita armonizar la innovación tecnológica con la ética empresarial y la sostenibilidad operativa. La IA representa un nuevo paradigma en la relación entre marcas y consumidores, cuya comprensión requiere análisis profundo, regulación coherente y decisiones estratégicas fundamentadas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia artificial, marketing digital, empatía, personalización, Latinoamérica.</p>
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Memorias Vivas: el Legado de la Expedición “Rumbo al Mundo Inca 1995” en sus participantes 30 años después</b>
<b>Autor</b>	Mg. Fabiola Sánchez Bobadilla.
<b>Nombre del congreso</b>	Congreso Internacional. Expedicionarios Miguel de la Quadra-Salcedo. Guadalupe, ESPAÑA. Septiembre 2025
<b>Lugar</b>	España
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo responde a una inmensa necesidad de plasmar por escrito los recuerdos, anécdotas e impactos que la expedición “Rumbo al Mundo Inca 1995” dejó a los participantes, tanto en su vida personal como profesional. Miguel de la Quadra Salcedo, creador del programa, ha sido una influencia indirecta en el desarrollo tanto personal como profesional de muchos de los participantes. Como objetivo principal de esta investigación se analiza el impacto de la expedición Ruta Quetzal (RQ) 1995 “Rumbo al Mundo Inca” en el desarrollo personal y profesional de los participantes, haciendo referencia a los acontecimientos vividos durante la experiencia, así como la influencia de la figura de Miguel de la Quadra Salcedo. La investigación fue cuantitativa, exploratoria, descriptiva, no experimental, de corte transversal, teniendo como universo a los expedicionarios de la RQ1995; el medio utilizado para la recolección de datos fue la encuesta, elaborada teniendo en cuenta los objetivos propuestos, articulada en cuatro partes: datos generales, experiencia en la expedición RQ´95, trayectoria profesional y la figura de Miguel de la Quadra. Se concluyó que la expedición fue una experiencia integral, única y transformadora para sus participantes, proporcionando un marcado aprendizaje cultural, autosuficiencia y superación; donde la experiencia vivida en Machu Picchu y las amistades hechas representan los mayores tesoros. La experiencia aportó al desarrollo personal y profesional de los participantes, siendo Miguel de la Quadra el precursor de todo vivido.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Expedición, inca, experiencia, Miguel de la Quadra.</p>
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y hotelería
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Desarrollo de Producto Turístico Cultural en Luque: La Filigrana como Eje de Sostenibilidad y Emprendimiento Patrimonial</b>
<b>Autor</b>	Analía Fernández Morel, Chiara Núñez Brítez - Fabiola Sánchez Bobadilla, Hernán Isidro Suty Segovia, Carolina Beatriz Espínola Portillo
<b>Nombre del congreso</b>	V Congreso Internacional. Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural de Destinos de Interior, noviembre 2025. CIGESTUR
<b>Lugar</b>	Córdoba España.
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El turismo cultural, la artesanía y el desarrollo sostenible son temas cada vez más importantes. La demanda por experiencias genuinas ha impulsado el interés en destinos con un valor cultural único, donde las artesanías tradicionales se convierten en un atractivo principal. El trabajo tiene por objetivo analizar la viabilidad de un producto turístico cultural en Luque-Paraguay, centrado en la Filigrana y su sostenibilidad patrimonial. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, no experimental, corte transversal, exploratorio y descriptivo, utiliza como técnica la entrevista e instrumento una guía de 10 preguntas aplicadas a funcionarios gubernamentales (4), maestros artesanos (2) y miembros de asociaciones (2), en mayo de 2025. Los principales resultados indican que: la Filigrana representa la identidad y el patrimonio de Luque, siendo sustento de familias enteras. A pesar de su profunda importancia, enfrenta múltiples desafíos que amenazan su continuidad, como el acceso a la materia prima y su rentabilidad al momento de vender. Asegurar la continuidad de esta técnica y su sostenibilidad, dependerá de difundir la Filigrana en instituciones educativas mediante talleres, transmitiendo la técnica a las nuevas generaciones. Muchos turistas llegan a Luque interesados principalmente por la Filigrana, pero, los talleres no se encuentran preparados para recibirlos. Potenciarla como atractivo turístico, requiere de políticas públicas, alianzas estratégicas, investigación, normatividad, innovación, diversificación, promoción y cooperación internacional. La pervivencia de esta técnica ancestral promoverá la imagen de la ciudad Luque como un destino turístico singular, con una oferta cultural, experiencial auténtica y diferenciada.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Filigrana, artesanía, sostenibilidad, patrimonio, Luque.</p>
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y hotelería
<b>Modalidad</b>	Virtual

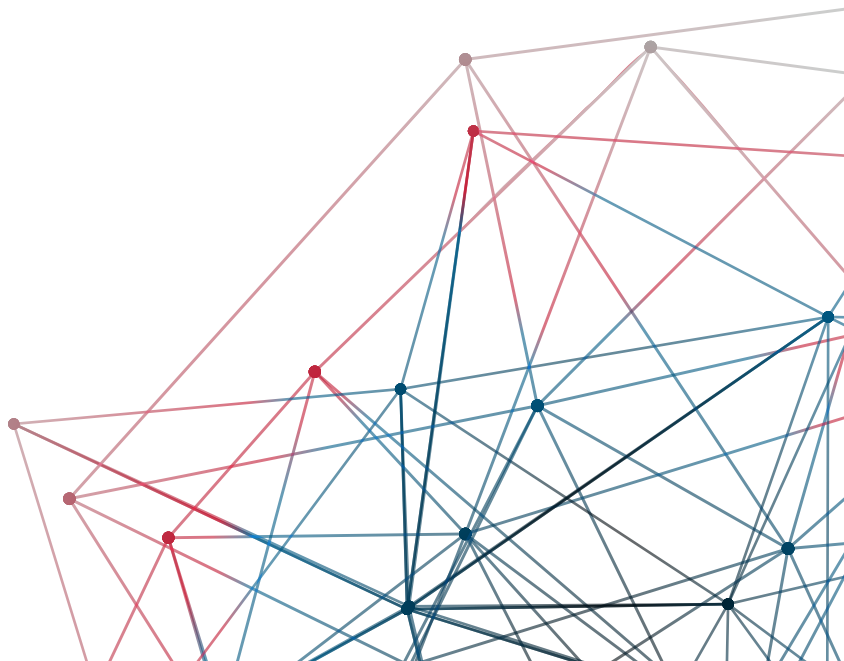
<b>Título</b>	<b>Desarrollo turístico de Nueva Italia, Paraguay: retos y oportunidades”.</b> <b>Modalidad de presentación</b>
<b>Autor</b>	Hernán Isidro Suty Segovia, Fabiola Sánchez Bobadilla y Carolina Beatriz Espínola Portillo
<b>Nombre del congreso</b>	V Congreso Internacional. Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural de Destinos de Interior, noviembre 2025. CIGESTUR
<b>Lugar</b>	San Ramón, Alajuela. Costa Rica.
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>Esta investigación tiene por objetivo identificar los recursos naturales y culturales con potencial para el desarrollo turístico del municipio de Nueva Italia, abocados a cubrir las necesidades de los visitantes que llegan hasta ese territorio. Mediante un enfoque mixto, no experimental, de corte transversal, alcance exploratorio y descriptivo. Como objeto de estudio el municipio ubicado en el Departamento Central de Paraguay. Como técnica la observación cuyo instrumento una ficha de inventario turístico adaptado de MINCETUR. El trabajo de campo se llevó a cabo de abril a julio del 2023. Los resultados muestran un total de veinte recursos naturales y culturales con potencialidad para desarrollar turísticamente la localidad, predominando las de tipo culturales (65%). La jerarquización indica un 70% de recursos complementarios y 30% de recursos principales. Las necesidades que se podrán satisfacer son: reunirse y disfrutar en torno a la flora y fauna local (50%), turismo de reuniones y eventos (45%), turismo gastronómico (40%) y estancias en entornos rurales (35%). Se concluye que estos recursos podrán contribuir al desarrollo local desde aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales. Sin embargo, necesitan aún de mayor inversión en servicios básicos, accesibilidad, seguridad, infraestructura, capacitación y profesionalización de los pobladores en el sector turístico.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Desarrollo, turismo, recursos, oportunidades, Paraguay.</p>
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y hotelería
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Posadas Turísticas del Departamento de Alto Paraná: Análisis de la Utilización de las Plataformas Digitales para la Promoción de sus Servicios e Instalaciones, año 2024</b>
<b>Autor</b>	Fabiola Sánchez Bobadilla y Kathia Magali Ayala Giménez.
<b>Nombre del congreso</b>	Encuentro Internacional de Turismo EIT 2025.
<b>Lugar</b>	Universidad Autónoma de Chiapas. Octubre 2025 México.
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo analiza como las posadas turísticas del Departamento de Alto Paraná utilizan las plataformas digitales y redes sociales como herramienta del marketing para comercializar sus servicios. La investigación se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Se tomó como población las posadas turísticas de ubicadas en el Departamento de Alto Paraná, dando un total de 28 establecimientos inscriptos como tal en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay (REGISTUR), la muestra se estableció mediante el estado de en funcionamiento de las posadas, dando solo seis posadas turísticas en Alto Paraná. Para la recolección de datos se elaboró una lista de cotejo teniendo en cuenta: el municipio en que se ubica, la dirección exacta del establecimiento, los servicios que ofrece, presencia en las redes sociales: Facebook, Instagram, y TikTok. Los resultados principales muestra que el 83% de las posadas turísticas de Alto Paraná tienen presencia en Facebook, mientras que el 66% posee cuenta en Instagram, y solo el 50% se encuentra en TikTok. Así también se comprobó cuáles son los usos que las posadas le dan a sus cuentas en las diferentes redes sociales. Se concluye que las redes sociales representan una herramienta muy valiosa para el posicionamiento y la competitividad de una empresa de servicios, especialmente si es pequeña. Los alojamientos experimentan constantemente picos de ocupación baja y alta, por lo que tener presencia en las redes sociales permite acceder a herramientas de promoción y ventas sumamente útiles.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Plataforma digital, marketing, turismo, Alto Paraná, Paraguay.</p>
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y hotelería
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>El Patrimonio arquitectónico de Asunción en los sellos postales</b>
<b>Autor</b>	Francisco Cruz Cardentey
<b>Nombre del congreso</b>	Congreso Académico sobre Educación. "Penser World 2025
<b>Lugar</b>	Estados Unidos
<b>Registro</b>	
<b>Resumen</b>	<p>Desde la aparición del primer sello postal en el mundo, el Penny Black (Inglaterra, 1840), los sellos han trascendido su función original de comprobante postal para convertirse en auténticos documentos históricos y culturales. La filatelia —término acuñado por Georges Herpin en 1864— permite analizar el contexto político, económico y social de cada país a través de sus emisiones postales. En el caso paraguayo, los sellos reflejan de manera simbólica la construcción de su identidad nacional, la memoria colectiva y la representación de su patrimonio arquitectónico.</p> <p>El análisis de las imágenes filatélicas, desde una perspectiva iconográfica e iconológica, posibilita una lectura más profunda del discurso visual que los gobiernos proyectan mediante estos diminutos soportes de comunicación. En este sentido, los sellos postales constituyen un medio de difusión cultural, educativa y turística que conserva y transmite los valores patrimoniales de una nación. El presente trabajo se propone estudiar el patrimonio arquitectónico de Asunción, capital del Paraguay, a través de su representación en los sellos emitidos entre 1870 y 2021. El enfoque busca resaltar la filatelia como fuente documental para comprender la historia urbana y arquitectónica de la ciudad, y como herramienta educativa y de promoción turística.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Patrimonio - Historia</p>
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y hotelería
<b>Modalidad</b>	Virtual

# Categoría N ° 3: **Publicaciones de capítulos en Libros**

---



## Título

**El oráculo del marketing. Desafíos en la era digital**

## Autor

Ross Mary Aguilar López (MAK)

## Resumen

Este artículo analiza la convergencia estratégica entre la Inteligencia artificial (IA) y el marketing digital, concebida como una integración transformadora que está reformulando los modelos operativos, tácticos y creativos del sector. En un entorno marcado por la automatización intensiva y la toma de decisiones basada en datos, la IA se posiciona como una herramienta predictiva y adaptable, capaz de optimizar campañas, generar contenido personalizado y automatizar procesos complejos con gran eficiencia. Sin embargo, esta integración tecnológica plantea desafíos éticos y funcionales de gran relevancia: ¿es posible simular vínculos afectivos o replicar el juicio moral en contextos de interacción humana? El artículo examina el alcance de la IA en áreas como la publicidad, la atención al cliente y la creatividad estratégica, sin obviar las tensiones entre automatización y autenticidad. La propuesta central invita a concebir la IA no como sustituto del profesional del marketing, sino como un aliado estratégico dentro de un modelo híbrido que combine eficiencia algorítmica con sensibilidad humana.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial, marketing digital, automatización, ética, creatividad computacional, humanización digital.

## Línea de Investigación

Técnicas de Especialización del Marketing

## Carrera

Marketing y Publicidad

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4>

## Título

**Marketing vs. Inteligencia artificial ¿Aliados o rivales?**

## Autor

María Laura Ríos Rivarola (MAK)

## Resumen

La inteligencia artificial (IA) ha irrumpido en el marketing, no solo como una herramienta, sino como una fuerza transformadora que redefine su esencia. Su habilidad para analizar vastos datos, personalizar experiencias y automatizar tareas ha permitido a las marcas conectar con los clientes de forma más eficiente y precisa que nunca. Sin embargo, esta revolución plantea preguntas fundamentales: ¿dónde reside la creatividad genuina cuando las máquinas generan ideas? ¿cómo se asegura la ética si los algoritmos aprenden de datos que pueden tener prejuicios? Y lo crucial, ¿qué pasará con la relación humana con los clientes cuando las interacciones sean automáticas? Este artículo analiza a fondo cómo interactúan la inteligencia artificial y el marketing, explorando tanto sus grandes oportunidades como sus riesgos. Se defiende que la IA no es una amenaza, sino una herramienta que potencia al profesional del Marketing. El futuro será una disciplina integrada, donde el valor reside en quienes usen la tecnología sin perder la conexión con el comportamiento humano, priorizando autenticidad y empatía. Será una disciplina integrada, donde el valor real estará en quienes sepan usar la tecnología sin perder la conexión con la complejidad del comportamiento humano, priorizando la autenticidad y la empatía. Se plantea un escenario híbrido, donde la tecnología libera al marketero para enfocarse en lo verdaderamente humano: la comprensión de las emociones y necesidades. La capacidad de la ia para manejar enormes volúmenes de datos permite una eficiencia nunca antes vista, liberando tiempo para que el profesional pueda centrarse en la estrategia, la intuición y la construcción de historias que realmente resuenen. Este nuevo paradigma exige una evolución constante, donde el discernimiento humano es clave para guiar la tecnología. Es un llamado a asumir un rol activo en la integración de estas fuerzas, garantizando que la conexión humana siga siendo el pilar central de toda estrategia.

**Palabras clave:** Marketing, inteligencia artificial, ética, consumidores.

## Línea de Investigación

Técnicas de Especialización del Marketing

## Carrera

Marketing y Publicidad

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4>

## Título

**Inteligencia artificial como enabler de empatía en estrategias de Marketing Digital. Innovación con propósito**

## Autor

Michelle Alejandra Hernández Serna (MAK)

## Resumen

La irrupción de la inteligencia artificial (IA) en el marketing digital ha transformado profundamente las estrategias de personalización, segmentación y fidelización de audiencias. Este artículo reflexiona sobre las implicancias técnicas, éticas y operativas que acompañan dicha transformación, analizando cómo el procesamiento de grandes volúmenes de datos y el uso de algoritmos permiten construir experiencias individualizadas, emocionalmente significativas y altamente eficaces para los consumidores. No obstante, la creciente automatización plantea dilemas éticos en torno al uso de datos personales, el cumplimiento normativo (como el Reglamento General de Protección de Datos [GDPR]) y la reproducción de sesgos algorítmicos que podrían derivar en prácticas discriminatorias. Desde una perspectiva crítica, se plantea que la implementación de la inteligencia artificial en el ámbito del marketing exige la articulación de infraestructura tecnológica adecuada, marcos normativos coherentes, programas de formación especializada y un compromiso institucional con la ética digital. A partir de la revisión de estudios recientes y tendencias del sector, se propone un enfoque reflexivo que permita armonizar la innovación tecnológica con la ética empresarial y la sostenibilidad operativa. La IA representa un nuevo paradigma en la relación entre marcas y consumidores, cuya comprensión requiere análisis profundo, regulación coherente y decisiones estratégicas fundamentadas.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial, marketing digital, empatía, personalización, Latinoamérica.

## Línea de Investigación

Técnicas de Especialización del Marketing

## Carrera

Marketing y Publicidad

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4>

## Título

**¿Estamos realmente preparados? Desafíos de implementar la inteligencia artificial en empresas paraguayas**

## Autor

Silvio Eduardo Becker (MAK)  
Richard Adrián Riveros Cardozo (EXT)

## Resumen

El presente artículo trata de analizar la preparación de las empresas paraguayas para la implementación de la Inteligencia Artificial (IA), considerando algunos factores como la formación universitaria, la inversión tecnológica, la cultura organizacional y la infraestructura digital del país. Se destaca en la literatura y también en la práctica docente que, aunque los estudiantes universitarios adquieren habilidades digitales de manera autodidacta, aún presentan dificultades para utilizar herramientas de IA crítica y estratégicamente, lo que exige una mayor incorporación de la ética y estas tecnologías en el currículo. Por su parte, las empresas, en especial las MiPymes, reconocen los beneficios de la digitalización, pero enfrentan desafíos para transformar sus procesos y medir adecuadamente el retorno de la inversión tecnológica. Por su parte, la cultura organizacional influye en la adopción de la IA, siendo necesarios procesos de cambio bien gestionados y capacitación del personal. Si bien Paraguay ha avanzado en infraestructura digital y se encuentra en el camino correcto, todavía existen brechas que limitan una adopción eficaz de la IA.

**Palabras clave:** Transformación digital, inteligencia artificial, formación.

## Línea de Investigación

Técnicas de Especialización del Marketing

## Carrera

Marketing y Publicidad

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4>

<b>Título</b>	<b>La IA en la Contabilidad Ética, Transparente y Sostenible</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez PHD Dr. Walter Daniel Ovelar
<b>Docente Asesor</b>	María Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>La IA ha surgido como una herramienta transformadora en contabilidad, brindando un nivel ético, transparente y sostenible sin precedentes. En este sentido, se menciona cómo la IA está revolucionando la contabilidad a través de varios aspectos críticos: de transparencia y trazabilidad de las transacciones, la aplicación de los criterios ambientales, sociales y de gobernanza y el cumplimiento ético y regulatorio, posicionando al Contador como el árbitro de la integridad digital. Sobre esto último, se debate cómo las tecnologías relacionadas con la IA, como el aprendizaje profundo, el procesamiento del lenguaje natural y el blockchain, permiten la formación de una contabilidad inmutable a su vez que mejora las habilidades de la auditoría. Asimismo, la IA se utiliza para recopilar y analizar datos no financieros vitales para una contabilidad sostenible. Se concluye que el papel de contador ya no existe por sí mismo, ya que este profesional se ha convertido en un “arquitecto ético” de la IA. El contador tiene la obligación de supervisar los algoritmos, garantizar la privacidad de los datos y contextualizar los resultados de las máquinas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> IA, contabilidad, sostenibilidad, transparencia, ética profesional</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Link de la publicación</b>	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4">https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4</a>

## Título

**La Alquimia de la Innovación entre humanos y robots**

## Autor

Chap Kau Kwan Chung (ADM)

## Resumen

La presente reflexión aborda la creciente colaboración entre humanos y robots como una alianza transformadora que redefine los límites de la innovación. Esta sinergia, impulsada por los avances en Robótica e Inteligencia Artificial, se ha expandido a diversos sectores como la medicina, la educación, la gastronomía, el turismo y el hogar, generando nuevas formas de optimización, personalización y eficiencia. A través del análisis interdisciplinario, se evidencia cómo estas tecnologías están asumiendo tareas antes reservadas exclusivamente a los humanos, desde intervenciones quirúrgicas hasta la atención al cliente o el acompañamiento educativo. Si bien los beneficios son notables —mayor precisión, ahorro de tiempo, inclusión y autonomía—, también surgen dilemas éticos y sociales relevantes: ¿Estamos reemplazando lo humano por lo funcional? ¿Puede la tecnología simular vínculos afectivos o suplir el juicio moral? La coexistencia con robots plantea interrogantes sobre la autenticidad, la empatía y el valor del contacto humano, especialmente en contextos emocionales o de cuidado. A pesar de su potencial, existen aún áreas donde la robótica no puede reemplazar la sensibilidad y complejidad del ser humano. La reflexión invita a concebir a los robots no como sustitutos, sino como aliados capaces de potenciar nuestras capacidades. En definitiva, el desafío consiste en construir un modelo equilibrado donde la innovación tecnológica y la dimensión humana coexistan armónicamente en favor del bienestar común.

**Palabras clave:** Fusión, inteligencia artificial, innovación, disciplina, robot

## Línea de Investigación

Gestión y Desarrollo de personas

## Carrera

Administración de empresas

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4?usp=sharing>

## Título

**El Oráculo de Silicio: Inteligencia Artificial y el Porvenir del Conocimiento. Capítulo Inteligencia Artificial y transformación económica.**

## Autor

Mg. Liliana Martínez

## Resumen

Hace más de dos décadas, en países en vía de desarrollo como el nuestro, se debatía sobre la globalización como un proceso inevitable, con efectos tanto positivos como negativos. Se buscaba reflexionar sobre sus consecuencias más discutidas: la desigualdad económica, la pérdida de soberanía nacional, el impacto en el medio ambiente y la deslocalización de empleos. Hoy, la inteligencia artificial (IA) es el nuevo motor de transformación de la economía global. Su impacto ya se percibe en la productividad, en cómo se estructura el empleo y la competitividad. Así como en su momento lo fueron las grandes invenciones: la máquina de vapor, la electricidad y, más tarde, la informática; la IA representa una nueva revolución industrial: una Cuarta Revolución que está redefiniendo no solo cómo producimos, sino también cómo vivimos, trabajamos y tomamos decisiones. Este artículo reflexiona sobre cómo Paraguay podría integrar la IA a su modelo de desarrollo económico, enfrentando tanto desafíos estructurales como oportunidades emergentes. La IA permite reestructurar y automatizar procesos, analizar grandes volúmenes de datos e incidir en innovación en diversos sectores, desde la agricultura hasta los servicios "financieros. Para que se pueda dar su implementación se requiere de ciertas condiciones, tales como infraestructura digital, inversión en ciencia y tecnología, políticas de desarrollo productivo y de innovación, y, sobre todo, capital humano capacitado. Paraguay parte en desventaja en varios de estos aspectos, pero también cuenta con aspectos positivos como: una población joven, abundantes recursos energéticos y estabilidad macroeconómica. La adopción de IA en Paraguay debe enmarcarse en una estrategia nacional de transformación estructural, acompañada de una inversión masiva en educación, formación continua y protección social. De no hacerlo, el país corre el riesgo de profundizar sus brechas de desigualdad. Sin embargo, si apuesta por una transición inclusiva podrá convertirse en una economía competitiva y sostenible en la región.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial, economía, Paraguay, desarrollo productivo, empleo.

## Línea de Investigación

Mercado

## Carrera

Ingeniería Comercial

## Modalidad

Virtual

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/file/d/1AjVwRVvUM6Sq8Kqp3pkTZxpUxpVBvRB0/edit>

## Título

**Impacto de la digitalización en la exportación de servicios creativos paraguayos al mercado asiático**

## Autor

Dante Daniel Vega Melgarejo

## Resumen

La digitalización está transformando las oportunidades de exportación de servicios creativos paraguayos (diseño gráfico, animación, producción audiovisual, desarrollo de software) hacia el mercado asiático, particularmente en países como Corea del Sur, Singapur y Japón, donde la demanda de contenido creativo crece exponencialmente. Este sector, aunque representa menos del 2% del PIB de Paraguay, ha crecido un 15% en los últimos cinco años gracias a herramientas digitales como Adobe Creative Suite y plataformas de freelancing (Upwork, Fiverr). La digitalización elimina barreras geográficas y reduce costos mediante plataformas como Behance, blockchain para pagos seguros y herramientas de colaboración en línea. Sin embargo, Paraguay enfrenta desafíos: infraestructura digital limitada (solo 30% de cobertura de banda ancha en áreas rurales), barreras regulatorias asiáticas (certificaciones como ISO 27001), brechas de habilidades en herramientas avanzadas e idiomas, y competencia de países como India y Filipinas. Estrategias propuestas incluyen capacitación en competencias digitales, inversión en conectividad, promoción en plataformas globales, acuerdos bilaterales y el uso de la cultura guaraní como diferenciador. Un caso de éxito, Guaraní Animation, ilustra el potencial y los retos, como la necesidad de mejorar infraestructura digital. En conclusión, la digitalización ofrece a Paraguay una oportunidad para diversificar su economía, pero requiere políticas públicas y estrategias empresariales para superar limitaciones y posicionarse en el mercado asiático.

**Palabras clave:** Blockchain, Digitalización, Servicios creativos, Mercado asiático

## Línea de Investigación

Tecnológica, Negocios Internacionales, Emprendedurismo.

## Carrera

Comercio Internacional

## Modalidad

Presencial

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/file/d/1AjVwRVvUM6Sq8Kqp3pkTZxpUxpVBvRB0/edit>

## Título

**El Uso de la Inteligencia Artificial en la Preservación del Patrimonio Cultural**

## Autor

Fabiola Sánchez

## Resumen

El patrimonio, definido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como el legado del pasado, abarca bienes naturales y culturales; considera que es la memoria colectiva, la identidad de los pueblos expresada en elementos tangibles (monumentos, edificios) e intangibles (tradiciones, artes, conocimientos). Con el paso de los años, UNESCO ha ampliado su visión del patrimonio para incluir aspectos dinámicos y no solo históricos. Su preservación es crucial, enfrentando desafíos como el deterioro natural, el cambio climático y la falta de recursos. La Inteligencia Artificial (IA) emerge como una herramienta fundamental para abordar estos problemas, facilitando la digitalización, conservación, investigación y difusión del patrimonio cultural. Al utilizar algoritmos para procesar grandes cantidades de datos, la inteligencia artificial es aplicable en casi todas las actividades humanas. En el patrimonio cultural, la IA se manifiesta en: la digitalización y la documentación, creando modelos 3D de alta precisión para el estudio, la identificación de daños y reconstrucción de elementos; en el monitoreo predictivo y de conservación, anticipando problemas en estructuras y microclimas mediante sensores, permitiendo intervenciones tempranas y decisiones informadas para la restauración; en la investigación y el análisis; agilizando el estudio de textos históricos y facilitando la detección de sitios arqueológicos mediante imágenes satelitales; en las experiencias inmersivas, utilizando realidad virtual, aumentada y videos 360° ofreciendo visitas interactivas a museos y sitios, haciendo el patrimonio más accesible globalmente. Sin embargo, la implementación de la IA en el patrimonio debe ser ética. La UNESCO enfatiza la necesidad de una regulación global que respete las realidades locales, garantizando la participación comunitaria, la diversidad cultural y la autenticidad de los datos. La supervisión humana es indispensable para asegurar que la inteligencia artificial sea una herramienta que enriquezca y preserve el legado cultural de manera responsable.

**Palabras clave:** Patrimonio cultural, inteligencia artificial, preservación.

## Línea de Investigación

Inteligencia Turística.

## Carrera

Gestión de Turismo y Hotelería.

## Modalidad

Virtual

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4?usp=sharing>

## Título

**La Huella Digital del Viajero: Cómo la Inteligencia Artificial Modela y Redefine la Aventura Turística**

## Autor

Hernán Sutti

## Resumen

La inteligencia artificial (IA), impulsada por la huella digital del viajero, ha revolucionado el turismo, transformándolo de una industria de masas a una de experiencias personalizadas. Ya no se trata solo de digitalizar, sino de anticipar y adaptar. Desde la fase de inspiración del viaje, la IA sugiere destinos y actividades basándose en intereses implícitos y explícitos, creando ofertas y paquetes dinámicos e itinerarios a medida. En destino, asistentes virtuales como los Chatbots ofrecen información relevante en tiempo real y experiencias inmersivas personalizadas con la Realidad Aumentada (RA) o la Realidad Virtual (RV), incluso anticipando y resolviendo incidencias como retrasos o cancelaciones de vuelos. Posterior al viaje, la IA analiza sentimientos para refinar futuras recomendaciones y potenciar programas de fidelización. También ayuda gestionar recuerdos mediante álbumes de fotos o videos que hace memorable la experiencia del viajero. Es clave que la IA complemente al ser humano, liberando a los profesionales para enfocarse en la empatía y la conexión personal. El futuro del turismo, marcado por esta huella, debe ser ético y consciente, priorizando la autonomía y el bienestar del usuario. La IA nos empuja a un viaje más significativo, memorable e invita a comprender nuestro lugar en el turismo global.

**Palabras clave:** huella digital, viajeros, experiencia turística, adaptación, asistencia.

## Línea de Investigación

Inteligencia Turística.

## Carrera

Gestión de Turismo y Hotelería.

## Modalidad

Virtual

## Link de la publicación

<https://drive.google.com/drive/folders/1kmpKgAZPxm4qqV85mTRJW6-LuUya-se4?usp=sharing>

**Título****Visión sobre la situación y perspectiva del turismo en Paraguay****Autor**

Hernán Suty

**Resumen**

Paraguay está viviendo un momento importante en su desarrollo turístico. En el marco del Día Internacional del Turismo, es buen momento para detenerse y pensar en lo que se ha logrado y en lo que todavía falta para consolidarse como un destino en Latinoamérica. El turismo en Paraguay está creciendo a buen ritmo, y se está convirtiendo en un motor importante para el desarrollo del país. Según datos recientes, Paraguay sorprendió al mundo liderando el crecimiento turístico global durante el primer trimestre de 2025, con un increíble aumento del 53% en la llegada de visitantes (ABC Color, 2025). Este crecimiento se debe, en gran parte, a la diversificación de la oferta, principalmente a los eventos, la gastronomía, la cultura y la naturaleza. Sin duda, el turismo de reuniones ha sido un motor clave para este repunte. Entre 2024 y 2025, se llevaron a cabo eventos que nos ha posicionado como un lugar importante para congresos y eventos internacionales, como el Congreso de la FIFA y los Juegos Panamericanos Junior. Todo esto ha generado muchos puestos de trabajo en el sector de alojamiento, gastronomía y transporte, fortaleciendo toda la cadena de valor turística. La gastronomía paraguaya también ha jugado un papel fundamental. Platos como la sopa paraguaya, el mbejú, el vori vori, reconocida como la mejor sopa del mundo (SENATUR, 2025), y el tereré no solo deleitan con su sabor, sino que cuentan historias de nuestra gente. La creciente apreciación por nuestra cocina ha impulsado la atracción de turistas de todas partes.

**Palabras clave:** Paraguay, turismo, SENATUR**Línea de Investigación**

Inteligencia Turística.

**Carrera**

Gestión de Turismo y Hotelería.

**Modalidad**

Virtual

**Link de la publicación**<https://www.tourismandsocietytt.com/noticias-y-newsletter/2025/2025-septiembre/ultimas-noticias/presentaci%C3%B3n-del-libro-situaci%C3%B3n-y-perspectiva-del-turismo-en-latinoam%C3%A9rica>

**Título**

**Los museos de la ciudad de Asunción: análisis de la accesibilidad y condiciones de la oferta y los servicios, año 2023**

**Autor**

Fabiola Sánchez

**Resumen**

La oferta de museos de Asunción es diversa, con colecciones y muestras de diferentes tipos y subtipos; instalados en su mayoría en edificios antiguos, con mucha historia, adaptados parcialmente para cumplir con la función de exhibir los objetos. La investigación realizada tiene por objetivo analizar la accesibilidad y condiciones de la oferta y servicios de los museos del microcentro de Asunción, Paraguay; determinando la capacidad de inclusión de los mismos a visitantes nacionales e internacionales. El trabajo se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. La población de estudio fueron los museos de Asunción, tomando como muestra dieciséis (16) de ellos ubicados en el microcentro de la ciudad. Para el relevamiento, se utilizó una ficha de recolección de datos, estructurada en cuatro dimensiones de análisis: D1: Condiciones para el turismo (4), D2: Disponibilidad del Museo (6), D3: Servicios Básicos (8) y D4: Servicios Turísticos (5). Los resultados principales muestran un cumplimiento de los criterios de la D1 en un 70.31%, la D2 en un 61.46% de la D3 de 79.69%, el cual fue la de mayor cumplimiento y la D4 la de menor cumplimiento; se comprobó además el bajo número de museos que abren sus puertas los fines de semana, la falta de políticas que favorezcan la inclusión, facilitando el acceso de todos los estratos y grupos sociales, concluyendo que Asunción tiene mucho patrimonio cultural que mostrar, sin embargo necesita estrategias que favorezcan la inclusión y las visitas de personas nacionales e internacionales a los museos.

**Palabras clave:** Museos, visitantes, inclusión, turismo, patrimonio.

**Línea de Investigación**

Inteligencia Turística.

**Carrera**

Gestión de Turismo y Hotelería.

**Modalidad**

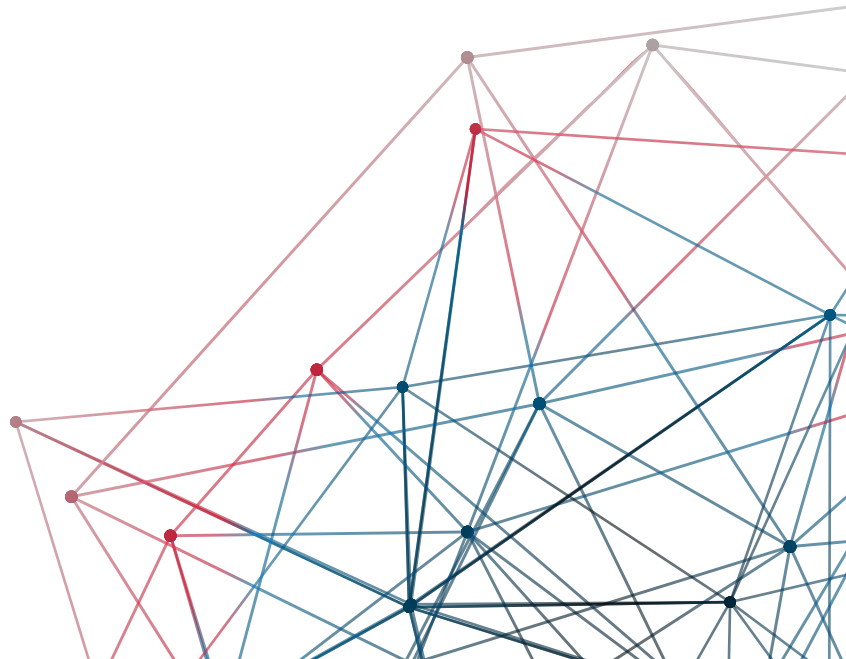
Virtual

**Link de la publicación**

[https://www.aranzadilaley.es/tienda/retos-y-oportunidades-atraves-de-la-gestion-delpatrimonio?srsId=AfmBOopjKTTi2K3t6VxUy8\\_6nS7WuWhUTh JfmRN6pnGFvTV2kut9rgNT](https://www.aranzadilaley.es/tienda/retos-y-oportunidades-atraves-de-la-gestion-delpatrimonio?srsId=AfmBOopjKTTi2K3t6VxUy8_6nS7WuWhUTh JfmRN6pnGFvTV2kut9rgNT)

# Categoría N ° 4: **Concurso FACEA**

---



<b>Título</b>	<b>Inclusión financiera y bancarización de la población estudiantil en función del género. El caso de la Universidad Americana, año 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Thiago Ezequiel Contrera Ibáñez (CIN) Julieta Anahí Medina Franco (MAK)
<b>Docente Asesor</b>	Mirian Contrera (MAK) Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>La bancarización es uno de los pilares para la inclusión financiera, el desarrollo económico y la equidad social. No obstante, la brecha de género persiste tanto en el acceso como en el uso de los servicios financieros, aún en poblaciones de alto nivel de formación formal como en los estudiantes universitarios. El objetivo de esta investigación fue el análisis del nivel de bancarización de la población estudiantil de la Facultad Económica y Administrativa de la Universidad Americana, haciendo énfasis entre mujeres y hombres. La investigación de enfoque cuantitativa, descriptiva y transversal, tuvo como población a 2.654 estudiantes matriculados en modalidad presencial, siendo la muestra no probabilística de 147 participantes (79 mujeres y 68 hombres). La recolección de los datos se realizó mediante un cuestionario estructurado mediante el que se indagó sobre variables sociodemográficas, fuentes de ingreso y uso de productos y servicios financieros. Los datos fueron procesados mediante análisis descriptivos y pruebas de Chi-cuadrado. Los resultados reflejan que existe una relación estadística relevante entre género y fuente de ingresos, existe menor frecuencia de ingresos entre las mujeres (21,1%) y el trabajo asalariado entre los hombres (29,9%). Así también, existe mayor vinculación con bancos y cuentas de ahorro entre los hombres, mientras que las mujeres diversifican el uso de cooperativas, financieras y aplicaciones móviles, siendo, además, ellas, mayorías en el uso créditos. Un gran porcentaje de no respuesta en preguntas sobre las cuentas y productos financieros puede reflejar la falta de educación financiera. En conclusión, en la población universitaria existen desigualdades de género en la inclusión financiera. Los hallazgos refuerzan la necesidad de políticas y programas de educación financiera, que contemplen perspectiva de género, para promover la autonomía económica y reducción de las brechas existentes.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Bancarización, estudiantes universitarios, género, inclusión financiera, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de Especialización de Marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Consumo de noticias de la Generación Z en la ciudad de Asunción (2025)</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Bianca Gabriela Aveiro Penayo (CIN) José Daniel Arce González (CIN) Marcelo Daniel Ruiz Díaz Godoy (CIN) Horacio Franco Vargas (CIN) Sergio Fabián Ramírez Torres (MAK)
<b>Docente Asesor</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>El consumo de noticias por parte de la Generación Z ha cambiado debido al impacto de las tecnologías digitales y las redes sociales. Este estudio analiza los hábitos informativos de jóvenes nacidos entre 1997 y 2012 en la ciudad de Asunción durante el año 2025. A través de una investigación cuantitativa, basada en encuestas digitales a 100 participantes, se buscó identificar las fuentes, formatos y temáticas de interés, así como el nivel de confianza en la información consumida. Los resultados muestran que el 93% de los encuestados utiliza redes sociales como fuente de noticias, destacándose Instagram (80%) y TikTok (52%), mientras que los medios tradicionales como la radio y la prensa escrita tienen menor presencia. En cuanto a los formatos, los videos cortos (63%) son los más usados, seguidos por artículos de texto (20%) e infografías (5%). Respecto a las temáticas, las más consumidas son entretenimiento (55%), deportes (50%) y tecnología (42%), mientras que noticias políticas y económicas reciben menor atención. Un aspecto relevante es la confianza moderada que el 82% de los jóvenes manifiesta en las noticias que circulan en redes sociales, lo que indica cierta precaución frente a la desinformación. Este resultado señala la importancia de estrategias de alfabetización mediática que permitan a la Generación Z evaluar la veracidad y la calidad de la información. Se concluye que la Generación Z en Asunción consume información digital en redes sociales y formatos audiovisuales. Esto plantea un reto para los medios de comunicación, que deben adecuar sus estrategias para responder a estas prácticas de acceso a la información.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Generación Z, consumo de noticias, redes sociales, Asunción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Sistemas y Métodos de Mercadeo
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Factores que influyen en la elección de la carrera de Marketing y Publicidad en la Universidad Americana, en 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Paloma Ariana Galeano Gutiérrez (MAK) Fiorella Naomi Duarte Silva (MAK) Fátima María Agüero López (MAK) Willian Alexander Valdez Benítez (MAK)
<b>Docente Asesor</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo de esta investigación es analizar los Factores que consideran los jóvenes en la elección de la carrera de Marketing y Publicidad de la Universidad Americana en el año 2025. La población consistió en un total de 259 alumnos cuya muestra de 82 personas fue calculada bajo un nivel de confianza del 95%, margen de error del 9% y heterogeneidad del 50%. La tasa de respuesta fue del 100% (82) participantes. Se utilizó una encuesta como medio de recolección de datos, clasificada en 1 dimensiones y 7 ítems. Se empleó una escala de medición de 5 puntos. El link del instrumento fue mandado por vía WhatsApp en junio del 2025. Los criterios de inclusión fueron: alumnos de la Universidad Americana actualmente estudiando la carrera de ingeniería en marketing pertenecientes al quinto semestre de la misma, de la modalidad presencial de los turnos mañana, tarde y noche. De igual manera, la P1 “Te sientes naturalmente atraído por los temas de la carrera de Marketing y Publicidad” (<math>x=2,46</math>) alcanza la mayor cantidad de respuestas “de acuerdo” o “muy de acuerdo”, seguido a la P5 “Consideras que la Universidad Americana tiene un prestigio reconocido en el ámbito académico” (<math>x= 2,54</math>). Se concluye que la Universidad Americana tiene un prestigio reconocido en el ámbito académico, y que la carrera es accesible y ofrece buenas oportunidades laborales al finalizar tus estudios.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Carrera universitaria, Marketing y Publicidad, Factores de decisión estudiantil, Universidad Americana</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de Información del Marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Percepción de los consumidores con respecto a los servicios de banca digital, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Gabriela Elisa Lujan Diaz Portillo (MAK) Ambar Judith Canale Ortega (MAK) Shirley Priscila Troncoso Cahuana (MAK) Sofía Raquel Martínez Salcedo (MAK)
<b>Docente Asesor</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>La transformación digital ha impactado en el sector financiero, posicionando a la banca digital como una alternativa eficiente y accesible para los consumidores. Este estudio analiza la percepción de los usuarios sobre los servicios de banca digital en Paraguay en 2025, evaluando factores como la comodidad, facilidad de uso, seguridad, confianza, influencia social y marketing digital. Se empleó un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados son jóvenes adultos, con un uso frecuente de las plataformas digitales: 37% utiliza estos servicios a diario y 31% mensualmente. La conveniencia y la facilidad de uso son percibidas de manera positiva por el 69% y 77% de los participantes, respectivamente. Sin embargo, un porcentaje menor experimenta dificultades en la navegación y la realización de transferencias. La influencia social y la percepción de tendencias digitales afectan parcialmente la adopción de la banca digital, mientras que la publicidad es recibida con credibilidad moderada. La investigación evidencia que, aunque la banca digital está en fase de consolidación y expansión, persisten desafíos relacionados con la brecha digital, la experiencia del usuario y la confianza en los servicios. En conclusión, la banca digital en Paraguay es valorada por su conveniencia y eficiencia, pero requiere mejoras continuas en seguridad, accesibilidad y confianza para ampliar su adopción y satisfacción del usuario.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Banca digital, percepción del consumidor, marketing digital, inclusión financiera, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de Información del Marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Preferencias de los consumidores de cemento en Limpio, Paraguay, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Angélica María Torres Balbuena (MAK) María del Rocío Mendiola Dotto (MAK) Camila Lujan Roa González (MAK)
<b>Docente Asesor</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación tiene como objetivo identificar los factores que influyen en la preferencia de los consumidores de la ciudad de Limpio hacia las marcas de cemento en el año 2025. Se utilizó una metodología cuantitativa, con un diseño no experimental, de corte transversal y alcance descriptivo. La recolección de datos se realizó mediante encuesta a 30 trabajadores del sector de la construcción. Los resultados indican que la mayoría de los encuestados son albañiles (70 %) y que la marca de cemento más utilizada es Vallemi (66,7 %), considerada líder por el 80 % de los participantes. La calidad se identifica como el factor más valorado (86,7 %), por encima del precio y la disponibilidad, mientras que el 50 % prioriza la durabilidad del cemento. Además, el 80 % de los encuestados ha cambiado de marca en algún momento. Se concluye que las decisiones de compra están influenciadas por la experiencia, la calidad percibida y la funcionalidad del producto.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Calidad, precio, preferencia, consumidor, marca.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de Información del Marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Importancia de la evaluación de desempeño laboral desde la perspectiva de los universitarios de instituciones privadas en Asunción-Paraguay, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Natasha Fabiola Vega Cuellar (VGRH) María Jorgelina Sosa Viera (VADM) Cecilia Magalí Fernández Velázquez (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) Myrna Ruiz Díaz (ECO)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo general de la investigación es determinar la importancia de la evaluación de desempeño laboral desde la perspectiva de los universitarios de instituciones privadas en Asunción-Paraguay, 2025. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo con diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. La población estuvo compuesta por 98.534 universitarios de instituciones privadas en la capital del Paraguay con una muestra de 655 que fue calculada bajo un 96% de nivel de confianza, 4% margen de error y 50% grado de heterogeneidad. La tasa de respuesta fue de 97% (638) participantes. Los criterios de inclusión fueron los siguientes: ser estudiante activo, estar matriculado en el año 2025 en una universidad privada ubicada en Asunción, tener un empleo y participar de manera voluntaria. Se encuestó mediante un cuestionario compuesto por 2 variables, 2 dimensiones, 4 indicadores y 19 ítems realizado por conveniencia en 2025. Los resultados relevan que el tipo de evaluación que llevan a cabo los participantes en su empresa es principalmente de 90° (81%), seguida por 180° (15%). Los ítems con mayores puntuaciones fueron el 5 “La evaluación es útil para el desarrollo personal”, 12 “Me agrada llevar a cabo la evaluación de 90°” y 18 “Se debería establecer un sistema para reconocer y recompensar el buen desempeño”, todos con la misma media (<math>x=4,9</math>). Se concluye que la evaluación del desempeño laboral es crucial en el entorno empresarial actual y aunque su implementación requiere tiempo y esfuerzo, es una oportunidad para el crecimiento continuo de la organización.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Desempeño laboral, lugar de trabajo, universitarios, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Proceso de administración de recursos humanos
<b>Carrera</b>	Gestión de Recursos Humanos
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Análisis bibliométrico del Onboarding en Web of Science, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Lorena Elina Aldama Ferreira (VGRH) Natasha Fabiola Vega Cuellar (VGRH) Cecilia Magalí Fernández Velázquez (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación tiene como objetivo realizar un análisis bibliométrico del Onboarding en Web of Science, 2025. Se hizo una revisión documental relacionados con los siguientes filtros: palabras clave ("onboarding" y "training"), años (2014 hasta enero de 2025), tipo de publicación (artículos originales), tipo de acceso (open access/acceso abierto) e idiomas (todos). Se identificaron un 131 documento para su análisis, recolección y los datos recogidos fueron analizados con el programa VOSviewer v1.6.20 y se enfocaron en las cantidades de publicaciones con sus citas de sus autores, co-ocurrencias de palabras clave y citas por países y journals. Los resultados resaltan que en el año 2024, se registró un pico máximo del 31% con 42 publicaciones; 98% están escritas en inglés; la prevalencia de las palabras clave, "Onboarding" destaca con 20 ocurrencias, "education" (educación) con 33 repeticiones y "training" (capacitación) con 15; Jennifer Hall es la autora más destacada con 78 citas por sus dos trabajos; Estados Unidos (USA) cuenta con 78 documentos y un total de 506 citas; el Journal of Athletic Training tiene 3 publicaciones y 40 citas. Finalmente, a pesar de que la revista Surgery solo ha publicado 2 artículos, estos han acumulado un notable total de 88 citas. Se concluye que el interés por el Onboarding se centra más en la ciencia de la salud que en el ámbito empresarial, demostrando de esta manera que existe aún amplio potencial para nuevas investigaciones y enfoques.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Onboarding, capacitación, bibliometría, Web of Science.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Desafíos históricos y actuales
<b>Carrera</b>	Gestión de Recursos Humanos
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Inteligencia Artificial en las empresas: Un análisis bibliométrico en Web of Science, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	María Jorgelina Sosa Viera (VADM) Lorena Elina Aldama Ferreira (VGRH) Cecilia Magalí Fernández Velázquez (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) Paola Rossana Dos Santos González (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación tiene como objetivo realizar un análisis bibliométrico de la Inteligencia Artificial (IA) en Web of Science, 2025. Se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Se identificaron trabajos científicos con la utilización de los siguientes filtros: palabras clave ("artificial intelligence" y "enterprise"), años (2006 a enero 2025), tipo de publicación (artículos originales), tipo de acceso (acceso abierto) e idiomas (todos). Se identificaron 1.649 documentos para su análisis. Los datos recogidos fueron analizados con el programa VOSviewer v1.6.20. Los resultados más relevantes fueron: En 2022 se llegó a la máxima cantidad de publicaciones (26,3% con 434 publicaciones); 99% publicado en el idioma inglés; artificial intelligence presentó 500 ocurrencias seguido de management con 112 repeticiones; autores como Kamel, Salah y Zawbaa, Hossam M. fueron los más citados con 31 publicaciones; la República Popular China cuenta la mayor cantidad de publicaciones (747 documentos y con una citación de 7.217 en total); entre otros. Se concluye que la IA se ha vuelto esencial en nuestra vida diaria, especialmente en el ámbito empresarial, transformando la forma en que trabajamos y comunicamos. Su integración ha generado nuevas oportunidades de innovación y se espera que la investigación en este campo continúe creciendo, promoviendo colaboraciones globales que mejoren la calidad de vida.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia Artificial, empresas, bibliometría, Web of Science.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Relevancia del Social Media Detox para los colaboradores en Paraguay, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	María Jorgelina Sosa Viera (VADM) Lorena Elina Aldama Ferreira (VGRH)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>Se tiene como objetivo analizar la relevancia del Social Media Detox (SMD) para los colaboradores en Paraguay, 2025. Se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transeccional y descriptivo. La población estuvo compuesta por un total de 2.623.827 personas con fuerza laboral registrada en el cuarto trimestre de 2022, con una muestra de 385 que fue calculada bajo un 95% de nivel de confianza, 5% de margen de error y 50% de grado de heterogeneidad. La tasa de respuesta fue del 91% (350). Los criterios de inclusión para el estudio fueron: tener más de 24 años de edad, ser asalariado del sector privado/público en la ciudad de Asunción y/o Gran Asunción, uso de redes sociales y participación voluntaria. Se llevó a cabo una encuesta utilizando un cuestionario que constaba de 2 dimensiones, 4 indicadores y 17 ítems, por conveniencia en 2025. Los resultados más relevantes fueron: la media de las dimensiones son Salud Mental (SM) (<math>x=3,1</math>) y Rendimiento Laboral (RL) (<math>x=2,9</math>). Además, se contempla que el ítem 4 “Se siente abrumado(a) por la cantidad de información que consume en las redes sociales” se coloca con la puntuación más elevada (<math>x=3,3</math>). No obstante, los ítems 12 “Usted necesita de las redes sociales para realizar su trabajo” (<math>x=1,9</math>), y 13 “Cree que desconectarse de las redes sociales durante la jornada laboral mejoraría su productividad” (<math>x=2,5</math>), obtuvieron las puntuaciones más bajas. Se concluye que la SMD es una estrategia excelente para realizar pautas parciales al consumo de contenidos en las redes sociales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Social Media Detox, Desintoxicación, Colaboradores, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Implementación de la Inteligencia Artificial en el uso óptimo de los recursos financieros de una empresa de telecomunicaciones en Paraguay, periodo 2022</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Richard Anthony Arévalos Centurión (ADM) Diego Ezequiel Muriel Rodas (ADM) Rodrigo Ezequiel Benítez Deleón (ICA) Sebastián Alejandro Escobar Garcete (ICA/ECO) Sebastián de Jesús Sánchez Ramírez (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El trabajo pretende analizar la implementación de la Inteligencia Artificial en el uso óptimo de los recursos financieros de una empresa de telecomunicaciones en Paraguay, periodo 2022. Se fundamentó en un enfoque cualitativo con un diseño no experimental de corte transversal y descriptivo. Se entrevistó a un funcionario con cargo administrativo de la empresa, aplicando un cuestionario de 18 preguntas cerradas por juicio en el 2025. Los resultados más relevantes fueron: Reducción de los costos operativos en un 12% en logística; detección y bloqueos de 4.500 transacciones sospechosas (representando un 40% de aumento en detección comparado con 2021); Automatización del 80% de los procesos contables (facturación, conciliaciones, cierre mensual); Cierre mensual pasó de 15 días a 5 días; Optimización de logística y transporte (ROI de 6:1); Automatización contable y nómina (ROI de 4,5:1) y Prevención de fraudes (ROI de 3,5:1) y el payback fue de aproximadamente 8 meses. Se concluye que la implementación de la IA en la empresa tuvo un impacto positivo en el uso óptimo de sus recursos financieros. La automatización de procesos, la mejora en la toma de decisiones y la reducción de costos operativos fueron resultados concretos que demuestran cómo la tecnología puede ser una aliada estratégica.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia artificial, gestión financiera, recursos financieros, telecomunicaciones</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración financiera
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Implementación de las tecnologías digitales en una microempresa de estudio creativo en Paraguay, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Yvanna María Yamila González Aquino (ADM) Marialis Yoisibel Brítez Medina (CON) Cristian Tobías Florentín (CON) Víctor David Álvarez Verón (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación analiza la implementación de las tecnologías digitales en una empresa del sector de estudio creativo en Paraguay, en el año 2025. Asimismo, se utilizó un enfoque cualitativo mediante tres entrevistas semiestructuradas a responsables de la empresa con una guía de 12 preguntas abiertas por juicio en el 2025. Los resultados muestran que herramientas como redes sociales y software de diseño gráfico son ampliamente utilizadas, permitiendo una mejor comunicación con los clientes y mayor visibilidad de la marca. Sin embargo, persisten barreras como la falta de capacitación técnica y la resistencia al cambio. El estudio concluye que la digitalización, pese a sus desafíos, ha tenido un efecto positivo en la productividad y competitividad de la empresa. Se proponen recomendaciones prácticas para fortalecer el proceso de adopción tecnológica.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Sector terciario, Paraguay, TIC</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Análisis de la adopción e implementación del sistema de transportes sostenibles en el Paraguay, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Ariana Mawae Torales Alcaraz (GTH) Jorge Alberto Giménez Chaves (GTH) Santiago Gerardo Zaracho Paredes (GTH)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) Hernan Suty (GTH)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo del trabajo es analizar la adopción e implementación del sistema de transportes sostenibles en el Paraguay, 2024. La presente investigación se basó en un enfoque cuantitativo de diseño no experimental, corte transversal con alcance descriptivo. La población consistió en 462.241 residentes de Asunción-Paraguay (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2022), cuya muestra de 119 participantes fue calculada bajo un nivel de confianza del 95%, margen de error del 9% y grado de heterogeneidad del 50%. La tasa de respuesta fue del 85.7% (102). El único requisito para la inclusión fue residir en la ciudad de Asunción-Paraguay. Se realizó una encuesta mediante un cuestionario de 11 preguntas cerradas, enviado vía WhatsApp por conveniencia en septiembre de 2024. Los resultados más relevantes fueron: 61,8% tienen alta perspectiva de que la implementación de este sistema sea sostenible a largo plazo, 52% afirman que el sistema actual no cuenta con gran capacidad para soportar un sistema de transporte sostenible y el 64,7% de las personas en general no está suficientemente informada sobre la importancia del transporte sostenible. Se concluye que la adopción e implementación de sistemas de transporte sostenibles en Paraguay es todo un reto para la modernización, pero con el compromiso de todos se puede lograr todo lo que se espera para este sistema.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Transporte, sostenibilidad, sector servicios, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Impacto económico, social y ambiental del turismo en Paraguay durante la post pandemia del COVID-19, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Danna Luz Rodríguez Fernández (GTH) Yennifer Dahiana Casal Irala (GTH) Hibel Bethania Colman Espínola (GTH)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) Hernan Suty (GTH)
<b>Resumen</b>	<p>Se tiene como objetivo identificar el impacto económico, social y ambiental del turismo en Paraguay durante la post pandemia de COVID-19, 2024. Se baso en un enfoque cualitativo no experimental, corte transversal y alcance descriptivo. Se realizó diez entrevistas a profesionales del área de turismo, considerando como criterios de inclusión ser profesional del área y participación voluntaria. El instrumento de recolección de datos estuvo compuesto por una guía de 9 preguntas abiertas, divididas en tres dimensiones, social (3), económico (3) y ambiental (3), por juicio en el 2024. Entre los resultados más relevantes, destacan: una reconfiguración en las decisiones de gasto turístico e impacto en la economía del sector, como el hotelero, transporte, agencias de viaje, etc. Cambio de comportamiento de los turistas, investigación de destinos previo al viaje vía internet, reservas de paquetes y diseño de itinerarios a medida. Un cambio notable, la disposición de los turistas a invertir en experiencias de calidad y seguridad. Socialmente, cambios temporales y otros permanentes como la apreciación por lo sostenible. Ambientalmente, la pausa del turismo masivo produjo beneficios notables, un equilibrio entre turismo y ambiente, como ser: playas más limpias, proyectos turismos sostenibles, valoración y conservación de áreas protegidas. Se concluye que el turismo, aunque afectado significativamente por la pandemia, encontró en la crisis oportunidades para redefinir prioridades y prácticas. La preferencia por el turismo de proximidad y destinos naturales beneficiaron a las economías locales, promoviendo los servicios en áreas rurales y zonas menos desarrolladas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Impactos, turismo, COVID-19, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Influencia de la Basílica de Caacupé en la economía local y la identidad cultural paraguaya mediante el turismo religioso, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Nadia Soledad Rodríguez Cantero (GTH) Analía Arami Fernández Morel (GTH) Stefania Monserrat Agüero Mancuello (GTH)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) Hernan Suty (GTH)
<b>Resumen</b>	<p>El presente trabajo tiene por objetivo analizar la influencia de la Basílica de Caacupé en la economía local y la identidad cultural del Paraguay mediante el turismo religioso. Se lleva a cabo un estudio con enfoque cualitativo, diseño no experimental, corte transversal y alcance descriptivo. Se llevó a cabo (5) cinco entrevistas a vendedores ambulantes y con puestos fijos que se encuentran en inmediaciones a la Basílica menor de Caacupé. La selección de los entrevistados se realizó de manera aleatoria. El instrumento de recolección de datos estuvo compuesto por una guía de 10 preguntas abiertas, dividida en dos categorías: CAT 1: Aspectos económicos (5) y CAT 2: Aspectos culturales (5), por juicio en el 2024. Los principales resultados muestran un importante impacto económico entre los días de gran afluencia y los días normales de visitas a la Basílica por peregrinos y turistas, generando ingresos por prestaciones de servicios de alimentación y ventas de productos principalmente, así como aspectos negativos como la congestión y contaminación de la ciudad. En relación con la identidad cultural, se expone que en definitiva la Basílica de Caacupé y la devoción a la Virgen forma parte importante de la identidad paraguaya que se ve reflejada por la unidad familiar, la trasmisión de creencias y tradiciones, y el fortalecimiento de la fe católica. Se concluye por tanto que en definitiva existe una gran influencia de la Basílica en el aspecto económico y cultural, el cual se ve impulsado por el turismo religioso.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Patrimonio, turismo religioso, identidad cultural, economía, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Marketing Social en Paraguay: Empresas que fomentan el Consumo Responsable</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Milagro Lujan Ortellado Espínola (MKT) Alejandro Blanco Barrios (MKT) María Belén Del Castillo Samudio (MKT)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación analiza el marketing social en Paraguay y cómo las empresas fomentan el consumo responsable a través de diversas tácticas. Con un enfoque cualitativo, descriptivo y exploratorio, se realizaron entrevistas y análisis documental en compañías reconocidas por sus prácticas sostenibles, como Artemera y Sika. Estas organizaciones aplican estrategias que incluyen materiales sostenibles, campañas educativas, reutilización de envases, certificaciones ambientales y la promoción de un consumo más consciente. Los resultados muestran que estas acciones generan una percepción favorable en los consumidores, fortaleciendo la fidelización, el posicionamiento de marca y la adopción de hábitos responsables. No obstante, persisten desafíos como la resistencia al cambio, la ausencia de campañas masivas y la necesidad de mayor educación ambiental. En conclusión, el marketing social se consolida como una herramienta clave para impulsar la sostenibilidad, la innovación empresarial y la relación marca-consumidor, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y generando beneficios económicos, sociales y ambientales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Empresa B, consumo responsable y economía circular.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de especialización del marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Evaluación de la gestión de coordinadores en viajes de egresados organizados por la agencia de viajes RoadTrip Viajes E.A.S: Calidad y seguridad desde la perspectiva de los estudiantes secundarios, 2024</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	María Betania Urbieta Almada (GTH)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>La investigación tiene como objetivo evaluar la gestión de los coordinadores en los viajes de egresados organizados por RoadTrip Viajes E.A.S, garantizando calidad y seguridad desde la perspectiva de los estudiantes secundarios en 2024. Se identificó el perfil de los coordinadores, su formación y capacitación, y se evaluó la percepción de los estudiantes sobre la calidad y seguridad de los viajes, analizando el impacto de la capacitación. Se utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Se realizaron encuestas a 139 estudiantes y entrevistas a 15 coordinadores. Los resultados mostraron que la mayoría de los coordinadores son mujeres jóvenes con experiencia significativa, aunque la duración y frecuencia de la capacitación varían, generando desigualdad en el nivel de preparación. Los estudiantes se mostraron satisfechos con la calidad y seguridad de los viajes, destacando la efectividad de la planificación y las medidas implementadas. La capacitación impactó positivamente en la percepción de los estudiantes, mejorando su experiencia. Por último, se proponen recomendaciones para mejorar la calidad y seguridad, como fortalecer la capacitación en manejo de emergencias y diversificar los perfiles de los coordinadores para garantizar una experiencia más segura y satisfactoria.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Gestión de coordinadores, calidad y seguridad, viajes de egresados, percepción de los estudiantes, capacitación</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia turística
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Rol del turismo gastronómico en la promoción de la cultura paraguaya</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Aramí Sofía Fernández Flores (GTH) María Jorgelina Sosa Viera (VADM)
<b>Docente Asesor</b>	Hernán Isidro Suty Segovia (GTH) Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo general de la investigación trata de determinar el rol del turismo gastronómico en la promoción de la cultura paraguaya, mediante un estudio cualitativo, no experimental, transversal, descriptivo y analítico. Se entrevistó a 11 referentes del sector turístico del país: docentes (3), chefs (3), historiador (1), funcionarios públicos (3) y promotor cultural (1), por juicio en el 2025. Los criterios de inclusión fueron: ser expertos del área turismo, gastronomía y cultura paraguaya, más de 5 años de experiencias en el sector y participación voluntaria. Se empleó una guía de 15 preguntas abiertas, considerando como categoría central el Turismo Gastronómico. Las subcategorías analizadas fueron: Percepción y Conocimiento del Turismo Gastronómico (1-3), Impacto Económico y Social (4-6), Colaboración y Apoyo Institucional (7-11) e Innovación y Futuro del Turismo Gastronómico (12-15). Los resultados demuestran la importante conexión entre turismo, gastronomía y cultura. El turismo gastronómico es un componente central dentro de los factores socioculturales, económicos y estratégicos. La cocina paraguaya destaca por sus ingredientes ancestrales y tiene gran potencial, impacta positivamente en la economía, pero, aún incipiente por la falta de apoyo gubernamental y del sector privado. En cuanto a innovación y futuro de este rubro se debe apostar por la mezcla de lo tradicional con lo moderno y la promoción digital. Se concluye que Paraguay tiene grandes oportunidades para el desarrollo del turismo gastronómico debido a su riqueza cultural y biodiversidad culinaria. La creación de más rutas gastronómicas y la integración con el turismo rural y comunitario son oportunidades clave.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Turismo gastronómico, cocina regional, cultura, tradición, ruta turística, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia turística
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Preferencias en la elección de movilidad: transporte privado (buses de larga distancia) o vehículo propio para viajar a Ciudad del Este o Encarnación, Paraguay (2025)</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Vicente de Jesús San Martín Bazán, Aramí Asunción Paredes Insfran, Janina Paola Páez Cabrera, Yanina Soledad Ruiz Díaz Meza
<b>Docente Asesor</b>	Carolina Espinola.
<b>Resumen</b>	<p>Este proyecto surgió con el objetivo de analizar los factores de preferencia de los turistas que viajan tanto a Encarnación como a Ciudad del Este, particularmente para saber qué vehículos prefieren utilizar (vehículos propios o buses de larga distancia) y mediante qué factores basan dichas preferencias. Estos últimos fueron determinados por ciertos criterios a los que llamaremos atributos, de los cuales podemos citar: comodidad, seguridad, costos, etc. La investigación se realizó con un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Esto fue mediante la implementación de encuestas, realizadas en línea, difundida a través de WhatsApp para una mayor accesibilidad. En base a los resultados se comprobó una importante inclinación por el vehículo propio como medio de transporte elegido. Se destacó también que hay áreas que se pueden mejorar, especialmente en cuanto a la seguridad y comodidad de los buses de larga distancia.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Turismo, movilidad, transporte, preferencia.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia turística
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Percepción y uso de las hierbas medicinales como pilar de la identidad cultural paraguaya en 2025.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Noemi Britez
<b>Docente Asesor</b>	Carolina Espinola.
<b>Resumen</b>	<p>Este proyecto de investigación busca analizar la percepción y el uso de las hierbas medicinales en la población de Asunción y Gran Asunción durante el año 2025. El objetivo principal es entender como las hierbas, conocidas popularmente como “yuyos”, no solo cumplen una función medicinal, sino que también actúan como un pilar fundamental de la identidad cultural paraguaya. La medicina tradicional, profundamente arraigada en el sincretismo de las culturas guaraníes y europeas, se manifiesta a diario en el consumo de tereré, mate y diversas infusiones. Este estudio explorará la transmisión generacional de este conocimiento, las prácticas de consumo en diferentes grupos demográficos y el simbolismo cultural asociado a las hierbas. Se utilizará una metodología mixta, combinando encuestas cuantitativas para medir la prevalencia del uso y entrevistas cualitativas para profundizar en las percepciones, creencias y experiencias personales de los participantes. Los resultados de esta investigación ofrecerán una comprensión más profunda sobre la vigencia de la medicina tradicional en un entorno urbano y su papel en la construcción y preservación de la identidad nacional. Este conocimiento podría ser útil para la formulación de políticas culturales, educativas y de salud que valoren y protejan este valioso patrimonio intangible del Paraguay.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Percepción, Hierbas medicinales, Identidad cultural, Medicina tradicional, Yuyos, Patrimonio inmaterial: La categoría que describe el valor de esta tradición, Transmisión intergeneracional, Cultura popular, Etnobotánica.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística.
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería.
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Impacto de la Dolarización de Reservas en la Autonomía Monetaria Paraguaya</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Lucero Vazquez
<b>Docente Asesor</b>	Marcelo Echague
<b>Resumen</b>	<p>Las reservas monetarias internacionales (RMI) se constituyen como un instrumento fundamental de la política monetaria, crediticia y cambiaria de un país. Los bancos centrales en ese sentido suelen erigirse como entes rectores de su administración, generación y custodia, buscando un equilibrio óptimo entre rendimiento y seguridad en lo que respecta a su inversión. En muchas economías en desarrollo sin embargo, se tiende a concentrar la mayoría de las RMI en dólares estadounidenses (USD), atendiendo a motivos históricos vinculados a su función como moneda de refugio ante sucesivas crisis de inestabilidad macroeconómica. En ese sentido, el caso del Banco Central del Paraguay (BCP) no escapa a dicha tendencia de acumulación de reservas en USD, y por ende corresponde analizar en esta investigación si tal situación no le resta autoridad monetaria a dicha entidad y si, en todo caso, pudieran recomendarse mejores opciones de administración de reservas para mejorar el retorno de estas inversiones. Una revisión de la literatura basada mayormente en buenas prácticas internacionales establecidas por el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y el Banco Internacional de Pagos, sugieren efectivamente que una mayor diversificación de RMI, tanto en instrumentos como en divisas extranjeras, conducen a resultados tangibles en materia de riesgo-rendimiento y autonomía monetaria. La experiencia positiva del Banco do Brasil parece indicar entonces el camino a seguir para el BCP a la hora de ajustar su propia formulación de políticas de administración de reservas en aras de una gradual desdolarización de las mismas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Banco Central del Paraguay, Reservas Monetarias Internacionales, Dolarización</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Política económica, macroeconomía y finanzas
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Movilidad Laboral, Determinantes de la Migración y Movimiento de Capital y Producto en Paraguay durante el Periodo 2003-2023</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Edgar González, Alexis Palma y Alan Keim
<b>Docente Asesor</b>	Marcelo Echague
<b>Resumen</b>	<p>La movilidad laboral puede considerarse como el movimiento geográfico y ocupacional que realizan las personas, generalmente en búsqueda de un mejor bienestar socioeconómico. Los determinantes de la migración, por su parte, son aquellos factores que inciden en la decisión de las personas de desplazarse de un lugar a otro (e.g. económicos, políticos, ambientales, etc.), mientras que el movimiento de capital implica la transferencia de recursos financieros entre países para maximizar rendimientos o fomentar el desarrollo (e.g. inversiones extranjeras directas (IDE), remesas internacionales, etc.). El movimiento de productos sin embargo se refiere a la circulación de bienes y servicios entre mercados, incluyendo tanto el comercio internacional como las cadenas de suministro global. Este estudio analiza entonces los flujos de movilidad laboral que se han venido realizando en Paraguay durante el periodo 2003-2023, en aras de identificar cuáles fueron los principales determinantes de la migración y su consecuente impacto en el movimiento de capitales y circulación de bienes y servicios. Resultados preliminares indican que al eliminarse barreras de movilidad laboral, ésta no solo contribuye a la mejora de condiciones de vida de los trabajadores, sino que también impulsa la innovación y crecimiento económico redistribuyendo eficientemente los recursos humanos. La migración laboral paraguaya hacia España ilustra además cómo factores económicos, sociales y políticos influyen en la decisión de las personas de buscar oportunidades en el extranjero, mientras que el movimiento de capitales y productos impactan significativamente el mercado laboral paraguayo, cuya economía es sensible a exportaciones agropecuarias e inversiones extranjeras.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Movilidad Laboral, Movimiento de Capitales y Productos, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Política económica, macroeconomía y finanzas
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Cambio Climático y sus Efectos en los Modelos Productivos Agropecuarios del Paraguay: Estrategias y Políticas Innovadoras para un Desarrollo Sostenible</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Edgar Gonzalez Carlos Montiel
<b>Docente Asesor</b>	Marcelo Echague
<b>Resumen</b>	<p>OBJETIVO: Identificar acciones y proponer estrategias que ayuden a la adaptación y mitigación de los efectos del cambio climático para fortalecer los sistemas productivos agropecuarios del Paraguay en aras de su desarrollo sostenible. METODOS Y MATERIALES: Se utiliza un enfoque cualitativo con alcance descriptivo-explicativo, basado en literatura relevante, registros históricos y proyecciones, a fin de comprender cómo las variaciones climáticas afectan aspectos críticos de la agricultura y seguridad alimentaria. Además, se realiza un análisis del Chaco Paraguayo con ejemplos de prácticas de adaptación y mitigación por parte de los productores. Asimismo, se incluye un análisis crítico de las políticas públicas actuales relacionadas con la adaptación al cambio climático y enfoques de agricultura y ganadería sostenible en Paraguay. RESULTADOS Y DISCUSIÓN: El análisis confirma un aumento promedio de la temperatura en 1.5°C para el Paraguay desde 1960, además de variaciones pluviométricas extremas, lo cual influye en el desempeño del sector agropecuario. Simulaciones climáticas prevén un aumento de hasta 4.8°C en el Chaco para fines del siglo XXI, intensificándose las sequías y precipitaciones extremas, ante lo cual se sugieren políticas de adaptación y mitigación que puedan reducir hasta en un 50% las pérdidas económicas previstas. En ese sentido, y a pesar de no ser sencilla su implementación efectiva, la agricultura y ganadería regenerativa (R2A) constituye una estrategia de producción sostenible que ayuda a capturar dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), reduciendo asimismo las emisiones de óxido nitroso (N<sub>2</sub>O) y gas metano (CH<sub>4</sub>). CONCLUSIONES: El cambio climático representa un desafío mayúsculo para países como el Paraguay, cuya producción está íntimamente relacionada al sector agropecuario. La R2A se erige entonces como una alternativa prometedora para su mitigación y adaptación, aunque con restricciones no menores en materia de incentivos económicos, acceso a tecnología, coordinación público-privada y educación ambiental para asegurar el futuro sostenible del país.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Cambio climático, modelos productivos agropecuarios, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Economía Verde
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Exploración vexilológica en las banderas de América: una herramienta para el estudio geográfico</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Janice Adriana Britez Ruiz Diaz. Sofia Lorena Barrios Ojeda.
<b>Docente Asesor</b>	Francisco Cruz Cardentey
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación analiza los elementos simbólicos de las banderas oficiales de los países de América, con el propósito de valorar su potencial como recurso pedagógico en la enseñanza de la Geografía Turística. El estudio parte de la inquietud de comprender qué representan estos emblemas y cómo pueden convertirse en herramientas didácticas que integren historia, geografía e identidad cultural. El trabajo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo con base heurístico-hermenéutica, abarcando las banderas de América del Norte, América Central y el Caribe, y América del Sur. El análisis se realizó en dos niveles: iconográfico, destinado a identificar colores, fauna, flora, astros y paisajes; e iconológico, orientado a interpretar los significados en relación con la identidad y la geografía de cada nación. Los resultados muestran que los colores, los elementos naturales y biogeográficos son símbolos recurrentes que evocan procesos de independencia, diversidad cultural y unidad regional. Las banderas se revelan como lenguajes visuales que refuerzan la pertenencia y la memoria colectiva de los pueblos. Se proponen estrategias didácticas innovadoras que estimulan competencias críticas, colaborativas y creativas. Las banderas de América constituyen no solo emblemas de identidad nacional, sino también herramientas pedagógicas de gran valor en la enseñanza de la Geografía Turística.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Vexilología, geografía turística, identidad cultural, símbolos nacionales, estrategias didácticas.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística.
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería.
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Patrimonio Cultural y Turismo: La Filigrana en Luque como atractivo turístico y medio de subsistencia". Nota: Obtuvo el primer lugar en el concurso</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Analía Fernández y Chiara Núñez
<b>Docente Asesor</b>	Fabiola Sánchez Bobadilla y Hernán Isidro Sutti Segovia.
<b>Resumen</b>	<p>La investigación tuvo como objetivo analizar el potencial de la filigrana de Luque como atracción turística y medio de subsistencia, mediante un enfoque cualitativo, no experimental, de corte transversal, exploratorio-descriptivo. La población la conformó diecinueve artesanos de la ciudad de Luque dedicados a la orfebrería y principalmente a la técnica de la Filigrana. Como técnica e instrumento de recolección de datos se tuvo la entrevista y una guía de preguntas con veinticuatro ítems y cinco categorías: Aspectos sociodemográficos (P1-5), Perfil productivo del artesano (P6-13), Perfil comercial del artesano (P14-18), Vinculación cultural y turística de oficio artesanal (P19-20) y Vinculación institucional y percepción sobre el oficio y su sostenibilidad (P21-24) aplicados en mayo de 2025 por conveniencia. Los resultados indican que la mayoría de los artesanos están en avanzada edad, principalmente hombre, con años dedicado al oficio y a la técnica de Filigrana. Los procesos productivos son altamente especializados y requieren mucha creatividad y técnica, las herramientas y maquinarias actualmente siguen siendo de elaboración manualmente como la artesanía. La filigrana es un medio de subsistencia para muchas familias que aprendieron la técnica de generación en generación, es muy valorada por turistas de distintas latitudes que visitan la ciudad, sin embargo, existen factores que ponen en riesgo su continuidad como ser: falta de interés por aprender el oficio y de políticas justas para los artesanos. Se concluye la filigrana de Luque es una tradición viva, de trasmisión generacional; representa un pilar de la identidad cultural sostén económico y atractivo turístico.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Artesanía, Filigrana, Turismo, Patrimonio, Luque.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística.
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería.
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>La importancia del valor de una marca en el éxito de una franquicia</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Thais Milagros Araújo Espínola Adriana Jazmín Martínez Martínez
<b>Docente Asesor</b>	Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Resumen</b>	<p>En la presente investigación se analizó la importancia del valor de marca sobre el éxito de una franquicia, específicamente en términos de atracción de clientes, fidelidad a la marca y el desarrollo de los clientes. Los objetivos generales a analizar primeramente es estudiar los componentes del valor de marca que son más relevantes para el éxito de una franquicia, describir la relación entre el valor de marca y la percepción del consumidor e identificar las estrategias de branding para fortalecer el valor de marca en la franquicia. En cuanto a la metodología, el presente estudio fue cualitativo, de diseño no experimental, transversal, descriptivo. Los hallazgos revelaron que el valor de marca les permite a los franquiciados ser identificados por el reconocimiento de la empresa y tener una ventaja sobre los competidores, logrando una retención de clientes a largo plazo que influye en su percepción de calidad y confianza y en el regreso. Por lo tanto, se puede concluir que el valor de marca es fundamental para garantizar la sostenibilidad de una franquicia. La administración del branding y la experiencia en el lugar del cliente la concordancia es esenciales para mantener la fidelización del cliente y establecer la preferencia sobre los competidores.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Empresa, innovación, competencia, mercado, imagen de la marca, persuasión</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Mejoramiento de la calidad en los procesos de producción en empresas industriales mediante el uso de la inteligencia artificial</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Miguel Ángel Lenguaza Albornó Joel Kenyi Sosa Aoyama
<b>Docente Asesor</b>	Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Resumen</b>	<p>El estudio analiza cómo las franquicias digitales pueden mejorar su rendimiento centrandó su atención en la experiencia del usuario. Se identifican cuatro aspectos fundamentales: personalización, usabilidad, inteligencia artificial y optimización del proceso de compra. Un caso relevante es el de Petrobras, que mediante su plataforma Premia, ofrece beneficios personalizados utilizando promociones, lo que favorece la retención y conversión de clientes. La interfaz de Premia, fácil de usar y amigable, mejora la experiencia de compra al minimizar las dificultades en el proceso de adquisición. Además, el estudio subraya la relevancia de la usabilidad en las plataformas digitales y resalta que Petrobras ha implementado modificaciones para mejorar la navegación en distintos dispositivos. La empresa también utiliza chatbots para ofrecer atención personalizada y responder rápidamente a las necesidades de los usuarios, aunque continúa investigando soluciones de IA más sofisticadas para optimizar la interacción. Se llevó a cabo mediante un enfoque cualitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal y descriptivo. A través de entrevistas semiestructuradas con los responsables de la plataforma Premia de Petrobras, se logró una comprensión profunda y contextualizada de las percepciones y experiencias dentro de la empresa. Este enfoque permitió examinar las prácticas actuales de personalización e IA sin alterar las variables, observando los fenómenos en su entorno natural. El estudio se centró en describir de manera detallada los desafíos y prácticas de Petrobras en la mejora de la experiencia del usuario digital. La investigación concluye que la integración de tecnologías emergentes y el análisis de datos son esenciales para mejorar la experiencia del usuario, incrementar la satisfacción y fortalecer la competitividad de las franquicias digitales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia artificial, usuario, digital, optimización, atención.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Paralelismo entre tipos de liderazgo en empresas del rubro finanzas</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Renzo Fogliati
<b>Docente Asesor</b>	Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio examina los distintos tipos de liderazgo en compañías del sector financiero, particularmente en bancos convencionales y fintechs, con la finalidad de determinar analogías y discrepancias en sus métodos de administración. La investigación se ocupa tanto del enfoque teórico de los estilos de liderazgo como del análisis práctico, valorando su influencia en el rendimiento organizacional y en la adaptación a ambientes de rápida transformación. El estudio resalta la tendencia de los bancos, marcados por una estructura jerárquica, a adoptar estilos de liderazgo más convencionales como el transaccional y autocrático, lo que promueve el control y la estabilidad requeridos en un sector regulado. Por otro lado, las fintechs, que funcionan en ambientes versátiles y cambiantes, promueven estilos de liderazgo transformacional y democrático, fomentando la creatividad y la capacidad de adaptación en un entorno de innovación acelerada. A través de un enfoque cualitativo, se recolectan y examinan datos de fuentes académicas para proporcionar una visión comparativa que pueda resultar beneficiosa tanto en el contexto académico como para expertos en el campo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Banco, Finanzas, Liderazgo</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>El liderazgo y su influencia en el clima organizacional dentro de la empresa Chacomer S.A.E.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Fiorella Soto Larramendia Melanie Wlk
<b>Docente Asesor</b>	Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Resumen</b>	<p>El clima organizacional es considerado un motor fundamental para la consecución de los objetivos de una empresa. En este contexto, el liderazgo presenta una determinada influencia en el clima laboral, afectando factores como la confianza, la motivación y el trabajo en equipo. La presente investigación tiene como objetivo demostrar la influencia del liderazgo en el clima organizacional dentro de la empresa Chacomer S.A.E, señalando en particular cómo el liderazgo afecta la motivación y satisfacción de sus subordinados. Se aplicó el método de enfoque cuantitativo de diseño no experimental, corte transversal y descriptivo. La población estuvo conformada por un total de 21 colaboradores de la empresa y el criterio de inclusión fue ser colaborador del departamento de Comercio Exterior de la empresa, obteniendo una tasa de respuesta del 100%. Se demostró que un liderazgo apropiado genera una atmósfera de trabajo caracterizada por la confianza, el trabajo en equipo y una comunicación efectiva, que son esenciales para un ambiente laboral saludable. Aunque los resultados son mayormente positivos, se han identificado algunos aspectos negativos relacionados con la necesidad de una mayor consistencia en el fomento de la libertad de opinión y el fortalecimiento del apoyo por parte de los líderes. La fuerte cohesión del liderazgo interno se vuelve importante para preservar la unidad y la lealtad del equipo y se proponen futuras medidas para mejorar el liderazgo y el ambiente laboral, lo que beneficiará tanto a los empleados como a la organización.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Liderazgo, ambiente laboral, influencia, empresa, colaborador.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Habilidades necesarias para la implementación del liderazgo efectivo en el siglo XXI.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Giovanna Nicole Rotela Ocampo Kevin Fabricio Viñuales Raimondi
<b>Docente Asesor</b>	Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Resumen</b>	<p>La capacidad para adaptarse rápidamente a los entornos cambiantes, lo que permite a los líderes enfrentar de manera eficaz situaciones de incertidumbre, como crisis económicas hasta la implementación de nuevos avances tecnológicos. La investigación del presente trabajo tiene como objetivo la investigación de las habilidades necesarias para la implementación de un liderazgo efectivo en el siglo XXI, la metodología utilizada fue de diseño no experimental, corte transversal, descriptivo con un enfoque cualitativo. Entre los principales hallazgos, se puede identificar que las habilidades blandas como la inteligencia emocional, el pensamiento crítico y habilidades comunicativas y colaborativas son fundamentales para que los líderes puedan afrontar los desafíos actuales que están marcados por constantes cambios. También se pudo lograr identificar que el liderazgo efectivo debe de ir más allá de los objetivos económicos y que debe de incluir la sostenibilidad y el impacto social en sus estrategias, lo cual está en la línea de enfoque con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente al ODS 8, sobre trabajo decente y crecimiento económico. Se concluye que las habilidades necesarias para el liderazgo efectivo en la actualidad deben de centrarse específicamente en el desarrollo del talento humano, fomentando de esa manera la innovación, la inclusión y el bienestar para poder guiar a las organizaciones hacia el éxito en un mundo competitivo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Habilidades interpersonales, empresa, liderazgo, talento humano.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Consideración de la adaptación cultural para la expansión de franquicias</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Paloma Isabelle Palomares Paredes Violeta María Sol Matta Pérez
<b>Docente Asesor</b>	Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Resumen</b>	<p>La investigación explora las estrategias culturales empleadas por las franquicias para penetrar en nuevos mercados, resaltando casos de éxito como McDonald's y Starbucks. La técnica es cualitativa y descriptiva, enfocándose en examinar casos en su ambiente natural sin alterar las variables, lo que permite un estudio minucioso de las diferencias culturales. Los hallazgos indican que la integración cultural es esencial para lograr el éxito en los mercados globales, al fomentar la relación con los clientes locales y superar dificultades. En conclusión, la investigación muestra que la capacidad de ajustarse culturalmente no solo mejora el rendimiento económico de las empresas franquiciadas, sino que también fortalece su vínculo con los clientes, fomentando un desarrollo sostenido y una amplia aceptación en el mercado global.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Cultura, negocio, crecimiento económico, empresa</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Análisis de benchmarking enfocado centros de deportes y de fitness.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Gabriel Alfonso Santiago Laws
<b>Docente Asesor</b>	Carlos Rafael Riquelme Benítez
<b>Resumen</b>	<p>Esta investigación se enfoca en el estudio del uso del benchmarking en los centros deportivos y de fitness, en busca de identificar políticas que permitan incrementar la competitividad y la calidad de los servicios prestados. El benchmarking, como herramienta, es considerado como una técnica que permite a las organizaciones medir sus procesos con respecto a los mejores en la industria, y, por lo tanto, incorporar mejores prácticas en todos los procesos y dar más peso a la mejora. La metodología utilizada para investigar el tema sigue un enfoque no experimental, transversal y descriptivo que permitió recabar la información suficiente del benchmarking en los centros deportivos y de fitness para lograr los objetivos de investigación propuestos. El estudio también establece el papel desempeñado por algunos de los indicadores clave de desempeño (KPI) que incluyen la tasa de retención de clientes y su nivel de satisfacción, así como la eficiencia operativa de la práctica deportiva. Los resultados analíticos tienen como bases empíricas la adopción eficaz del benchmarking por parte de los centros de deporte para poder ganar fuerza y ubicar oportunidades de mejora para enfrentar retos de recolección y manejo de datos que sean precisos, así como situarse dentro de criterios actuales que son el uso de nuevas tecnologías que van surgiendo en el sector. Además, se concluye que los centros que emplean benchmarking de manera sistemática logran adaptarse a las demandas del mercado, fortalecen su posición competitiva y mejoran la experiencia del cliente, lo que asegura su crecimiento sostenible. En definitiva, la investigación confirma que el benchmarking es esencial para la gestión estratégica, permitiendo a los centros deportivos la optimización de sus procesos y alcanzar una ventaja competitiva a largo plazo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Deportista, Optimización, Tecnología, Mercado, Procesos</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y Gestión Empresarial
<b>Carrera</b>	Administración de Empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Evaluar la viabilidad de producir y exportar alimentos para mascotas a base de arroz al mercado de Uruguay, periodo 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Magali Brönstrup Ortellado
<b>Docente Asesor</b>	Prof. Dr. Osvaldo Daniel Cajé Villalba
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación surge de la necesidad de potenciar la industria arrocera paraguaya mediante el aprovechamiento de sus subproductos en la elaboración de alimentos para mascotas, con el fin de generar valor agregado y diversificación productiva. El estudio se centró en evaluar la viabilidad de producir y exportar este tipo de alimentos a base de arroz hacia el mercado uruguayo, considerando tanto aspectos económicos como sociales y técnicos. Se adoptó un enfoque mixto, combinando entrevistas a referentes de la empresa Farmer S.A., responsable de la producción, con encuestas dirigidas a consumidores potenciales y profesionales del área veterinaria, permitiendo un análisis integral de la percepción del producto y su aceptación en el mercado objetivo. Los resultados evidenciaron una percepción positiva hacia el alimento, destacando su accesibilidad, valor nutricional y respaldo profesional. Desde la perspectiva cuantitativa, el 64,3% de los consumidores mostró disposición a adquirir el producto y el 76,9% de los veterinarios lo recomendó en la dieta de las mascotas. Asimismo, se verificó que la empresa posee infraestructura, experiencia y capacidad logística adecuadas para implementar la línea de producción, cumpliendo con los requisitos normativos necesarios para la exportación. El análisis del mercado uruguayo, incluyendo factores PESTEL, identificó oportunidades en un entorno estable, junto a desafíos regulatorios y competitivos. En conclusión, la investigación demuestra que la iniciativa es económicamente viable, socialmente pertinente y alineada con los lineamientos de sostenibilidad del ODS 12, constituyéndose en oportunidad estratégica para optimizar los recursos del sector arrocero paraguayo y atender una demanda creciente en el Uruguay.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Arroz para mascotas, exportar, Uruguay, valor agregado, sostenibilidad</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercio Exterior y Logística
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>El papel de las redes sociales en la elección de destinos turísticos: un análisis de tendencia de comportamientos en los alumnos de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Americana.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Eleimi Santner Cristaldo
<b>Docente Asesor</b>	Mcs Francisco Cruz Cardentey
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación tuvo como objetivo analizar la influencia de las redes sociales en la elección de destinos turísticos por parte de los estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Americana. Se adoptó un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas. Desde la perspectiva cuantitativa, se aplicaron encuestas bajo un diseño no experimental, de corte transversal y alcance exploratorio-descriptivo, a una muestra de 65 alumnos. Desde la dimensión cualitativa, se realizaron focus group con el propósito de profundizar en las percepciones y significados que los estudiantes atribuyen al uso de las redes sociales en sus decisiones de viaje. Los resultados cuantitativos muestran que las redes sociales ejercen una influencia directa en las decisiones de viaje de los estudiantes, al consolidarse como principales fuentes de información, inspiración y comparación de destinos. A su vez, los hallazgos cualitativos refuerzan esta tendencia, al evidenciar la preferencia por contenidos visuales y auténticos, como videos, reseñas y comentarios de usuarios, lo que revela que los estudiantes valoran más la cercanía y la utilidad práctica que la publicidad institucional o comercial. Los resultados aportan nuevas perspectivas para la comprensión del turismo juvenil en el entorno digital</p> <p><b>Palabras clave:</b> Redes sociales, turismo juvenil, estudiantes universitarios, elección de destinos turísticos, influencia digital.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Factores de decisión alimentaria en estudiantes universitarios: una mirada desde el marketing social</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Bareiro Ihara; Delgado Andrea; Fischer Valentina; Mendieta Gisselle; Siemens, Valeria
<b>Docente Asesor</b>	Roberto Fonseca
<b>Resumen</b>	<p>El estudio analizó los efectos de la alimentación en el bienestar físico y académico de estudiantes del primer semestre de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Americana (sede Asunción) en el año 2025. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, con diseño no experimental. Los datos fueron recolectados a través de una encuesta estructurada, la cual fue respondida por 16 estudiantes. Se vincula con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 3 sobre Salud y Bienestar, el que regula en su meta 3 d) reforzar la capacidad de todos los países, en particular los países en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los riesgos para la salud. Los resultados evidenciaron una baja frecuencia en el consumo de frutas y verduras, una alta ingesta de productos ultraprocesados, omisión frecuente del desayuno y escasa hidratación. A pesar de ello, la mayoría de los encuestados manifestó que una alimentación equilibrada mejora su energía, estado físico general, concentración y desempeño académico. Entre los principales obstáculos reportados se identificaron: la limitada oferta de opciones saludables en el campus, el elevado costo de los alimentos nutritivos y la falta de organización personal. El estudio concluyó que el conocimiento nutricional, aunque presente, no se traduce automáticamente en prácticas saludables si no se acompaña de un entorno favorable y estrategias de apoyo institucional.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Alimentación saludable, estudiantes universitarios, bienestar físico y académico, hábitos alimentarios, barreras nutricionales</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de información de marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Educación Financiera y Criptoconomía en Paraguay desde la Percepción de los Estudiantes de la Carrera de Economía de la Universidad Americana</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Isaac Fernández Durán
<b>Docente Asesor</b>	Dra. C. Viviana Romero Hitchman
<b>Resumen</b>	<p>La investigación explora el conocimiento, la percepción y el uso de criptomonedas entre estudiantes universitarios en Paraguay, combinando revisión teórica y análisis empírico. El estudio evidencia que la adopción de criptomonedas es incipiente, aunque existe interés en su potencial como herramienta de innovación tecnológica y como oportunidad de inversión. Los estudiantes reconocen tanto beneficios como riesgos asociados a la criptoconomía, reflejando una percepción crítica y equilibrada. Asimismo, se identifica un desconocimiento general sobre aspectos operativos, como los exchanges, y sobre los impactos ambientales de la criptominería, lo que señala carencias educativas en sostenibilidad y gestión tecnológica. La investigación resalta la importancia de integrar contenidos de criptoconomía en la formación universitaria y la necesidad de fortalecer el marco regulatorio, evidenciando barreras académicas, legales y tecnológicas. Estos hallazgos subrayan la pertinencia de intervenciones coordinadas entre el ámbito educativo, académico y legislativo para promover un desarrollo seguro y sostenible de la criptoconomía en Paraguay.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Adopción de criptomonedas, Percepción estudiantil, Beneficios y riesgos, Conciencia ambiental, Regulación educativa</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Política Económica, macroeconomía y finanzas
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Presencial

**Título**

**La Inversión extranjera directa y el capital humano en Paraguay: análisis desde la perspectiva de actores clave. Período 2014-2024**

**Autor  
(Alumno)**

Diego Luis Silva Villalba  
Alexander Federico Van Landeghem Gomez

**Docente  
Asesor**

Dra. Lidia Gómez de la Fuente Sanabria

**Resumen**

La presente investigación analiza la relación entre la inversión extranjera directa (IED) y el desarrollo del capital humano en Paraguay, considerando esta interacción como una estrategia clave para el crecimiento económico sostenible del país. En un entorno internacional cada vez más competitivo, la calidad del capital humano se ha vuelto determinante para atraer inversiones.

Se parte del supuesto de que la IED no solo representa una fuente de financiamiento, sino también un canal para la transferencia de conocimientos, tecnologías y estándares de gestión. En este contexto, se explora el grado en que las empresas multinacionales que operan en Paraguay impulsan la formación de capacidades locales.

Mediante el análisis de las percepciones de actores del sector público, privado y académico, se identifican las principales oportunidades y desafíos para que la IED actúe como catalizador del desarrollo del capital humano. Se concluye que su verdadero impacto dependerá de la capacidad del país para consolidar marcos institucionales estables y fomentar la cooperación público-privada.

**Palabras clave:** Inversión extranjera directa, capital humano, desarrollo económico, Paraguay, articulación institucional

**Línea de  
Investigación**

Política Económica, macroeconomía y finanzas

**Carrera**

Economía

**Modalidad**

Presencial

<b>Título</b>	<b>Movilidad laboral, determinantes de la migración y movimiento de capital y producto en Paraguay durante el periodo 2003-2023</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Edgar González, Alexis Galeano Palma, Alan Keim
<b>Docente Asesor</b>	Marcelo Echagüe
<b>Resumen</b>	<p>La movilidad laboral puede considerarse como el movimiento geográfico y ocupacional que realizan las personas, generalmente en búsqueda de un mejor bienestar socioeconómico. Los determinantes de la migración, por su parte, son aquellos factores que inciden en la decisión de las personas de desplazarse de un lugar a otro (e.g. económicos, políticos, ambientales, etc.), mientras que el movimiento de capital implica la transferencia de recursos financieros entre países para maximizar rendimientos o fomentar el desarrollo (e.g. inversiones extranjeras directas (IDE), remesas internacionales, etc.). El movimiento de productos sin embargo se refiere a la circulación de bienes y servicios entre mercados, incluyendo tanto el comercio internacional como las cadenas de suministro global. Este estudio analiza entonces los flujos de movilidad laboral que se han venido realizando en Paraguay durante el periodo 2003-2023, en aras de identificar cuáles fueron los principales determinantes de la migración y su consecuente impacto en el movimiento de capitales y circulación de bienes y servicios. Resultados preliminares indican que al eliminarse barreras de movilidad laboral, ésta no solo contribuye a la mejora de condiciones de vida de los trabajadores, sino que también impulsa la innovación y crecimiento económico redistribuyendo eficientemente los recursos humanos. La migración laboral paraguaya hacia España ilustra además cómo factores económicos, sociales y políticos influyen en la decisión de las personas de buscar oportunidades en el extranjero, mientras que el movimiento de capitales y productos impactan significativamente el mercado laboral paraguayo, cuya economía es sensible a exportaciones agropecuarias e inversiones extranjeras.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Movilidad Laboral, Migración, Movimiento de Capitales y Productos, Crecimiento y Desarrollo Económico, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Crecimiento y Desarrollo Económico
<b>Carrera</b>	Economía
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Análisis de los delitos ambientales desde la óptica de la auditoría ambiental: con énfasis en la deforestación en el Paraguay</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Victorina Acosta
<b>Docente Asesor</b>	Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>La investigación analizó los delitos ambientales desde la óptica de la auditoría ambiental, con énfasis en la deforestación en Paraguay. Se empleó una metodología cualitativa, de tipo descriptivo-documental, basada en la revisión normativa y el estudio de un caso real correspondiente a una cantera ubicada en Yabebyry, Departamento de Misiones. Los resultados permitieron identificar delitos frecuentes como la tala sin licencia, la quema de vegetación no autorizada, la deforestación en zonas protegidas y la falsificación de informes técnicos. Se elaboró un cuadro de indicadores que vincula dichas prácticas con las leyes aplicables, y se concluyó que la auditoría ambiental constituye una herramienta clave para la prevención, fiscalización y denuncia de delitos ambientales, siempre que esté acompañada por una aplicación rigurosa del marco legal vigente.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Auditoría ambiental, deforestación, delitos ambientales, legislación paraguaya, fiscalización.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Auditoría
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>Uso del plástico por los estudiantes del primer semestre de la Universidad Americana</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Sol Riquelme. Cristhian Alonso. María Arce. Sofia Rodas. Gissela Rodriguez.
<b>Docente Asesor</b>	Roberto Fonseca Feris
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo de investigación tiene como propósito analizar el uso del plástico por parte de los estudiantes del primer semestre de la Universidad Americana, durante el año 2025. El enfoque es de diseño cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental-transversal. Se aplicó una encuesta dirigida a los estudiantes que frecuentan el patio de comidas de la universidad. La población estuvo compuesta por alumnos del primer semestre de las carreras Marketing y e Ingeniería Comercial. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y se obtuvo una muestra total de 38 participantes. La investigación se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12 relacionado con la producción y consumo responsable, que tiene como meta 12.5 reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización. De los resultados se identificaron como principales fuentes de consumo los vasos plásticos y envases de Tecnopor, lo que evidencia una fuerte presencia de productos de un solo uso dentro del entorno universitario. Un hallazgo principal se relacionó con el hecho de que si bien los estudiantes reconocen el impacto ambiental que genera el uso del plástico, no practican el reciclaje ni la reutilización. Aun así, se nota una buena disposición al cambio, sobre todo si existe alternativas accesibles, más información y apoyo institucional. Por eso, se propone unas ideas sostenibles, como usar utensilios biodegradables, llevar botellas reutilizables y promover campañas de reutilización.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Plástico, consumo, estudiantes universitarios, sostenibilidad, reciclaje.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de información del marketing
<b>Carrera</b>	Marketing - Ingeniería Comercial
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Rol del turismo gastronómico en la promoción de la cultura paraguaya</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Aramí Sofía Fernández Flores María Jorgelina Sosa Viera
<b>Docente Asesor</b>	Hernán Isidro Suty Segovia Chap Kau Kwan Chung
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo general de la investigación trata de determinar el rol del turismo gastronómico en la promoción de la cultura paraguaya, mediante un estudio cualitativo, no experimental, transversal, descriptivo y analítico. Se entrevistó a 11 referentes del sector turístico del país: docentes (3), chefs (3), historiador (1), funcionarios públicos (3) y promotor cultural (1), por juicio en el 2025. Los criterios de inclusión fueron: ser expertos del área turismo, gastronomía y cultura paraguaya, más de 5 años de experiencias en el sector y participación voluntaria. Se empleó una guía de 15 preguntas abiertas, considerando como categoría central el Turismo Gastronómico. Las subcategorías analizadas fueron: Percepción y Conocimiento del Turismo Gastronómico (1-3), Impacto Económico y Social (4-6), Colaboración y Apoyo Institucional (7-11) e Innovación y Futuro del Turismo Gastronómico (12-15). Los resultados demuestran la importante conexión entre turismo, gastronomía y cultura. El turismo gastronómico es un componente central dentro de los factores socioculturales, económicos y estratégicos. La cocina paraguaya destaca por sus ingredientes ancestrales y tiene gran potencial, impacta positivamente en la economía, pero, aún incipiente por la falta de apoyo gubernamental y del sector privado. En cuanto a innovación y futuro de este rubro se debe apostar por la mezcla de lo tradicional con lo moderno y la promoción digital. Se concluye que Paraguay tiene grandes oportunidades para el desarrollo del turismo gastronómico debido a su riqueza cultural y biodiversidad culinaria. La creación de más rutas gastronómicas y la integración con el turismo rural y comunitario son oportunidades clave.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Turismo gastronómico, cocina regional, cultura, tradición, ruta turística, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística.
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería.
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Innovación tecnológica para la revitalización del turismo cultural en el centro histórico de Asunción. Caso: Puerto de Asunción, Museo Monseñor Juan Sinforiano Bogarín y Manzana de la Rivera.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Montserrat Coronel, Yeruti Dávalos, Nuria Moreira
<b>Docente Asesor</b>	Fabiola Sánchez Bobadilla
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación tiene por objetivo analizar las condiciones para la implementación de estrategias de innovación tecnológica para potenciar la gestión, promoción y experiencia turística de tres sitios patrimoniales de Asunción, como el Puerto, el Museo Monseñor Juan Sinforiano Bogarín y la Manzana de la Rivera. Esta investigación se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y de enfoque descriptivo. Para el estudio se tomó como muestra 3 (tres) sitios patrimoniales de centro de Asunción, resultado por conveniencia. Los criterios de inclusión fueron: la localización, el valor patrimonial y cercanías contiguas. La recolección de datos se llevó a cabo entre los meses de junio y julio del año 2025, mediante visitas a los sitios patrimoniales, así como análisis bibliográfico, observación y registro. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron: una ficha, organizada en cuatro dimensiones, estructurada en cuatro dimensiones de análisis: Valor turístico del recurso (7 ítems), Disponibilidad del Museo (8 ítems), Servicios Básicos (9 ítems) y Servicios Turísticos (8 ítems); y análisis cualitativo de la demanda, y el uso de tecnología en los sitios. Los resultados de los tres sitios analizados arrojaron un cumplimiento del 86% en valor turístico, 58% en disponibilidad del recurso, 88% de cumplimiento en servicios básicos, y 38% en lo referente a servicios básicos. Se concluyó que, a pesar de la importancia histórica y cultural de los sitios analizados, ninguno ha implementado tecnologías para modernizar su gestión, promoción, limitando experiencia, dificultando el crecimiento y la competitividad de estos lugares en mercado turístico local.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Innovación, turismo, patrimonio, tecnología</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística.
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería.
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Impacto del establecimiento de una universidad privada en el desarrollo comercial en sus inmediaciones</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Johana Nicol Chi Silvero Jimena Alejandra Genes González
<b>Docente Asesor</b>	Irma María Elsa Maurandi Giménez
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio aborda el impacto del establecimiento de una universidad privada en el desarrollo comercial en sus inmediaciones. La investigación empleada corresponde a la cuantitativa, no experimental, de corte transversal, puesto a la recolección de datos, obtenidos mediante la aplicación de encuesta a la población total, el cual comprende a 38 emprendimientos establecidos dentro del perímetro de 1.200 m2, a la redonda de la universidad situada en el límite geográfico de la ciudad de Asunción y Mariano Roque Alonso. Los resultados evidencian que: el 21,5% de los locales comerciales tratan de comedores, el 26,32% cuentan con una antigüedad menor a seis meses, el 36,84% corresponde a los emprendedores brasileros, la generación de ingresos tras migrar con un familiar por cuestiones académicas corresponde al 36,84% en relación a la iniciativa de emprender. Mientras que el 44,74% consideran que su emprendimiento contribuye altamente en su desarrollo económico y social, así también el 71% indican que sus ventas han aumentado. En relación a la cartera de clientes el 41,51% manifiestan su composición mayoritariamente por brasileros, el 84% de los locales donde operan son alquilados, generan 110 fuentes de empleos directos, el 54,55% corresponde a colaboradores de nacionalidad brasileros, el 97,37% indican que sus colaboradores perciben el salario mínimo y el 89,47% de los emprendimientos emiten factura comercial. Por lo que se concluye el impacto positivo del establecimiento de la universidad privada respecto al desarrollo comercial en sus inmediaciones y su contribución con el desarrollo socioeconómico.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Desarrollo económico, emprendedores brasileros, Mariano Roque Alonso, migración, universidad privada</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de mercado, economía y comercialización
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Percepciones de los grupos de interés de los bancos de Paraguay sobre la transparencia obligatoria y voluntaria del gobierno corporativo</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Sarai Boss Arazunsu Rosso
<b>Docente Asesor</b>	Walter Ovelar María Ibarra
<b>Resumen</b>	<p>Objetivo: Este estudio tiene como objetivo examinar las percepciones de varios grupos de interés, categorizados por género, edad, rol profesional y experiencia, sobre la importancia de la transparencia obligatoria y voluntaria en las prácticas de Gobierno Corporativo en los bancos paraguayos.</p> <p>Método: Se empleó un enfoque de métodos mixtos, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas para analizar las diferencias de percepción entre los grupos de interés. Los datos se recolectaron a través de un cuestionario en escala Likert y las respuestas se analizaron mediante la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis. Resultados: Los hallazgos revelan diferencias estadísticamente significativas en las percepciones basadas en la edad y la experiencia profesional. Entre la información divulgada, los grupos de interés identificaron los "Estados Financieros Anuales" como los más relevantes para la transparencia obligatoria, y el "Informe de Calificación de Riesgo" como el más valorado para la transparencia voluntaria.</p> <p>Originalidad / Relevancia: Hasta donde sabemos, este es el primer estudio que explora las percepciones de los grupos de interés sobre la transparencia obligatoria y voluntaria de las prácticas de Gobierno Corporativo en el sector bancario paraguayo. Contribuciones teóricas / metodológicas: La aplicación de la prueba de Kruskal-Wallis contribuye metodológicamente al identificar diferencias significativas entre segmentos específicos de partes interesadas. Sin embargo, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas cuando las percepciones se agruparon por género o categoría profesional.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Gobierno Corporativo, Transparencia, Bancos.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Auditoría
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Virtual

<b>Título</b>	<b>GUARATECH: Producción de bioplásticos a partir del almidón de mandioca como alternativa sostenible frente a los plásticos convencionales.</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Elio Ramón Ortiz Godoy
<b>Docente Asesor</b>	Veronica Beatriz Benitez Galeano
<b>Resumen</b>	<p>Un emprendimiento en el mundo es considerado como el proceso de crear un negocio a partir de una idea innovadora. El objetivo se centra en analizar los beneficios y desafíos de la producción de bioplásticos a partir de almidón de mandioca como alternativa sostenible frente a los plásticos convencionales. La investigación se basa en un enfoque cualitativo de tipo documental, de diseño flexible y abierto no experimental de corte transversal. El análisis documental se construye mediante un proceso que implica la búsqueda y selección de documentos, análisis y presentación de resultados. Los resultados más relevantes fueron: El almidón de mandioca posee características fisicoquímicas que lo hacen apto para la producción de bioplásticos. Diversos estudios destacan su alto contenido de amilosa, su facilidad de gelatinización y su capacidad de formar películas biodegradables, en cuanto a los procesos de elaboración incluyen métodos como la extrusión, el moldeo por compresión y el soplado de película, empleando aditivos como plastificantes (glicerol, sorbitol) que mejoran su flexibilidad. El impacto ambiental del almidón de mandioca como base para bioplásticos es menor que el de los polímeros sintéticos, ya que su producción y descomposición generan menos emisiones de gases de efecto invernadero y reducen la dependencia del petróleo. Según el estudio, este tipo de emprendimiento fortalece la economía circular y la sostenibilidad. Finalmente, la literatura señala que la educación ambiental y las campañas de concienciación influyen positivamente en la aceptación de estos productos.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Almidón de mandioca, bioplásticos, producción, viabilidad</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de mercado, economía y comercialización
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional
<b>Modalidad</b>	Presencial

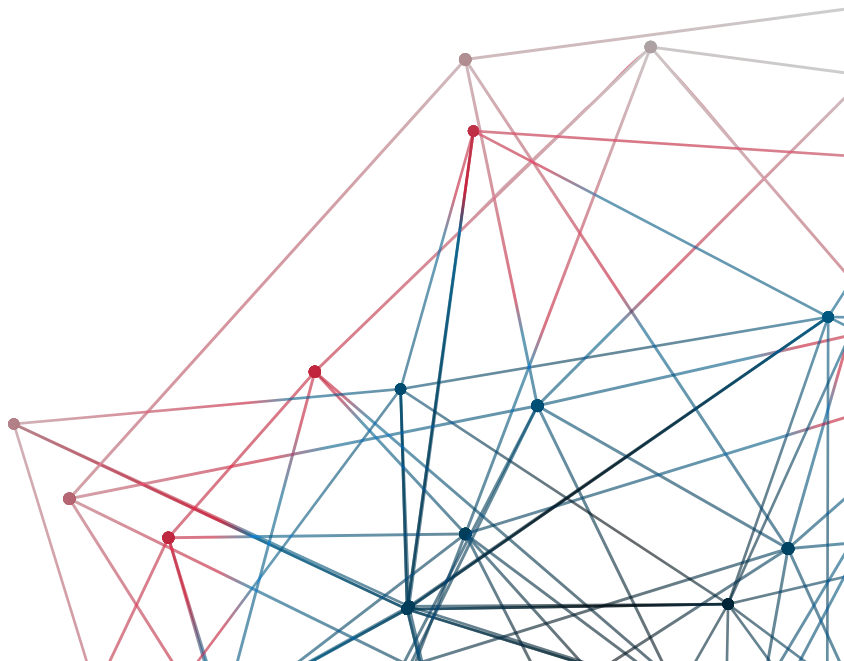
<b>Título</b>	<b>Percepción de los consumidores sobre los servicios de banca digital, en 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Paloma Ariana Galeano Gutiérrez; Fiorella Naomi Duarte Silva, Fátima María Agüero López; Willian Alexander Valdez Benítez
<b>Docente Asesor</b>	Silvio Eduardo Becker
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo de esta investigación es analizar los Factores que consideran los jóvenes en la elección de la carrera de Marketing y Publicidad de la Universidad Americana en el año 2025. La población consistió en un total de 259 alumnos cuya muestra de 82 personas fue calculada bajo un nivel de confianza del 95%, margen de error del 9% y heterogeneidad del 50%. La tasa de respuesta fue del 100% (82) participantes. Se utilizó una encuesta como medio de recolección de datos, clasificada en 1 dimensiones y 7 ítems. Se empleó una escala de medición de 5 puntos. El link del instrumento fue mandado por vía WhatsApp en junio del 2025. Los criterios de inclusión fueron: alumnos de la universidad Americana actualmente estudiando la carrera de ingeniería en marketing pertenecientes al quinto semestre de la misma, de la modalidad presencial de los turnos mañana, tarde y noche. De igual manera, la P1 "Te sientes naturalmente atraído por los temas de la carrera de Marketing y Publicidad" (<math>x=2,46</math>) alcanza la mayor cantidad de respuestas "de acuerdo" o "muy de acuerdo", seguido a la P5 "Consideras que la Universidad Americana tiene un prestigio reconocido en el ámbito académico" (<math>x= 2,54</math>). Se concluye que la Universidad Americana tiene un prestigio reconocido en el ámbito académico, y que la carrera es accesible y ofrece buenas oportunidades laborales al finalizar tus estudios</p> <p><b>Palabras clave:</b> Banca digital, percepción del consumidor, marketing digital, inclusión financiera, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de información del marketing
<b>Carrera</b>	Ingeniería en Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Hábitos de consumo de noticias en la Generación Z de Asunción durante la era digital (2025)</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Bianca Aveiro, José Arce Marcelo Ruiz Diaz, Horacio Franco
<b>Docente Asesor</b>	Silvio Eduardo Becker
<b>Resumen</b>	<p>El consumo de noticias por parte de la Generación Z ha cambiado debido al impacto de las tecnologías digitales y las redes sociales. Este estudio analiza los hábitos informativos de jóvenes nacidos entre 1997 y 2012 en la ciudad de Asunción durante el año 2025. A través de una investigación cuantitativa, basada en encuestas digitales a 100 participantes, se buscó identificar las fuentes, formatos y temáticas de interés, así como el nivel de confianza en la información consumida. Los resultados muestran que el 93% de los encuestados utiliza redes sociales como fuente de noticias, destacándose Instagram (80%) y TikTok (52%), mientras que los medios tradicionales como la radio y la prensa escrita tienen menor presencia. En cuanto a los formatos, los videos cortos (63%) son los más usados, seguidos por artículos de texto (20%) e infografías (5%). Respecto a las temáticas, las más consumidas son entretenimiento (55%), deportes (50%) y tecnología (42%), mientras que noticias políticas y económicas reciben menor atención. Un aspecto relevante es la confianza moderada que el 82% de los jóvenes manifiesta en las noticias que circulan en redes sociales, lo que indica cierta precaución frente a la desinformación. Este resultado señala la importancia de estrategias de alfabetización mediática que permitan a la Generación Z evaluar la veracidad y la calidad de la información. Se concluye que la Generación Z en Asunción consume información digital en redes sociales y formatos audiovisuales. Esto plantea un reto para los medios de comunicación, que deben adecuar sus estrategias para responder a estas prácticas de acceso a la información.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Generación Z, consumo de noticias, redes sociales, Asunción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de información del marketing
<b>Carrera</b>	Ingeniería en Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Consumo de cerveza artesanal en jóvenes millennials, año 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Camila Yasmín Struway Cantero, Amalia Inés Zorrilla Céspedes Sofía Agustina Cantero Ruiz, Adán Mauricio Alarcón Meza, Camila Araceli Quintana Agüero
<b>Docente Asesor</b>	Silvio Eduardo Becker
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio analiza el consumo de cerveza artesanal entre jóvenes millennials. La investigación adopta un enfoque mixto, con un alcance principalmente exploratorio y, en menor medida, descriptivo. Se invitó a 25 jóvenes nacidos entre 1981 y 1996, residentes en Asunción, seleccionados mediante muestreo por conveniencia, quienes cumplían criterios de edad, consumo reciente de cerveza artesanal y disposición para responder un cuestionario en línea. El cuestionario incluyó preguntas cerradas y abiertas. Las preguntas abiertas abordaron el contexto de consumo, las características valoradas, la influencia en la decisión de compra, la preferencia por cervezas locales y los valores asociados. Las preguntas cerradas evaluaron la percepción de calidad y la disposición a pagar. La validación del instrumento se realizó mediante juicio de expertos en marketing, comportamiento del consumidor y producción cervecera, quienes evaluaron la pertinencia de los ítems. Los resultados reflejan percepciones de este grupo, sin pretender generalizar a toda la población de millennials. Según las preguntas abiertas, el consumo de cerveza artesanal es principalmente ocasional y se asocia a encuentros sociales, eventos culturales y visitas a bares especializados. Entre los factores que influyen en la elección destacan el sabor, el diseño del empaque, el origen del producto y la producción artesanal. Además, las redes sociales y las recomendaciones de influencers influyen en la decisión de compra. La mayoría manifestó preferencia por cervezas locales frente a las internacionales, percibiendo la cerveza artesanal como un producto que trasciende la bebida, vinculado a sostenibilidad, identidad local y experiencias culturales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Investigación, producto artesanal, preferencia</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Sistemas y Métodos de Mercadeo
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

# Categoría N ° 5: **Participación en el Congreso Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas (CICEA)**

---



<b>Título</b>	<b>Percepción de los consumidores con respecto a los servicios de banca digital, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Gabriela Elisa Lujan Diaz Portillo (MAK), Ambar Judith Canale Ortega (MAK), Shirley Priscila Troncoso Cahuana (MAK), Sofía Raquel Martínez Salcedo (MAK)
<b>Docente Asesor</b>	Silvio Eduardo Becker (MAK)
<b>Resumen</b>	<p>La transformación digital ha impactado en el sector financiero, posicionando a la banca digital como una alternativa eficiente y accesible para los consumidores. Este estudio analiza la percepción de los usuarios sobre los servicios de banca digital en Paraguay en 2025, evaluando factores como la comodidad, facilidad de uso, seguridad, confianza, influencia social y marketing digital. Se empleó un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados son jóvenes adultos, con un uso frecuente de las plataformas digitales: 37% utiliza estos servicios a diario y 31% mensualmente. La conveniencia y la facilidad de uso son percibidas de manera positiva por el 69% y 77% de los participantes, respectivamente. Sin embargo, un porcentaje menor experimenta dificultades en la navegación y la realización de transferencias. La influencia social y la percepción de tendencias digitales afectan parcialmente la adopción de la banca digital, mientras que la publicidad es recibida con credibilidad moderada. La investigación evidencia que, aunque la banca digital está en fase de consolidación y expansión, persisten desafíos relacionados con la brecha digital, la experiencia del usuario y la confianza en los servicios. En conclusión, la banca digital en Paraguay es valorada por su conveniencia y eficiencia, pero requiere mejoras continuas en seguridad, accesibilidad y confianza para ampliar su adopción y satisfacción del usuario.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Banca digital, percepción del consumidor, marketing digital, inclusión financiera, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de Información de Marketing
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Características claves de los directorios y la rentabilidad del sistema bancario paraguayo</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Prof. PHD Walter Daniel Ovelar Fernández
<b>Resumen</b>	<p>El estudio tiene como objetivo analizar la influencia de las características del directorio en la rentabilidad de los bancos en Paraguay. Busca determinar si rasgos como tamaño, independencia y diversidad del directorio se relacionan con el desempeño financiero, medido a través del Retorno sobre Activos y el Retorno sobre Patrimonio, en el marco del gobierno corporativo.</p> <p>Para ello, se emplea una metodología cuantitativa empírica, utilizando datos de 15 bancos del sistema financiero paraguayo entre 2016 y 2024. Se construyeron variables sobre características del directorio (tamaño, porcentaje de mujeres, independencia y dualidad de roles) y de rentabilidad. La relación se evaluó mediante modelos econométricos con datos de panel, lo que permitió identificar impactos significativos y aislar el efecto de cada variable.</p> <p>Los resultados muestran que algunas características del directorio tienen efecto significativo en la rentabilidad, mientras otras no. En particular, la diversidad de género se asocia positivamente con el Retorno sobre Activos, aunque no presenta un efecto significativo sobre el Retorno sobre el Patrimonio. Esto sugiere que la presencia femenina puede mejorar la eficiencia operativa, sin impactar necesariamente el retorno para los accionistas.</p> <p>En conclusión, las prácticas de gobierno corporativo vinculadas al directorio tienen una incidencia parcial pero relevante en la rentabilidad bancaria. Una mejor composición del directorio puede contribuir a un mejor desempeño financiero, aunque el tamaño reducido del sistema bancario limita el análisis. Como línea futura, se propone ampliar el estudio a nivel internacional o regional.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Desempeño financiero, Bancos, Gobierno Corporativo,</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Información no Financiera en Paraguay. Percepciones de estudiantes de Maestría en Contabilidad y Finanzas</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Prof. PHD Walter Daniel Ovelar Fernández
<b>Resumen</b>	<p>El estudio analiza la información no financiera desde la perspectiva de estudiantes de maestría en contabilidad y finanzas en Paraguay, con el objetivo de conocer su valoración, barreras de adopción e implicancias en la formación y práctica profesional. Esta información incluye dimensiones ambientales, sociales y de gobernanza, y es asociada a mejoras en la evaluación del riesgo, del desempeño y en la transparencia. Se utilizó un enfoque cualitativo descriptivo mediante encuestas a 72 estudiantes (2022-2025), combinando escala Likert y preguntas abiertas. Los resultados indican que el 75% conoce el concepto, pero el 61% señala que sus empresas no elaboran estos reportes. Entre las principales barreras destacan la falta de conocimiento, la ausencia de medición de indicadores y la baja prioridad de la sostenibilidad. En conclusión, aunque existe conocimiento sobre la información no financiera, su adopción en Paraguay sigue siendo limitada y en etapa incipiente. Como limitación, se reconoce el tamaño reducido de la muestra, proponiéndose ampliar el estudio en futuras investigaciones.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Información no Financiera, Desarrollo Sostenible, Maestría Rentabilidad, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Importancia de la evaluación de desempeño laboral desde la perspectiva de los universitarios de instituciones privadas en Asunción-Paraguay, 2025</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Natasha Fabiola Vega Cuellar (VGRH) María Jorgelina Sosa Viera (VADM) Cecilia Magalí Fernández Velázquez (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM) Myrna Ruiz Díaz (ECO)
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo general de la investigación es determinar la importancia de la evaluación de desempeño laboral desde la perspectiva de los universitarios de instituciones privadas en Asunción-Paraguay, 2025. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo con diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. La población estuvo compuesta por 98.534 universitarios de instituciones privadas en la capital del Paraguay con una muestra de 655 que fue calculada bajo un 96% de nivel de confianza, 4% margen de error y 50% grado de heterogeneidad. La tasa de respuesta fue de 97% (638) participantes. Los criterios de inclusión fueron los siguientes: ser estudiante activo, estar matriculado en el año 2025 en una universidad privada ubicada en Asunción, tener un empleo y participar de manera voluntaria. Se encuestó mediante un cuestionario compuesto por 2 variables, 2 dimensiones, 4 indicadores y 19 ítems realizado por conveniencia en 2025. Los resultados relevan que el tipo de evaluación que llevan a cabo los participantes en su empresa es principalmente de 90° (81%), seguida por 180° (15%). Los ítems con mayores puntuaciones fueron el 5 “La evaluación es útil para el desarrollo personal”, 12 “Me agrada llevar a cabo la evaluación de 90°” y 18 “Se debería establecer un sistema para reconocer y recompensar el buen desempeño”, todos con la misma media (<math>x=4,9</math>). Se concluye que la evaluación del desempeño laboral es crucial en el entorno empresarial actual y aunque su implementación requiere tiempo y esfuerzo, es una oportunidad para el crecimiento continuo de la organización.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Desempeño laboral, lugar de trabajo, universitarios, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Proceso de administración de recursos humanos
<b>Carrera</b>	Gestión de Recursos Humanos
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Título</b>	<b>Implementación de la Inteligencia Artificial en el uso óptimo de los recursos financieros de una empresa de telecomunicaciones en Paraguay, periodo 2022</b>
<b>Autor (Alumno)</b>	Richard Anthony Arévalos Centurión (ADM), Diego Ezequiel Muriel Rodas (ADM), Rodrigo Ezequiel Benítez Deleón (ICA), Sebastián Alejandro Escobar Garcete (ICA/ECO), Sebastián de Jesús Sánchez Ramírez (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM)
<b>Resumen</b>	<p>El trabajo pretende analizar la implementación de la Inteligencia Artificial en el uso óptimo de los recursos financieros de una empresa de telecomunicaciones en Paraguay, periodo 2022. Se fundamentó en un enfoque cualitativo con un diseño no experimental de corte transversal y descriptivo. Se entrevistó a un funcionario con cargo administrativo de la empresa, aplicando un cuestionario de 18 preguntas cerradas por juicio en el 2025. Los resultados más relevantes fueron: Reducción de los costos operativos en un 12% en logística; detección y bloqueos de 4.500 transacciones sospechosas (representando un 40% de aumento en detección comparado con 2021); Automatización del 80% de los procesos contables (facturación, conciliaciones, cierre mensual); Cierre mensual pasó de 15 días a 5 días; Optimización de logística y transporte (ROI de 6:1); Automatización contable y nómina (ROI de 4,5:1) y Prevención de fraudes (ROI de 3,5:1) y el payback fue de aproximadamente 8 meses. Se concluye que la implementación de la IA en la empresa tuvo un impacto positivo en el uso óptimo de sus recursos financieros. La automatización de procesos, la mejora en la toma de decisiones y la reducción de costos operativos fueron resultados concretos que demuestran cómo la tecnología puede ser una aliada estratégica.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia artificial, gestión financiera, recursos financieros, telecomunicaciones</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración financiera
<b>Carrera</b>	Administración de empresas
<b>Modalidad</b>	Presencial

## Título

**Empoderamiento de la mujer a través del turismo en las posadas turísticas del Paraguay, año 2025.**

## Autor (Alumno)

Carolina Beatriz Espinola Portillo  
Chap Kau Kwan Chung.

## Resumen

La investigación tiene como objetivo fundamental demostrar cómo el turismo empodera a la mujer en Paraguay mediante la creación de posadas turísticas. El enfoque cuantitativo no experimental, transversal y descriptivo. Como muestra 18 propietarias de posadas turísticas, a las cuales se aplicó una encuesta que incluyó un cuestionario semiestructurado dividido en cuatro dimensiones: impacto personal, impacto familiar, impacto en la comunidad e impacto cultural, administrado a través de Google Forms y distribuida vía WhatsApp en el mes de junio de 2025. Los resultados reflejan un impacto significativo en cada una de estas áreas. En la dimensión Impacto Personal, el 50% de las encuestadas se siente totalmente de acuerdo en que su satisfacción laboral ha aumentado desde que administran la posada. En cuanto al Impacto Familiar, el 55,6% de las propietarias afirma que la posada ha permitido a sus familias disfrutar de más actividades recreativas y educativas. Respecto al Impacto en la Comunidad, el 44% de las encuestadas considera que la creación de la posada ha generado empleo en su entorno. Finalmente, en la dimensión de Impacto Cultural, un notable 64,7% de las propietarias está totalmente de acuerdo en que la creación de posadas turísticas ha promovido el uso de productos y servicios locales. En conclusión, los datos obtenidos respaldan.

**Palabras clave:** Turismo, Empoderamiento, Posada Turística, Impacto Económico, Impacto Social, Sostenibilidad.

## Línea de Investigación

Inteligencia Turística

## Carrera

Gestión de Hotelería y Turismo

## Modalidad

Presencial

## Título

**Sostenibilidad y Resiliencia en la Economía Informal: El Impacto Socioeconómico de las Yuyeras del Mercado de Limpio.**

## Autor (Alumno)

Carolina Beatriz Espinola Portillo  
Fabiola Sanchez.

## Resumen

La presente investigación analiza el papel socioeconómico fundamental de las "yuyeras" o vendedoras de hierbas medicinales en el Mercado de Limpio. En Paraguay, la costumbre de usar hierbas medicinales, o pohã ñaña en guaraní, es una tradición profundamente arraigada. Esta práctica, que heredamos de nuestros ancestros guaraníes, es tan valiosa que la UNESCO la ha reconocido como patrimonio de la humanidad. Sin embargo, este legado no está recibiendo la atención que merece. Hay un vacío enorme en la investigación científica. Se necesita validar a través de estudios clínicos el conocimiento popular sobre las propiedades de estas plantas, un saber que se ha transmitido de generación en generación durante siglos. (El Pais, 2023). Teniendo en cuenta los Objetivos del Desarrollo Sostenible, este trabajo se encuentra alineado al ODS N°5 "Igualdad de Género", el cual en su meta 5 habla de "Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública" (Naciones Unidas, 2015). El estudio es de tipo cualitativo y no experimental, cuyo instrumento es una entrevista semiestructurada aplicada a las comerciantes de los puestos de ventas de hierbas medicinales. Los criterios de inclusión fueron la participación voluntaria y ser comerciante de los puestos de ventas de hierbas medicinales. Se aplicaron un total de doce preguntas a tres comerciantes, cuyos resultados demuestran que estas mujeres son pilares de la economía de sus hogares, siendo para muchas su único ingreso, mientras que para otras es un complemento vital. Su labor es una empresa familiar que requiere un gran sacrificio, con jornadas que inician desde la madrugada para estar listas en sus puestos a partir de las 3:30 a.m.

A pesar de la dedicación y de contribuir con un canon diario para operar, las vendedoras carecen de apoyo institucional y de servicios básicos esenciales como una canilla de agua potable o sanitarios cercanos, lo que refleja la precariedad de su entorno laboral. Sin embargo, su resiliencia y la existencia de una red de proveedores y clientes fijos aseguran la continuidad de su actividad. Se concluye que la dignidad de su labor y la preservación del patrimonio cultural del pohã ñaña dependen del reconocimiento de su rol como agentes económicos y de la provisión de una infraestructura mínima, lo cual es crucial para su sostenibilidad.

**Palabras clave:** Sector Informal, Medicina tradicional, Igualdad de género, Practicantes de medicina tradicional, medicina Folclórica.

## Línea de Investigación

Inteligencia Turística

## Carrera

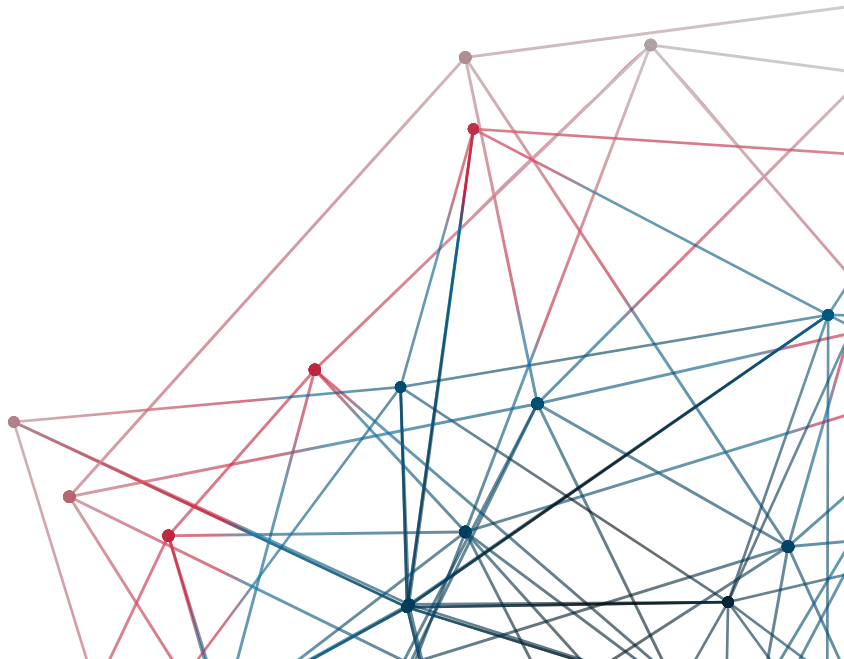
Gestión de Hotelería y Turismo

## Modalidad

Presencial

# Categoría N ° 6: Proyectos Áulicos de Investigación

---



<b>Título</b>	<b>Marketing informativo y su impacto en la decisión de compra de electrodomésticos en tiendas físicas y digitales</b>
<b>Autor</b>	Maia Azucena Méndez Portillo (MAK).
<b>Docente Asesor</b>	Fabiola Sánchez (GHT-MAK).
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio analiza el impacto del marketing informativo en la decisión de compra de electrodomésticos en tiendas físicas y digitales. En un contexto caracterizado por consumidores cada vez más informados y exigentes, la calidad, claridad y accesibilidad de la información se convierten en factores determinantes dentro del proceso de compra. La investigación se orienta a describir las principales técnicas de marketing informativo empleadas en ambos canales de venta, así como a evaluar la percepción del consumidor respecto a la cantidad y calidad de la información recibida. Asimismo, se busca identificar cómo la información proporcionada influye en la confianza del consumidor y en su experiencia de compra, tanto en el entorno presencial como en el digital. A partir de los resultados obtenidos, se proponen estrategias orientadas a optimizar el uso del marketing informativo, con el fin de mejorar la experiencia del consumidor y fortalecer la toma de decisiones de compra en el mercado de electrodomésticos.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Marketing informativo, decisión de compra. Electrodomésticos.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de información del Marketing.
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Tendencias actuales de la publicidad en Paraguay.</b>
<b>Autores</b>	Neida Yuxara Medina Zayas (MAK). José Luciano Cantero (MAK).
<b>Docente Asesor</b>	Fabiola Sánchez (GHT-MAK).
<b>Resumen</b>	<p>La publicidad ha experimentado múltiples cambios y avances a lo largo de los años, impulsados principalmente por la evolución de las tecnologías y la transformación de los hábitos de consumo. Estos cambios han llevado a las empresas a replantear la forma en que construyen y comunican su marca, enfocándose cada vez más en los contenidos y medios que los consumidores utilizan en su vida cotidiana. En un contexto de alta competencia y diversificación de plataformas, lograr la fidelidad del consumidor se ha convertido en uno de los principales objetivos de la publicidad. El presente trabajo analiza cómo las estrategias publicitarias influyen en la percepción de la marca por parte del consumidor, a través de los resultados obtenidos mediante una encuesta. Asimismo, se destaca la importancia de este estudio ante las debilidades que presentan las empresas en su comunicación con el consumidor frente a la constante evolución de los medios digitales y las exigencias de la modernidad actual.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Publicidad, percepción de marca, fidelización del consumidor.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Diseño, innovación y técnicas publicitaria.
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>La mujer en el desarrollo de las apps de inteligencia artificial en marketing.</b>
<b>Autores</b>	María Cecilia Roman Verón (MAK), Luz Jazmín Almirón Flores (MAK), Sol Magali Bazán Rivelli (MAK).
<b>Docente Asesor</b>	Fabiola Sánchez (GHT-MAK).
<b>Resumen</b>	<p>El acelerado desarrollo de la inteligencia artificial (IA) ha transformado de manera significativa las estrategias de marketing, permitiendo la automatización de procesos, el análisis de grandes volúmenes de datos y la personalización de experiencias de consumo. Sin embargo, este avance tecnológico se produce en un contexto de marcada desigualdad de género, donde la participación femenina en el diseño y desarrollo de aplicaciones de IA continúa siendo limitada. El presente estudio analiza la participación y el impacto de las mujeres en el desarrollo de aplicaciones de inteligencia artificial orientadas al marketing, considerando sus aportes en términos de innovación, enfoque ético e inclusión. Asimismo, se examinan las principales barreras sociales, culturales y profesionales que enfrentan las mujeres desarrolladoras en este ámbito. La investigación adopta un enfoque cualitativo, basado en entrevistas a profesionales con experiencia en el uso y desarrollo de herramientas de IA aplicadas al marketing. Los resultados evidencian que la incorporación de la perspectiva femenina contribuye al diseño de soluciones más justas, humanas y centradas en el usuario, destacando la necesidad de promover la inclusión de las mujeres como un factor estratégico para la innovación y el desarrollo del marketing digital.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Inteligencia artificial, Mujeres en tecnología, Marketing digital.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Diseño Innovación y Técnicas Publicitarias.
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Impacto de la Segmentación de Clientes Basada en Bases de Datos en las Estrategias de Marketing Digital de PYMES Comerciales de Asunción</b>
<b>Autores</b>	Florencia Bilinski (MAK). Valeria Samaniego (MAK).
<b>Docente Asesor</b>	Rosa Duarte (MAK).
<b>Resumen</b>	<p>Esta investigación busca evaluar el impacto que tiene la segmentación de clientes basada en bases de datos en la efectividad de las estrategias de marketing digital de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) comerciales de Asunción. El estudio parte de la pregunta central sobre cómo esta práctica de segmentación influye en los resultados del marketing digital de dichas empresas. Para responder a ello, se plantea una metodología de enfoque cuantitativo, no experimental y transversal. Se empleará un diseño basado en encuestas estructuradas dirigidas a una población de gerentes, dueños o responsables de marketing de aproximadamente 400 PYMES comerciales (retail) registradas en la Cámara de Comercio de Asunción y el MIC. El instrumento de recolección de datos medirá, por un lado, el grado de implementación y sofisticación de la segmentación basada en bases de datos (variables como tipos de datos utilizados, frecuencia de análisis, herramientas). Por otro lado, evaluará indicadores de efectividad del marketing digital (ej.: tasa de conversión, retorno de la inversión publicitaria, engagement en redes sociales, lealtad del cliente). El análisis estadístico (correlacional y comparativo) permitirá establecer relaciones significativas entre ambas dimensiones. Los resultados pretenden ofrecer evidencia empírica sobre el valor estratégico de la gestión de datos para la toma de decisiones en el marketing de las PYMES asuncenas, sirviendo como guía para la optimización de recursos y la mejora de la competitividad en el entorno digital local.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Bases de datos de marketing; Efectividad del marketing; Segmentación de clientes; Estrategias de marketing digital.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Sistemas y Métodos de Mercadeo.
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Alimentación saludable en la Universidad Americana, 2025</b>
<b>Autores</b>	Bareiro Ihara (MAK). Delgado Andrea (MAK) Fischer Valentina (MAK). Siemens,Valeria (MAK)
<b>Docente Asesor</b>	Roberto Fonseca Ferris (MAK).
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio tuvo como objetivo analizar los efectos percibidos de la alimentación saludable en el bienestar físico y académico de estudiantes del primer semestre de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Americana (sede Asunción) en el año 2025. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con diseño de teoría fundamentada y muestreo en cadena. Los datos fueron recolectados a través de una encuesta estructurada, elaborada por las autoras y validada por el docente tutor, la cual fue respondida de manera anónima y voluntaria por 16 estudiantes. Los resultados evidenciaron una baja frecuencia en el consumo de frutas y verduras, una alta ingesta de productos ultra procesados, omisión frecuente del desayuno y escasa hidratación. A pesar de ello, la mayoría de los encuestados manifestó que una alimentación equilibrada mejora su energía, estado físico general, concentración y desempeño académico. Entre los principales obstáculos reportados se identificaron: la limitada oferta de opciones saludables en el campus, el elevado costo de los alimentos nutritivos y la falta de organización personal. El estudio concluyó que el conocimiento nutricional, aunque presente, no se traduce automáticamente en prácticas saludables si no se acompaña de un entorno favorable y estrategias de apoyo institucional. Se sugiere implementar acciones integradas que combinen educación alimentaria, accesibilidad y campañas de concienciación para promover hábitos sostenibles entre los universitarios.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Publicidad, percepción de marca, fidelización del consumidor.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de Especialización de Marketing.
<b>Carrera</b>	Marketing y Publicidad.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Impacto de la Digitalización Contable en la Formalización de las PYMES en Paraguay.</b>
<b>Autores</b>	Fátima Noemí Acosta Gavilán, Kimberly Yazmin Guerrero Vallejos, Lautaro Joaquín Vega, Miguel Ángel Vera Rolón.
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung.
<b>Resumen</b>	<p>La investigación sobre el impacto de la digitalización contable en la formalización de las PYMES en Paraguay revela que la mayoría de estas empresas utilizan Excel para llevar el control y registro de sus actividades económicas. Aunque Excel presenta algunas limitaciones y riesgos, la mayoría de los entrevistados destacan sus ventajas, como la capacidad para llevar un seguimiento preciso de las actividades y obtener una visión clara de la situación financiera de la empresa. Las empresas que implementaron software contable y de gestión empresarial más avanzados enfrentaron desafíos iniciales de adaptación, pero lograron superarlos mediante capacitaciones internas y aprovechar los beneficios de estas herramientas. La adopción de herramientas tecnológicas puede generar beneficios significativos para las PYMES, siempre y cuando se brinde la capacitación necesaria para su uso efectivo. En general, la investigación sugiere que la digitalización contable puede ser un catalizador para la formalización de las PYMES en Paraguay, mejorando su gestión y competitividad en un entorno cada vez más digitalizado. La experiencia de estas empresas puede servir como ejemplo para otras que buscan mejorar su gestión y competitividad.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Digitalización - Contabilidad - Innovación.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	La investigación es de enfoque cualitativo, no experimental, transversal y descriptivo, con una muestra de 8 propietarios o encargados de pymes de la zona céntrica de Paraguay. Se aplicarán entrevistas no estructuradas mediante muestreo por conveniencia no probabilístico, de forma presencial o virtual según disponibilidad de los participantes, con una duración máxima de 30 minutos y un total de 11 preguntas organizadas en tres categorías: automatización de procesos (C1), gestión de datos (C2) y análisis y visualización de datos (C3).
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Impacto de las tecnologías digitales en la microempresa PIKO Estudio Creativo Paraguay, 2025</b>
<b>Autores</b>	Yvanna María Yamila González Aquino, Marialis Yoisibel Britez Medina, Cristian Tobias Florentin, Víctor David Álvarez Verón.
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung.
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio analiza el impacto de las tecnologías digitales en la microempresa PIKO Estudio Creativo, ubicada en Asunción, Paraguay, en el año 2025. La investigación parte del reconocimiento de que las microempresas del sector creativo enfrentan desafíos significativos para adaptarse al proceso de transformación digital, especialmente en contextos donde los recursos son limitados. Mediante un enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a responsables de la empresa para identificar las herramientas digitales utilizadas, su influencia en la eficiencia operativa y las relaciones con los clientes, así como los principales obstáculos en su implementación.</p> <p>Los resultados muestran que herramientas como redes sociales y software de diseño gráfico son ampliamente utilizadas, permitiendo una mejor comunicación con los clientes y mayor visibilidad de la marca. Sin embargo, persisten barreras como la falta de capacitación técnica y la resistencia al cambio. El estudio concluye que la digitalización, pese a sus desafíos, ha tenido un efecto positivo en la productividad y competitividad de la empresa. Se proponen recomendaciones prácticas para fortalecer el proceso de adopción tecnológica, tanto para PIKO como para otras microempresas del sector creativo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Transformación digital, sector creativo, Paraguay, microempresa, marketing digital.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública y Administración Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Importancia de las Empresas en la Economía del País.</b>
<b>Autor</b>	Estrella Maria Belén Ramírez Ayala.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez.
<b>Resumen</b>	<p>La presente monografía analiza el rol fundamental que desempeñan las empresas en el desarrollo económico y social del Paraguay. Se destaca su contribución al crecimiento económico, la generación de empleo, la innovación y la competitividad, así como su impacto en la reducción de la pobreza y la promoción del bienestar social. En particular, se enfatiza la relevancia de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME), que representan el 98,7% de las unidades económicas y generan aproximadamente el 75% del empleo formal en el país, según datos del Ministerio de Industria y Comercio (2022). Asimismo, se aborda el papel de la innovación y la incorporación de tecnologías como factores clave para el fortalecimiento de la competitividad empresarial. El trabajo también analiza la responsabilidad social empresarial (RSE) como una dimensión esencial para que las empresas contribuyan al desarrollo sostenible, a través de programas de educación, salud e inclusión social. Finalmente, se concluye que las empresas, en todas sus formas, son actores indispensables para alcanzar una economía más inclusiva, dinámica y resiliente, siendo necesario fortalecer políticas públicas, el acceso al financiamiento y las capacidades empresariales para maximizar su impacto positivo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Empresas; Economía paraguaya; MiPymes; Innovación; Responsabilidad social empresarial.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>La implementación de la banca web y su transformación en el ámbito contable: ventajas y desafíos</b>
<b>Autores</b>	Sarai Boss, María Belén Cardozo, Kiara Orquiola , Heidy Zelaya, Andrea Piñanez.
<b>Docentes Asesores</b>	CPN Álvaro Gabriel Benítez Quiñonez, Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez.
<b>Resumen</b>	<p>La implementación de la banca web en el ámbito contable es uno de los avances más significativos en cuanto a la automatización en los procesos financieros. Entre las principales ventajas se puede resaltar el acceso en tiempo real a la información bancaria, la disminución de errores por la automatización, la rapidez para realizar conciliaciones bancarias y la posibilidad de tomar decisiones contables más oportunas y estratégicas. Con este avance se mejora la gestión contable en las empresas, así también para los profesionales contables.</p> <p>Así también, se evidencian importantes desafíos, especialmente relacionados con la seguridad de la información, se asume un riesgo de ciberataques, la protección de la información financiera y la necesidad de una actualización constante de los profesionales contables en las nuevas herramientas tecnológicas. Además, la adecuada incorporación de sistemas contables y plataformas bancarias precisan planificación, inversión y capacitación constante.</p> <p>A pesar de que la banca web brinda múltiples beneficios que favorecen el empleo contable, su plena utilización depende de una gestión responsable, contar con medidas de protección apropiadas para la información financiera y la habilidad de los profesionales contables para adaptarse al cambio digital. Solo así se podrá asegurar una transformación segura y sostenible en el ámbito contable.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Automatización, procesos financieros, transformación.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Importancia de la experiencia práctica en la formación académica.</b>
<b>Autor</b>	Emilia Morel.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>La presente monografía analiza la importancia de la experiencia práctica en la formación académica, destacando su rol fundamental en el desarrollo integral de los estudiantes universitarios. Las teorías del aprendizaje experiencial y la práctica reflexiva fundamentan la necesidad de integrar experiencias concretas y reflexivas en los procesos de aprendizaje.</p> <p>Asimismo, se aborda la relevancia de la vinculación universidad-empresa como mecanismo para asegurar que la formación académica responda a las necesidades reales del mercado laboral, fomentando la empleabilidad y la pertinencia educativa. Se destaca también el impacto positivo de la práctica en el desarrollo de habilidades blandas, tales como la comunicación, el liderazgo y el trabajo en equipo, así como en la autoconciencia y la autorregulación de los estudiantes. Además, se explora el rol de las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y la realidad virtual, en el fortalecimiento del aprendizaje experiencial. Finalmente, se concluye que la integración efectiva de actividades prácticas en los programas académicos es esencial para la formación de profesionales competentes, autónomos y preparados para enfrentar los desafíos del entorno laboral contemporáneo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Aprendizaje experiencial; Prácticas profesionales, Vinculación universidad-empresa; Habilidades blandas; Formación académica.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Evaluación del control de ingresos y gastos en un negocio familia</b>
<b>Autor</b>	Yennifer Lujan Hirsch Rodríguez.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>El control de ingresos y egresos constituye uno de los pilares fundamentales en la gestión financiera de cualquier organización, sin importar su tamaño o estructura. En el caso de los negocios familiares, este aspecto adquiere una relevancia aún mayor, ya que muchas veces las decisiones se toman de forma empírica, sin el respaldo de datos contables que reflejen con precisión la situación económica del negocio. En Paraguay, los negocios familiares representan una fuente importante de empleo e ingresos para muchas familias, y en ciudades como Asunción se observa un gran número de emprendimientos que funcionan sin herramientas formales de control financiero permite aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Contaduría Pública a un caso real y cercano, cumpliendo así una función académica y social al mismo tiempo. Además, destaca la relevancia de la contabilidad como una herramienta clave en la administración eficiente de los recursos económicos. La investigación ayuda a visibilizar que, aun en negocios tradicionales y de tamaño reducido, es posible implementar mejoras significativas con recursos mínimos, pero con organización.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Control de ingresos y egresos, gestión financiera, negocios familiares, contabilidad.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Responsabilidad Social Limitada.</b>
<b>Autor</b>	Jorge Javier Chaparro Benítez.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>La responsabilidad limitada es un principio legal fundamental en el derecho empresarial que protege los activos personales de los socios y accionistas al limitar su responsabilidad financiera a la cantidad de capital invertido en la empresa. Esta monografía examina en profundidad el concepto, la aplicación práctica y los efectos de la responsabilidad limitada en diferentes formas jurídicas empresariales. El documento comienza explorando los fundamentos teóricos de la responsabilidad limitada, destacando su importancia para fomentar la inversión y el emprendimiento al reducir el riesgo financiero para los empresarios. Se analizan las diversas formas jurídicas que adoptan este principio, como las Sociedades de Responsabilidad Limitada (SRL) y las Sociedades Anónimas (SA), detallando las características específicas y los requisitos legales de cada una. Además, se discuten los principios básicos de la responsabilidad limitada, incluyendo la separación de patrimonios y la limitación de la responsabilidad financiera de los socios. Se exploran las ventajas y beneficios de este sistema, como la protección del patrimonio personal de los empresarios, el acceso facilitado a financiamiento externo y la promoción de un ambiente empresarial más dinámico y competitivo. No obstante, se abordan también las limitaciones y desafíos asociados con la responsabilidad limitada, como el potencial abuso del sistema y la responsabilidad continua de los administradores frente a la ética empresarial y los deberes legales. Se examina cómo la responsabilidad limitada puede integrarse con la responsabilidad social corporativa (RSC), promoviendo prácticas empresariales éticas y sostenibles. En conclusión, esta monografía subraya la importancia crítica de la responsabilidad limitada en el contexto empresarial contemporáneo, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones y debates sobre el tema.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Responsabilidad limitada, ventajas, inversión, formas jurídicas.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Quiebras empresariales en Paraguay.</b>
<b>Autor</b>	Liz Sandra Ayala Leguizamón
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo analiza las quiebras empresariales en Paraguay desde una perspectiva económica, jurídica y estratégica. Se aborda el contexto macroeconómico del país, la dinámica empresarial reciente, el régimen legal vigente en materia de insolvencia y se examinan las causas multifactoriales que conllevan al colapso financiero de las empresas. Asimismo, se evalúa el impacto de la pandemia del COVID19 sobre el tejido empresarial paraguayo y se proponen estrategias y recomendaciones orientadas a la prevención y mitigación de las quiebras, con énfasis en la modernización legal y el fortalecimiento de las capacidades de gestión. La metodología adoptada es de tipo documental-analítica, sustentada en fuentes actuales y pertinentes.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Quiebra empresarial, insolvencia, reestructuración, ley de quiebras, MiPymes, Paraguay, COVID-19.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Microplásticos en Ecosistemas Acuáticos: Impactos, Fuentes y Estrategias de Mitigación.</b>
<b>Autor</b>	Mariano Federico Saucedo Ávila.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>La investigación analiza la contaminación por microplásticos en los ecosistemas acuáticos mediante una revisión documental de estudios empíricos y reportes internacionales, organizada en cuatro ejes: (a) abundancia y distribución de micro plásticos en agua y sedimentos, (b) identificación de fuentes y mecanismos de transporte, (c) evaluación de los impactos toxicológicos en la biota acuática y (d) papel de los microplásticos como vectores de contaminantes químicos. Los resultados sintetizados muestran una presencia ubicua de fibras y fragmentos de plástico en ríos, lagos y ambientes marinos costeros, con concentraciones superiores a las de áreas prístinas y fuertemente asociadas a descargas de aguas residuales urbanas, escorrentía superficial y desgaste de neumáticos. Asimismo, se documenta la ingestión de microplásticos por peces y moluscos, acompañada de efectos subletales evidenciados mediante biomarcadores de estrés, y la capacidad de estas partículas para adsorber contaminantes orgánicos persistentes y metales, incrementando el riesgo de transferencia trófica hasta los seres humanos. Finalmente, se discuten limitaciones metodológicas, se propone profundizar en estudios ecotoxicológicos crónicos y en la evaluación del riesgo para la salud humana, y se plantean estrategias de mitigación basadas en la prevención en origen, la mejora del tratamiento de efluentes y la educación ambiental, concluyendo que los microplásticos constituyen ya una amenaza ambiental consolidada que requiere respuestas regulatorias integradas (Saucedo Ávila, 2025).</p> <p><b>Palabras clave:</b> Medio ambiente acuático, Ecosistema acuático, Contaminación del agua.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Auditoría.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Métodos y Técnicas de Control Ambiental</b>
<b>Autor</b>	Angelica Lucia Aquino Zarate.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>El trabajo analiza los métodos y técnicas de control ambiental aplicados en el marco de la auditoría ambiental como herramienta de gestión para evaluar el desempeño ambiental de las organizaciones y asegurar el cumplimiento de la normativa vigente.</p> <p>Desde un enfoque descriptivo-documental, se sistematizan cuatro métodos centrales: la evaluación del cumplimiento normativo, el monitoreo de impactos ambientales en aire, agua y suelo, el análisis de ciclo de vida y la evaluación de riesgos ambientales, destacando sus objetivos, procedimientos y contribuciones a la reducción de la contaminación y a la mejora continua de los sistemas de gestión. Asimismo, se describen técnicas operativas asociadas, como la revisión documental y procedimental, la inspección en sitio y la auditoría de proveedores y subcontratistas, que permiten verificar en la práctica la eficacia de los controles establecidos. Se concluye que el control ambiental articulado a la auditoría ambiental no solo previene sanciones legales, sino que también optimiza el uso de recursos, fortalece la transparencia organizacional y posiciona la sostenibilidad como eje estratégico de la gestión empresarial.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Gestión ambiental; Legislación ambiental; Control de la contaminación; Vigilancia del medio ambiente; Evaluación de riesgos.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Auditoria.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Residuos Electrónicos 2025</b>
<b>Autor</b>	Juan Daniel Fernández Fernández.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo aborda la problemática de los residuos electrónicos (e-waste) y su impacto ambiental desde la perspectiva de la auditoría ambiental. Se analizan los principales desafíos en la gestión de estos desechos, la normativa vigente y sus implicancias sociales y sanitarias. Asimismo, se realiza un análisis comparativo regional e internacional sobre el manejo de residuos electrónicos, incorporando datos estadísticos recientes. Además, se presentan casos prácticos y propuestas de políticas públicas -como la responsabilidad extendida del productor y el derecho a reparar- orientadas a promover una gestión sostenible y reducir los riesgos asociados al manejo inadecuado del e-waste. Desde la mirada de un investigador con décadas de experiencia, el estudio identifica indicadores clave y recomendaciones para mejorar la trazabilidad, incrementar la reutilización y optimizar la recuperación de materiales, contribuyendo así a minimizar los impactos negativos de los residuos electrónicos en el medio ambiente y la salud.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Residuos electrónicos; Auditoría ambiental; Gestión sostenible.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Auditoría.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>El papel de la contabilidad de costos en los hospitales privados</b>
<b>Autores</b>	Kevin González, Sara Jara, Rodrigo Rodríguez, Felipe Roche, Vanina Ruiz Diaz, Jackelin Segovia.
<b>Docentes Asesores</b>	CPN Álvaro Gabriel Benítez Quiñonez, Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación documental analiza el papel estratégico de la contabilidad de costos en hospitales privados, destacando su influencia en la eficiencia de los recursos y en la toma de decisiones gerenciales. Ante los desafíos financieros del sector salud, la contabilidad de costos se posiciona como una herramienta crítica para la identificación, análisis y control de gastos por unidad funcional, paciente o procedimiento. A partir de una revisión teórica exhaustiva, se identifican beneficios relevantes como la mejora en la rentabilidad, el soporte en la negociación con aseguradoras, la transparencia financiera y la evaluación del desempeño por servicio.</p> <p>Asimismo, se abordan las principales limitaciones para su implementación efectiva: escasa capacitación del personal, rigidez de los sistemas informáticos, ausencia de planificación contextualizada y desconexión entre diseñadores de software y usuarios finales. El enfoque metodológico es cualitativo, descriptivo-analítico, basado en fuentes académicas de alto impacto. Los hallazgos subrayan que una adecuada gestión de costos no solo contribuye a la sostenibilidad financiera, sino que también promueve la equidad y la calidad en la prestación de servicios de salud privados (Horngren et al., 2012; Porter &amp; Kaplan, 2011).</p> <p><b>Palabras clave:</b> Contabilidad, Economía de la salud, Gestión hospitalaria, "Sistemas de información contable", "Toma de decisiones", "Organización y gestión de servicios de salud".</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>La contabilidad de seguros: herramienta estratégica para la toma de decisiones en empresas aseguradoras del Paraguay.</b>
<b>Autores</b>	José Félix Martínez, Francisco Díaz, Jessica Segovia, Giuliana Falcon.
<b>Docentes Asesores</b>	CPN Álvaro Gabriel Benítez Quiñonez, Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio examina cómo la contabilidad de seguros, regulada por la Ley N.º 827/96 y bajo supervisión de la Superintendencia de Seguros del Banco Central del Paraguay (BCP), contribuye a garantizar transparencia, solvencia y sostenibilidad en las aseguradoras paraguayas. La investigación se justifica en el hecho de que la adopción progresiva de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) ha fortalecido la comparabilidad y confiabilidad de la información contable; sin embargo, también ha evidenciado brechas en la capacitación profesional y en la adaptación tecnológica, factores que condicionan la calidad informativa y el proceso de toma de decisiones (La Nación, 2025; MarketData, 2024). El objetivo general consiste en analizar el impacto de la contabilidad de seguros en las decisiones financieras del sector, considerando el marco normativo, la estandarización contable y la percepción profesional. Metodológicamente, se adopta un diseño cualitativo, basado en análisis documental y estudio de casos, orientado a identificar efectos en la planificación, la gestión de riesgos y las inversiones. Los resultados confirman que la contabilidad trasciende su función operativa y registral, constituyéndose en un insumo estratégico para la gestión financiera. La implementación de las NIIF ha incrementado la transparencia y la confianza, aunque persisten desafíos vinculados con el capital humano y las limitaciones tecnológicas que afectan la oportunidad y disciplina de la información. En conclusión, el fortalecimiento de competencias especializadas, la integración tecnológica mediante sistemas de reportes y ERP, así como la consolidación regulatoria, emergen como palancas clave para que la contabilidad de seguros se constituya en un catalizador de eficiencia, competitividad y confianza pública en el sistema asegurador paraguayo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Contabilidad de seguros, Información financiera, Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), Toma de decisiones financieras, Gestión de riesgos.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Análisis de la influencia de la contabilidad bancaria en la calidad de los activos y la estabilidad financiera.</b>
<b>Autores</b>	Arasanzú Monserrat Rosso Rivarola, Rossana Elodia Cáceres Mareco, Florencia Mareco Durks, Maria Beatriz Gomez, Elizabeth Giménez Jara
<b>Docentes Asesores</b>	CPN Álvaro Gabriel Benítez Quiñonez, Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación parte del problema de cómo asegurar información contable fiable, oportuna y comparable en instituciones bancarias sometidas a transformación digital acelerada, dado que la complejidad de operaciones, tal como, captación, crédito, negociación de instrumentos y pagos, lo cual exige reportes robustos para la gestión y la supervisión; se justifica por la necesidad de transparencia, disciplina de mercado y estabilidad financiera en contextos de innovación tecnológica. El objetivo general es analizar la incidencia de la contabilidad bancaria en la evaluación de la calidad de los activos financieros y su vínculo con la estabilidad del sistema, considerando el papel de las normas internacionales de información financiera y de las herramientas digitales. Metodológicamente, se adopta un diseño cualitativo-descriptivo basado en análisis documental y revisión crítica de literatura normativa y técnica. Los resultados evidencian que la integración de inteligencia artificial, big data, automatización y software especializado mejora eficiencia, precisión y trazabilidad de los registros y reportes, fortaleciendo la medición de pérdidas y deterioros; no obstante, emergen riesgos de ciberseguridad, dependencia tecnológica y brechas de capacidades que condicionan la calidad informativa. Se concluye que la gestión transparente, la innovación tecnológica responsable y la supervisión eficaz constituyen un trípode indispensable para prevenir riesgos, proteger la confianza pública y sostener la estabilidad del sistema financiero (García, 2023; Morodo, 2024).</p> <p><b>Palabras clave:</b> Contabilidad bancaria, Contabilidad financiera, Gestión contable, Activos financieros, Estabilidad financiera.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Transparencia y rendición de cuentas en la gestión pública paraguaya</b>
<b>Autor</b>	José Felix Ramirez Ferreira.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez.
<b>Resumen</b>	<p>La transparencia y la rendición de cuentas se han convertido en pilares esenciales para mejorar la gestión pública en Paraguay. En los últimos años, la ciudadanía ha mostrado un mayor interés en conocer cómo se usan los recursos del Estado y qué resultados generan las instituciones públicas. Sin embargo, persisten desafíos importantes relacionados con la corrupción, la falta de controles efectivos y la limitada accesibilidad a la información.</p> <p>Este trabajo busca analizar la situación actual de la transparencia en la gestión pública paraguaya, identificar avances, debilidades y proponer recomendaciones que puedan contribuir a fortalecer la confianza ciudadana y la calidad del servicio público.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Transparencia, gestión pública.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Protocolo y Gobierno.
<b>Carrera</b>	Administración Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Digitalización y automatización - Gobierno Electrónico</b>
<b>Autor</b>	Celia Concepción Cabrera Ortiz.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez.
<b>Resumen</b>	<p>La gran necesidad de los gobiernos por agilizar, optimizar, flexibilizar, transparentar y abaratar procesos y/o actividades del sistema público, ha motivado a utilizar en forma acelerada y sustancial las tecnologías de información y comunicación (TIC) para el desarrollo de aplicaciones cada vez más complejas, necesariamente apoyadas por arquitecturas dedicadas, especialmente diseñadas para trabajar de la manera más óptima, integrando sistemas, utilizando las mejores herramientas de gestión y desarrollando modelos adecuados a las necesidades de Gobierno, creando plataformas compatibles que resuelven temas como la interoperabilidad, compatibilidad, acceso, seguridad, entre otras. El Gobierno Electrónico es la transformación de todo el gobierno como un cambio de paradigma en la gestión gubernamental, es un concepto de gestión que fusiona la utilización intensiva de las TIC, con modalidades de gestión, planificación y administración, como una nueva forma de gobierno. El Gobierno Electrónico basa y fundamenta su aplicación en la Administración Pública, teniendo como objetivo contribuir al uso de las TIC para mejorar los servicios e información ofrecida a los ciudadanos y organizaciones, mejorar y simplificar los procesos de soporte institucional y facilitar la creación de canales que permitan aumentar la transparencia y la participación ciudadana. El presente documento intenta dar una aproximación a los elementos que componen el Gobierno Electrónico, elevar la importancia y el rol que cumple el adecuado manejo de la información dentro de la administración pública, suponiendo que un Gobierno Electrónico enmarcado en la Planificación Estratégica de cada institución y de la mano con las estrategias digitales y la modernización del estado, puede llegar a ser la herramienta más eficiente y eficaz para entregar servicios rápidos y transparentes a los ciudadanos.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Gobierno electrónico, administración pública y las TIC.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Protocolo y Gobierno.
<b>Carrera</b>	Administración Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Participación pública en proyectos urbanos de Latinoamérica</b>
<b>Autor</b>	Marian Paola Gamarra Peña.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez.
<b>Resumen</b>	<p>De manera progresiva, las ciudades latinoamericanas han experimentado una urbanización acelerada que ha generado desigualdades, fragmentación territorial y una creciente demanda por procesos de gestión pública más transparentes, inclusivos y participativos. En este contexto, la participación ciudadana se ha consolidado como un componente esencial de la gobernanza urbana, ya que incorpora las percepciones, saberes y experiencias de los habitantes en el diseño y ejecución de los proyectos urbanos (ONU-Habitat, 2012; Innes &amp; Booher, 2010). El presentetrabajo analiza, desde un enfoque cualitativo y descriptivo, experiencias de participación pública en proyectos urbanos en la Provincia de Neuquén (Argentina) y en la ciudad de Guarambaré (Paraguay), destacando cómo los procesos colaborativos fortalecen la legitimidad democrática, la pertinencia del diseño y la apropiación ciudadana del espacio. Los resultados muestran que la participación efectiva mejora la calidad técnica y social de las intervenciones, constituye una herramienta de fortalecimiento democrático y orienta hacia modelos de urbanismo sostenible e inclusivo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> participación ciudadana, proyectos urbanos, gestión pública, espacio público.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Políticas públicas y gerenciamiento de recursos Humanos.
<b>Carrera</b>	Administración Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Transparencia y rendición de cuentas en la gestión pública paraguaya: avances normativos, brechas de implementación y desafíos institucionales (2014-2025)</b>
<b>Autor</b>	José Félix Ramírez Ferreira.
<b>Docente Asesor</b>	Mg. Maria Raquel Ibarra de Ramírez.
<b>Resumen</b>	<p>La transparencia y la rendición de cuentas constituyen ejes críticos para la legitimidad democrática y la eficacia estatal, particularmente en contextos donde persisten percepciones elevadas de corrupción. Este trabajo analiza la evolución reciente de la transparencia pública en Paraguay desde la vigencia de la Ley N.º 5282/2014, describiendo avances institucionales (digitalización y publicación de información), así como limitaciones estructurales vinculadas a la actualización de datos, capacidades organizacionales, articulación de controles y efectividad sancionatoria. Metodológicamente, se desarrolló un estudio documental, descriptivo y de corte transversal, basado en revisión sistematizada de normativa, documentos oficiales y literatura académica, complementada con el examen de plataformas públicas (CGR y DNCP). Los hallazgos sugieren una brecha entre la “transparencia formal” (disponibilidad de portales y datos) y la “rendición de cuentas efectiva” (capacidad de exigir explicaciones y consecuencias), por lo que se proponen acciones de fortalecimiento institucional, estandarización de datos, capacitación funcional y expansión de mecanismos de auditoría social. Se concluye que la consolidación de un Estado abierto requiere, además de marcos legales, una arquitectura de integridad y control con coordinación interinstitucional y participación ciudadana sostenida.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Gobierno abierto, integridad pública, compras públicas, control gubernamental, auditoría social.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Políticas públicas y gerenciamiento de recursos Humanos.
<b>Carrera</b>	Administración Pública.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>El Clima Organizacional como factor clave en la Productividad de las pymes del Paraguay.</b>
<b>Autor</b>	Blas Ojeda de Felice (VADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>En este trabajo, se ha tratado de entender cómo el clima organizacional afecta la productividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Paraguay. Al analizar este tema, he descubierto que un buen ambiente laboral no solo ayuda a motivar y comprometer a los empleados, sino que también tiene un impacto directo en el rendimiento y los resultados de la empresa. Se ha explorado conceptos importantes, cómo perciben los trabajadores el clima laboral, la influencia del liderazgo, la relevancia de la comunicación interna y el bienestar emocional de los empleados. También se ha incluido investigaciones recientes que apoyan estas ideas y he observado ejemplos que reflejan la situación en Paraguay. Se encontró que un clima organizacional positivo puede reducir la rotación del personal, ayudar a retener el talento y promover la innovación. A pesar de que muchas PYMES enfrentan desafíos por la falta de recursos, creo que se pueden lograr cambios significativos mediante pequeñas acciones y un enfoque más humano en la gestión.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Clima Organizacional, Productividad, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>El Clima Organizacional en las empresas del Paraguay.</b>
<b>Autor</b>	Ignacio de Jesús Ballasch Quevedo (VADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>La monografía analiza el clima organizacional en las empresas paraguayas, destacando su importancia para el bienestar de los empleados y la eficiencia institucional. Se examinó el concepto de clima organizacional como el conjunto de percepciones compartidas sobre el entorno laboral y su influencia en las actitudes y comportamientos, así como su impacto en la motivación, la satisfacción y la productividad. El estudio describió características propias del contexto paraguayo, donde la jerarquía, los valores familiares y la solidaridad determinan gran parte de las dinámicas laborales. Asimismo, se consideraron factores externos, como la situación económica y política, que pueden generar incertidumbre y afectar el ambiente de trabajo. Se identificó tres factores centrales que influyen en el clima organizacional: el liderazgo, la cultura organizacional y las políticas de recursos humanos. En cada caso, se presentaron ejemplos y prácticas que contribuyen a un ambiente laboral positivo, como la comunicación abierta, el trabajo en equipo, la innovación, la igualdad de oportunidades y el reconocimiento del desempeño. El estudio concluyó que mejorar el clima organizacional es esencial para el desarrollo sostenible del sector empresarial del país.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Clima organizacional, empresas, Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Capital Humano como factor crítico de éxito empresarial</b>
<b>Autor</b>	Eliana Elizabeth Astorga Lesme (VADM).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>En las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), el estilo de liderazgo tiene un impacto directo en su funcionamiento y crecimiento. El liderazgo autocrático es común, especialmente en empresas familiares o de reciente creación, donde el dueño centraliza las decisiones. Sin embargo, también se observan estilos más participativos, como el liderazgo democrático, que fomenta el trabajo en equipo y mejora el clima laboral. Algunas MYPES con visión innovadora adoptan el liderazgo transformacional, que motiva e impulsa el desarrollo del talento. Por otro lado, el liderazgo laissez-faire, aunque menos frecuente, puede aparecer en entornos más flexibles. En general, el estilo de liderazgo elegido influye en la productividad, la motivación del personal y la capacidad de la empresa para adaptarse a los cambios. Se concluye que los estilos de liderazgo influyen de manera directa en la productividad y el ambiente laboral de las MYPES. Además, resalta que un número creciente de estas empresas adopta modelos participativos y transformacionales para fortalecer su desempeño y sostenibilidad.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Recursos humanos, liderazgo, empresas.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Capital Humano como factor crítico de éxito en las empresas de servicio</b>
<b>Autor</b>	Juan Ignacio Javaloyes de Jesús (VADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>La monografía analizó el papel del capital humano como un factor crítico de éxito en las empresas de servicios, especialmente en el contexto paraguayo. Se explicó que, en sectores donde la calidad depende directamente del desempeño del personal, la gestión efectiva del talento humano se convierte en una ventaja estratégica. A través de una revisión bibliográfica, se describió el capital humano como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que poseen los colaboradores, resaltando su importancia para la eficiencia, productividad y satisfacción del cliente. El desarrollo abordó las características esenciales del personal en empresas de servicios, entre ellas la orientación al cliente, la comunicación efectiva, la empatía y la capacidad de resolución de problemas. Asimismo, se identificaron factores críticos de éxito vinculados al capital humano, como el reclutamiento adecuado, la capacitación continua, el liderazgo participativo y una cultura organizacional sólida. Se destacó también la importancia de la gestión estratégica del talento humano, que implica alinear políticas de recursos humanos con los objetivos de la organización. Finalmente, se presentaron ejemplos de empresas paraguayas que han fortalecido su capital humano mediante capacitación e incentivos. Se concluye que invertir en las personas es clave para mejorar la calidad del servicio, potenciar la innovación y asegurar ventajas competitivas sostenibles.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Sector servicio, empresas, capital humano.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Cualidades de los líderes que influyen en la satisfacción laboral de los colaboradores</b>
<b>Autor</b>	Renzo Fabrizio Pérez Cardozo (VADM).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) son un pilar fundamental en la economía, y el estilo de liderazgo que se implementa en ellas es crucial para su éxito. Tradicionalmente, se ha observado que el liderazgo en estas organizaciones tiende a ser autocrático o directivo, donde los dueños toman decisiones de manera concentrada y directa. Este enfoque permite un control más eficaz de los recursos y una rápida toma de decisiones, lo cual es esencial en entornos con recursos limitados y alta competencia. Sin embargo, en los últimos años, se ha evidenciado una tendencia creciente hacia estilos de liderazgo más interactivos y transformacionales. Este trabajo exploró cómo los estilos de liderazgo influyen en el clima laboral, la eficiencia y la capacidad de adaptación a cambios, destacando una transición histórica del liderazgo autoritario hacia enfoques más colaborativos, como el participativo y transformacional. Estas dinámicas permiten establecer relaciones laborales más cercanas, mejorando la comunicación y fomentando la motivación y el crecimiento del equipo. Este estudio subrayó la importancia de un liderazgo efectivo como herramienta para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el entorno empresarial.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Mypes, liderazgo, recursos humanos.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>El Clima Organizacional en las empresas del Paraguay</b>
<b>Autor</b>	Franco Abraham Capurro Velázquez (VADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio analizó el clima organizacional en las empresas de Paraguay, resaltando su importancia para el bienestar de los empleados y la eficiencia organizacional. Se definió el clima organizacional como el ambiente psicológico y emocional de la empresa, que influye en la satisfacción, el compromiso y la productividad de los trabajadores. Se identificaron características específicas, como la fuerte influencia de la cultura local, que valora la jerarquía y el respeto a la autoridad, así como la relevancia de los valores familiares y la solidaridad entre los empleados. Además, se discutió cómo factores externos, como la situación económica y la estabilidad política, impactaron el clima laboral, especialmente en momentos de crisis. Se destacó el papel del liderazgo en la creación de un clima positivo, con ejemplos de empresas que implementaron políticas de comunicación abierta y fomentaron el trabajo en equipo. Finalmente, se propusieron medidas para mejorar el clima organizacional, como fomentar una comunicación transparente y ofrecer programas de capacitación y desarrollo profesional a los empleados.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Clima organizacional, empresas, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

**Título****El equilibrio entre vida personal y laboral en el trabajo remoto****Autor**

Samuel Braun (VADM).

**Docente Asesor**

Chap Kau Kwan Chung (ADM).

**Resumen**

Este artículo exploró el impacto del trabajo remoto, especialmente tras la pandemia de COVID-19, en la conciliación entre la vida personal y laboral. El teletrabajo se definió como la realización de tareas laborales desde fuera de la oficina tradicional, lo que ofreció flexibilidad pero también presentó desafíos significativos. Los trabajadores enfrentaron dificultades para separar el tiempo laboral del personal, lo que incrementó los niveles de estrés y agotamiento. Se identificaron problemas como el burnout, resultado de la falta de límites claros entre el trabajo y el hogar, y la desconexión digital que dificultó descansar fuera del horario laboral. Sin embargo, se mencionaron factores que favorecieron el equilibrio, como la flexibilidad en la gestión del tiempo, que mejoró la satisfacción laboral y redujo el estrés. El establecimiento de límites claros entre el trabajo y la vida personal también se consideró crucial. Ejemplos de políticas de trabajo híbrido demostraron que una combinación de trabajo en oficina y remoto podría mantener un equilibrio saludable. En conclusión, se enfatizó que tanto las organizaciones como los empleados debían adoptar un enfoque integral para gestionar el trabajo remoto, priorizando el bienestar y la salud mental.

**Palabras clave:** Trabajo remoto, equilibrio personal y laboral, homeoffice.

**Línea de Investigación**

Gestión y Desarrollo de personas.

**Carrera**

Administración de empresas.

**Modalidad**

Virtual.

<b>Título</b>	<b>El papel de la cultura organizacional en el rendimiento del equipo</b>
<b>Autor</b>	Ruth Stella Morel Bobadilla (VADM).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>Esta monografía analizó el papel de la cultura organizacional en el rendimiento de los equipos, destacando su influencia significativa en el comportamiento, la motivación y el desempeño laboral. Se demostró que el rendimiento no depende únicamente de las habilidades individuales, sino también de las condiciones culturales establecidas por la organización. Se examinó cómo los valores, creencias, normas y prácticas compartidas impactan el rendimiento colectivo, revelando que una cultura organizacional positiva puede mejorar la satisfacción laboral y fomentar el trabajo en equipo. Estudios previos indicaron que las empresas con culturas organizacionales sólidas lograban un incremento notable en productividad y una disminución en la rotación del personal.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Cultura organizacional, rendimiento, productividad.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Estilo de Liderazgo implementadas en las Medianas y Pequeñas Empresas (Mypes)</b>
<b>Autor</b>	Nilda Antonella Aldama Franco (VADM).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>En esta monografía se analizó la relevancia de la teoría del liderazgo situacional, centrándose en sus diversos estilos: dirigir, guiar, participar y delegar. A lo largo del estudio, se buscó identificar el estilo de liderazgo más predominante en las Micro y Pequeñas Empresas (MIPYMES) de Asunción, Paraguay, durante la última década. Se destacó que el liderazgo no solo era un proceso de influencia, sino que también se manifestaba a través de diferentes enfoques que impactaban directamente en la dinámica organizacional y en el rendimiento de los equipos. La investigación reveló que, aunque el liderazgo participativo fue el más común en este contexto, también coexistieron otros estilos que pudieron ser efectivos dependiendo de las circunstancias y necesidades específicas de cada empresa.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Mipymes, Paraguay, liderazgo.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Estilo de Liderazgo implementadas en las MYPES</b>
<b>Autor</b>	Jorge Adriano Zaracho Piris (VADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo tuvo como objetivo analizar los diferentes estilos de liderazgo implementados en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES). Se exploraron los conceptos fundamentales sobre el liderazgo, así como los principales estilos aplicados en el contexto de las MYPES, teniendo en cuenta su estructura, recursos limitados y el impacto de la gestión empresarial. La investigación se basó en diversos estudios que destacaron las ventajas y desventajas de cada estilo de liderazgo, además de cómo la cultura organizacional y el entorno económico influyeron en la selección del estilo más adecuado. Finalmente, se discutieron las implicaciones para los empresarios y se señaló cómo un liderazgo efectivo pudo contribuir al crecimiento y sostenibilidad de las MYPES.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Liderazgo, talento humano, Mypes.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Estilos de Liderazgo en las MYPES del Paraguay: Una mirada desde la gestión organizacional</b>
<b>Autor</b>	Cielo Torales Benavente (VADM).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>La presente monografía abordó los estilos de liderazgo implementados en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) del Paraguay. A través de una revisión de fuentes bibliográficas y estudios recientes, se analizaron los principales enfoques de liderazgo adoptados por empresarios y directivos de este sector, evaluando su influencia en el rendimiento organizacional, la motivación del personal y la sostenibilidad del negocio. El objetivo fue comprender cómo los diferentes estilos de liderazgo pudieron impactar positiva o negativamente en el desarrollo de las MYPES, así como identificar buenas prácticas para fortalecer la gestión humana en este tipo de empresas.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Liderazgo, Mypes, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Estilos de Liderazgo implementadas en el mundo de las MYPES.</b>
<b>Autor</b>	Patricio Clavel (VADM).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>El liderazgo fue un componente esencial en el éxito de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) dentro de la economía global. Este artículo examinó tres estilos de liderazgo predominantes en las MYPES: autocrático, democrático y transformacional. El liderazgo autocrático se caracterizó por una toma de decisiones centralizada, lo que resultó ventajoso en situaciones de crisis, aunque restringió la creatividad y la innovación. Por otro lado, el liderazgo democrático fomentó la participación activa de los empleados en la toma de decisiones, lo que impulsó la innovación y el compromiso, aunque a veces resultó menos eficiente. Finalmente, el liderazgo transformacional se centró en inspirar a los empleados y fomentar un ambiente propicio para la innovación, siendo particularmente efectivo para el crecimiento de las MYPES. La elección del estilo de liderazgo más adecuado dependió de factores como la cultura organizacional y las circunstancias cambiantes de la empresa. En resumen, se concluyó que el liderazgo óptimo para una MYPE fue aquel que logró un equilibrio entre las necesidades específicas de la organización y las dinámicas del entorno.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Liderazgo, Mypes, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Estilos de liderazgo implementadas en las Pequeñas y Medianas Empresas</b>
<b>Autor</b>	Yony Centurión (VADM).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>Este artículo abordó el tema del liderazgo en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), subrayando su vital importancia para el éxito organizacional. Se realizó una revisión de la literatura existente sobre estilos de liderazgo, centrándose en las clasificaciones conductuales propuestas por estudios realizados en la década de 1930. Se identificaron y analizaron diversos estilos, como el autocrático, el democrático y el laissez-faire, destacando que el estilo democrático promovía la participación activa de los empleados, favoreciendo la creatividad y motivación. Asimismo, se exploraron estilos contemporáneos, como el transformacional y el transaccional, que también pueden ser efectivos en el contexto de las PYMES. Se concluyó que un liderazgo democrático o transformacional era el más adecuado para enfrentar los retos del entorno volátil, especialmente dadas las presiones económicas actuales. Estos estilos no solo mejoraron la productividad, sino que también fomentaron un ambiente de trabajo positivo y la retención del talento. El estudio enfatizó la necesidad de que los líderes de PYMES adopten enfoques flexibles y participativos, alineándose con las expectativas y capacidades de sus equipos para asegurar un crecimiento sostenible en un mercado competitivo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Pymes, sector empresarial, recursos humanos.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Factores que favorecen la Resistencia de Cambio dentro de las Empresas Familiares Paraguayas</b>
<b>Autor</b>	Marcelo Silvero Ybarra (VADM).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>Esta monografía exploró los factores que contribuyeron a la resistencia al cambio dentro de las empresas familiares en Paraguay. A través de una revisión exhaustiva de la literatura existente, se identificaron y analizaron los elementos culturales, estructurales y emocionales que obstaculizaron la adopción de cambios organizacionales. Se utilizaron diversas fuentes, incluyendo artículos científicos, libros y estudios de caso, para proporcionar una visión integral del tema. Al final, se propusieron estrategias para mitigar la resistencia y facilitar procesos de cambio más fluidos dentro de este contexto empresarial específico. La investigación destacó la importancia de comprender las particularidades de las empresas familiares y cómo estas influencias podrían ser abordadas para lograr una mejor adaptación a las transformaciones necesarias en el entorno empresarial.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Resistencia al cambio, empresas familiares, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>El feedback 360° como herramienta de mejora en el rendimiento laboral en empresas de Paraguay</b>
<b>Autor</b>	Sofia Micaela Vázquez Berino (VGRH)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>El Feedback 360° es un enfoque que permite evaluar a los empleados a través de opiniones obtenidas de diversas fuentes, como jefes, colegas, subordinados y clientes. Este método ofrece una visión integral del desempeño, identificando tanto habilidades destacadas como aspectos a mejorar. Además, fomenta una cultura de comunicación abierta y contribuye al desarrollo profesional de los colaboradores, fortaleciendo su conexión con los objetivos de la organización. El objetivo principal de este trabajo es dar a conocer que es esta herramienta, cuáles son las empresas que lo llevan a cabo en Paraguay y cómo se comporta el feedback 360° en el ámbito laboral, ya sea lo que implica y el proceso que lleva desarrollarse en una empresa.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Retroalimentación, rendimiento laboral, Paraguay.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de personas.
<b>Carrera</b>	Gestión de Recursos Humanos.
<b>Modalidad</b>	Virtual.

<b>Título</b>	<b>Barreras comerciales y logísticas en la importación y exportación del algodón en Paraguay.</b>
<b>Autores</b>	Mateo Nogués Talavera (CIN), Andrea Magali Villalba (MKT), Giuliano Ezequiel Campuzano (CIN), Guillermo Daniel Cárdenas (ICA).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio analiza las principales barreras comerciales y logísticas que afectan la importación y exportación del algodón en Paraguay, un rubro con alto potencial económico pero limitado por factores estructurales y normativos. El estudio adoptó un enfoque cualitativo, con nivel explicativo y diseño no experimental, orientado a comprender las percepciones y experiencias de los productores de algodón respecto a las barreras comerciales y logísticas del sector. La población estuvo compuesta por ocho productores, quienes conformaron la muestra total mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando su disponibilidad y accesibilidad. El corte fue transversal, ya que los datos se recolectaron en un único momento, lo que permitió obtener una visión actual de la problemática. Asimismo, se detectó una fuerte dependencia de intermediarios en la cadena de comercialización y una limitada industrialización del algodón a nivel local. Las barreras arancelarias y no arancelarias, junto con los altos costos logísticos y la falta de articulación institucional, contribuyen a una pérdida de competitividad frente a otros países productores. La investigación plantea que, para mejorar el posicionamiento del algodón paraguayo en el mercado internacional, se requiere una estrategia integral basada en inversión en infraestructura, capacitación técnica, fortalecimiento de cooperativas, diversificación de mercados y promoción del valor agregado. Este enfoque permitiría dinamizar la cadena algodonera desde una perspectiva sostenible e inclusiva, alineada con los objetivos de desarrollo del país.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Algodón, Paraguay, importación, exportación, barreras.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de mercado, economía y comercialización.
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Impacto de la Digitalización Contable en la Formalización de las PYMES en Paraguay</b>
<b>Autores</b>	Fátima Noemí Acosta (CON), Kimberly Yazmin Guerrero (CON), Lautaro Joaquín Vega (CON), Miguel Ángel Vera (CON).
<b>Docentes Asesores</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM). María Raquel Ibarra (CON).
<b>Resumen</b>	<p>La investigación sobre el impacto de la digitalización contable en la formalización de las PYMES en Paraguay revela que la mayoría de estas empresas utilizan Excel para llevar el control y registro de sus actividades económicas. Aunque Excel presenta algunas limitaciones y riesgos, la mayoría de los entrevistados destacan sus ventajas, como la capacidad para llevar un seguimiento preciso de las actividades y obtener una visión clara de la situación financiera de la empresa. Las empresas que implementaron software contable y de gestión empresarial más avanzados enfrentaron desafíos iniciales de adaptación, pero lograron superarlos mediante capacitaciones internas y aprovechar los beneficios de estas herramientas. La adopción de herramientas tecnológicas puede generar beneficios significativos para las PYMES, siempre y cuando se brinde la capacitación necesaria para su uso efectivo. En general, la investigación sugiere que la digitalización contable puede ser un catalizador para la formalización de las PYMES en Paraguay, mejorando su gestión y competitividad en un entorno cada vez más digitalizado. La experiencia de estas empresas puede servir como ejemplo para otras que buscan mejorar su gestión y competitividad.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Digitalización, Contabilidad, Innovación.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Tributaria.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Impacto de las tecnologías digitales en la microempresa PIKO Estudio Creativo Paraguay, 2025</b>
<b>Autores</b>	Yvanna María Yamila González (ADM), Marialis Yoisibel Brítez (CON) Cristian Tobías Florentín (CON), Víctor David Álvarez (ICA).
<b>Docentes Asesores</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM). María Raquel Ibarra (CON).
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio analiza el impacto de las tecnologías digitales en la microempresa PIKO Estudio Creativo, ubicada en Asunción, Paraguay, en el año 2025. La investigación parte del reconocimiento de que las microempresas del sector creativo enfrentan desafíos significativos para adaptarse al proceso de transformación digital, especialmente en contextos donde los recursos son limitados. Mediante un enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a responsables de la empresa para identificar las herramientas digitales utilizadas, su influencia en la eficiencia operativa y las relaciones con los clientes, así como los principales obstáculos en su implementación. Los resultados muestran que herramientas como redes sociales y software de diseño gráfico son ampliamente utilizadas, permitiendo una mejor comunicación con los clientes y mayor visibilidad de la marca. Sin embargo, persisten barreras como la falta de capacitación técnica y la resistencia al cambio. El estudio concluye que la digitalización, pese a sus desafíos, ha tenido un efecto positivo en la productividad y competitividad de la empresa. Se proponen recomendaciones prácticas para fortalecer el proceso de adopción tecnológica, tanto para PIKO como para otras microempresas del sector creativo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Transformación digital, sector creativo, Paraguay, microempresa, marketing digital</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gerencia.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Influencia de la innovación en la gastronomía típica paraguaya en las preferencias alimenticias de los consumidores en Asunción, 2025</b>
<b>Autores</b>	Néstor Alejandro Penayo (ADM), Kevin Tadeo Ferreira (ICA), José Nicolás Ríos (ICA), Bader Rafael Torres (ADM), Fabrizio Contrera (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación analiza la influencia de la innovación en la gastronomía típica paraguaya sobre las preferencias alimenticias de los consumidores en Asunción, en el año 2025. El objetivo principal fue explorar cómo la cocina tradicional puede adaptarse a las nuevas tendencias del mercado sin perder su esencia cultural. Se utilizó un enfoque cualitativo, con diseño no experimental y entrevistas estructuradas a diez consumidores, seleccionados mediante muestreo por juicio. Los resultados revelan una alta receptividad hacia versiones innovadoras de platos típicos, siempre que se mantengan los ingredientes y sabores tradicionales. La estética y la presentación moderna fueron valoradas positivamente, especialmente entre los jóvenes, sin dejar de lado la conexión emocional con la tradición culinaria. Entre los factores que condicionan esta relación se destacan la influencia de la globalización, la falta de innovación en la oferta actual, el elevado costo de los ingredientes tradicionales, las diferencias generacionales y la escasa visibilidad mediática de la cocina típica reinventada. Los participantes expresaron una valoración positiva hacia las innovaciones que respetan la esencia cultural del plato, pero que aportan novedad en la presentación o combinación de ingredientes. En conclusión, la innovación en la gastronomía típica paraguaya representa una oportunidad para fortalecer su identidad y presencia en el mercado actual, siempre que se realice con respeto a sus raíces culturales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Innovación gastronómica, técnicas modernas, comida típica paraguaya, preferencias alimenticias, identidad cultural, Asunción.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Evaluación del Impacto de la Inteligencia Emocional en el Éxito Profesional de los Estudiantes de la Universidad Americana.</b>
<b>Autores</b>	Alicia Monserrath Díaz (ADM), Bethania Flor (ADM), Micaela Saucedo (ICA), Yessenia Ayala (ICA), Liz Villalba (ICA).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>La investigación realizada en la Universidad Americana tiene como objetivo analizar el impacto de la inteligencia emocional en el éxito profesional de sus estudiantes. Se adoptó un enfoque cuantitativo mediante un diseño no experimental y correlacional, recolectando datos a través de encuestas aplicadas a una muestra de 8,000 estudiantes de diversas carreras. Los resultados más relevantes indican que una alta proporción de los encuestados reconoció la importancia de la inteligencia emocional para alcanzar sus metas académicas y profesionales. El 90% expresó que el manejo adecuado de las emociones es tan crucial como los conocimientos técnicos para el éxito laboral. Además, las dimensiones más influyentes de la inteligencia emocional fueron la empatía, la motivación y las habilidades sociales, que facilitaron el establecimiento de relaciones laborales efectivas y la adaptación a entornos complejos. Como conclusión, se plantea que la inclusión de la inteligencia emocional en el currículo universitario podría mejorar el rendimiento académico y profesional de los estudiantes. Se sugiere implementar programas de entrenamiento y estrategias de acompañamiento emocional para fortalecer estas competencias en el entorno educativo, contribuyendo así al desarrollo integral de los futuros profesionales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Impacto, Profesional, Inteligencia Emocional, Estudiantes.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Factores de éxito y fracaso en los emprendimientos en el Paraguay para emprendedores en el año 2025</b>
<b>Autores</b>	Tobias Leandro Luraghi (ADM), Araceli Sofía Acosta (ICA), Maia Mariel Encina (ICA), Alan Giovanni Martínez (ICA), Jorge Andrés Medina (ADM), Ivett Demi Portillo Maidana (ADM)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo de investigación analizó los factores clave que incidieron en el éxito o fracaso de los emprendimientos en Paraguay. La investigación tuvo un enfoque cualitativo y un diseño no experimental, centrado en 10 propietarios de emprendimientos en Asunción y su área metropolitana. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando intencionadamente a los participantes. Se realizaron entrevistas semiestructuradas mediante formularios en línea en 2025, consistiendo en 10 preguntas sobre sus experiencias y recomendaciones. La investigación identificó como principales factores de éxito la planificación estratégica, la atención al cliente, el uso adecuado de redes sociales, la capacitación continua y el compromiso personal. Por el contrario, entre los factores de fracaso destacaron la falta de financiamiento, la ausencia de planificación formal, la deficiente gestión de recursos humanos y el desconocimiento del mercado. A través de entrevistas semiestructuradas, se evidenció que muchos emprendimientos surgieron por necesidad económica más que por oportunidad, y que una buena parte de los emprendedores no contaba con una red de apoyo ni estrategias digitales efectivas. Sin embargo, aquellos que aplicaron técnicas de planificación, formación y adaptación al mercado lograron enfrentar mejor los desafíos. El estudio concluyó que el éxito emprendedor en Paraguay dependió de una combinación de factores internos (motivación, constancia, formación) y externos (redes de apoyo, financiamiento, entorno económico).</p> <p><b>Palabras clave:</b> Emprendimientos en Paraguay, Factores de éxito, Gestión estratégica, Acceso a financiamiento.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados.
<b>Carrera</b>	Administración empresarial e Ing. Comercial.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Estrategias para mejorar la motivación y la productividad en los funcionarios paraguayos 2025</b>
<b>Autores</b>	Juan Manuel Salamone (ICA), Ana Trento (ADM), Arami Rodriguez (ICA), Lucero Gutierrez (ADM), Luana Fleitas (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>Esta investigación tuvo como objetivo identificar y evaluar las estrategias clave que fomentaron el compromiso y la productividad laboral en Paraguay. Utilizando un enfoque mixto, se analizó cómo los empleados motivados no solo aumentaron su rendimiento, sino que también contribuyeron a un ambiente laboral positivo. El estudio se basó en una revisión bibliográfica de fuentes relevantes que abordaron las teorías de motivación laboral, especialmente la de Herzberg, y destacó la importancia de factores como el reconocimiento, incentivos y un clima laboral favorable. A pesar de que las organizaciones suelen centrar sus esfuerzos en retribuciones económicas, se observó que los factores no monetarios, como el reconocimiento y la formación, tuvieron un impacto significativo en la motivación y productividad. Por otro lado, se subrayó la necesidad de implementar políticas organizacionales que integran tanto factores motivacionales como higiénicos para mejorar el desempeño laboral y la productividad. Se recomendó que las empresas promovieran un ambiente laboral que favoreciera el desarrollo profesional y el reconocimiento de los empleados, y se sugirió realizar estudios futuros que ampliasen el enfoque sobre variables adicionales como liderazgo y cultura organizacional.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Motivación, Funcionarios, Paraguay, Productividad.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Gestión y Desarrollo de Personas.
<b>Carrera</b>	Administración empresarial e Ing. Comercial.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Implementación del uso de pagos digitales por parte de los vendedores ambulantes en el mercado 4, 2025</b>
<b>Autores</b>	Carmen Sosa (ADM), Mercedes Fernández (ICA), Florencia Segovia (ICA), Francisco Ayala (CON), Mariano Gabriel Velasco (ICA)
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación aborda la implementación de pagos digitales en el comercio ambulante del Mercado 4 de Asunción, Paraguay, un sector emblemático del comercio informal. Con una muestra de 154 vendedores, se analizan los factores que inciden en la adopción de medios electrónicos de pago y se identifican tanto las oportunidades como las limitantes para esta transformación. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, descriptivo y exploratorio. Se utilizó un diseño no experimental de corte transversal con un muestreo no probabilístico, recopilando datos a través de encuestas estructuradas aplicadas a 100 vendedores. Las consideraciones éticas incluyeron el consentimiento informado, la confidencialidad de los datos y la participación voluntaria. Los hallazgos revelan que, si bien existe un reconocimiento general de los beneficios –como la mayor seguridad y la posibilidad de aumentar las ventas–, se identifican importantes desafíos relacionados con la capacitación, la confianza en las plataformas digitales y la inclusión financiera. Se concluye que para una adopción exitosa se requiere un enfoque integral que combine intervenciones tecnológicas, programas de educación financiera y políticas de apoyo que incentiven el cambio en el comportamiento comercial.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Pagos digitales, comercio informal, inclusión financiera, capacitación, infraestructura tecnológica, barreras de implementación, proyección futura.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados.
<b>Carrera</b>	Administración empresarial e Ing. Comercial.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Influencia de la innovación en la gastronomía típica paraguaya en las preferencias alimenticias de los consumidores en Asunción, 2025</b>
<b>Autores</b>	Néstor Penayo (ADM), Kevin Ferreira (ICA), José Nicolás Ríos (ICA), Bader Rafael Torres (ADM), Fabrizio Contrera (ICA).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>La presente investigación analiza la influencia de la innovación en la gastronomía típica paraguaya sobre las preferencias alimenticias de los consumidores en Asunción, en el año 2025. El objetivo principal fue explorar cómo la cocina tradicional puede adaptarse a las nuevas tendencias del mercado sin perder su esencia cultural. Se utilizó un enfoque cualitativo, con diseño no experimental y entrevistas estructuradas a diez consumidores, seleccionados mediante muestreo por juicio. Los resultados revelan una alta receptividad hacia versiones innovadoras de platos típicos, siempre que se mantengan los ingredientes y sabores tradicionales. La estética y la presentación moderna fueron valoradas positivamente, especialmente entre los jóvenes, sin dejar de lado la conexión emocional con la tradición culinaria. Entre los factores que condicionan esta relación se destacan la influencia de la globalización, la falta de innovación en la oferta actual, el elevado costo de los ingredientes tradicionales, las diferencias generacionales y la escasa visibilidad mediática de la cocina típica reinventada. Los participantes expresaron una valoración positiva hacia las innovaciones que respetan la esencia cultural del plato, pero que aportan novedad en la presentación o combinación de ingredientes. En conclusión, la innovación en la gastronomía típica paraguaya representa una oportunidad para fortalecer su identidad y presencia en el mercado actual, siempre que se realice con respeto a sus raíces culturales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Innovación gastronómica, técnicas modernas, comida típica paraguaya, preferencias alimenticias, identidad cultural, Asunción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas e Ing. Comercial.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Evaluación del Impacto de la Inteligencia Emocional en el Éxito Profesional de los Estudiantes de la Universidad Americana</b>
<b>Autores</b>	Alicia Monserrath Díaz (ADM), Bethania Flor Rojas (ADM), Micaela Noemi Saucedo (ICA), Yessenia Ayala Peralta (ICA), Liz Villalba (ICA).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo de esta investigación fue analizar el impacto de la inteligencia emocional en el éxito profesional de los estudiantes de la Universidad Americana. Se utilizó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un muestreo no probabilístico que incluyó a 20 estudiantes. La recolección de datos se realizó mediante encuestas estructuradas, evaluando las dimensiones de la inteligencia emocional y su relación con el éxito profesional. Los resultados mostraron que el 90% de los encuestados reconoció la importancia de la inteligencia emocional para alcanzar sus metas académicas y laborales. La investigación reveló que las dimensiones de empatía, autorregulación y habilidades sociales fueron las más influyentes en el éxito profesional. Sin embargo, un 25% de los estudiantes presentó bajos niveles de autoconciencia, señalando la necesidad de programas de desarrollo emocional. En conclusión, la inteligencia emocional tiene un impacto positivo significativo en el éxito profesional de los estudiantes, sugiriendo que su inclusión en el currículo universitario podría mejorar tanto el bienestar como el rendimiento académico y profesional de futuros egresados. Se recomendaron estrategias de entrenamiento emocional y espacios de autocuidado para potenciar estas habilidades.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Impacto, Profesional, Inteligencia Emocional, Estudiantes.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercialización e Investigación de Mercados.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas e Ing. Comercial.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Factores claves en la elección de proveedores para pequeñas empresas en el Barrio Villa Anita en 2025</b>
<b>Autores</b>	Liliana Mariel Benítez (ADM), Job González Olazar (ADM), Jimena Mujica Caballero (ICA), Diego Chamorro Karajallo (ICA).
<b>Docente Asesor</b>	Chap Kau Kwan Chung (ADM).
<b>Resumen</b>	<p>El presente trabajo analiza los factores clave que influyen en la elección de proveedores por parte de las pequeñas empresas del barrio Villa Anita, Ñemby, en el año 2025. Se aplicó una metodología cuantitativa de diseño no experimental y de corte transversal, utilizando encuestas estructuradas a 60 empresas locales. Los resultados revelan que los criterios más valorados por los empresarios son el precio, la calidad, la confianza en el proveedor y la flexibilidad en los pagos. Además, se identificó una fuerte tendencia a tomar decisiones basadas en la experiencia personal y relaciones informales, más que en evaluaciones técnicas sistemáticas. Este estudio busca contribuir a mejorar los procesos de selección de proveedores, fortaleciendo la gestión empresarial en contextos locales.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Elección de proveedores, pequeñas empresas, factores clave, precio, confianza.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Administración y gestión empresarial.
<b>Carrera</b>	Administración de empresas e Ing. Comercial.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

## Título

**Factores que Influyen en la Elección de Servicios de Transporte por Aplicación, Taxi, Transportes Privados y Ómnibus en Asunción y Gran Asunción (2025): Un Análisis desde la Perspectiva del Turismo**

## Autores

Kathia Magali Ayala, Alma Florencia Chamorro, Luis Alberto Godoy, Tamara Lujan Gómez

## Docente Asesor

Carolina Espinola.

## Resumen

Cómo eligen moverse los turistas en Asunción, quisimos saber qué hace que los visitantes prefieran un tipo de transporte sobre otro en la capital paraguaya y su área metropolitana, analizamos todas las opciones disponibles: desde las apps populares (Bolt con el 35,5 % de preferencia y Uber con 22,6 %) hasta los taxis convencionales, servicios con conductor privado (transfer) y el transporte público. El perfil del viajero, principalmente jóvenes paraguayos (turistas nacionales) entre 18 y 25 años. Buscan sobre todo seguridad (51,6 %) y buen precio (43,5 %). Aunque el 82 % no tuvo problemas concretos, más de la mitad (52,5 %) cree que hay margen de mejora. Lo más revelador: las aplicaciones móviles llevan ventaja en lo que más valoran los usuarios, pero existe una sensación general de que la experiencia de movilidad podría ser mejor. Estos datos son la base para planificar un transporte urbano más eficiente, desarrollar el turismo de forma sostenible, alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), alcanzar los objetivos del país (Plan Nacional 2030), crear herramientas que mejoren la experiencia turística. Lo investigamos, realizando encuestas directas a visitantes, analizamos los datos con métodos estadísticos, comparamos las preferencias con la oferta actual. Este trabajo nos muestra que, aunque los servicios digitales están ganando terreno, todavía hay desafíos importantes que resolver para ofrecer una movilidad urbana que realmente satisfaga a turistas y residentes por igual. Los resultados serán útiles para autoridades y empresarios del sector turístico.

**Palabras clave:** Transporte, Movilidad, Turismo, Elección.

## Línea de Investigación

Inteligencia Turística.

## Carrera

Gestión de Turismo y Hotelería.

## Modalidad

Presencial y Virtual.

<b>Título</b>	<b>Preferencias en la elección de movilidad: transporte privado (buses de larga distancia) o vehículo propio para viajar a Ciudad del Este o Encarnación, Paraguay (2025)</b>
<b>Autores</b>	Vicente de Jesús San Martín Bazán, Aramí Asunción Paredes, Janina Paola Páez, Yanina Soledad Ruiz Díaz Meza
<b>Docente Asesor</b>	Carolina Espinola.
<b>Resumen</b>	<p>Este proyecto surgió con el objetivo de analizar los factores de preferencia de los turistas que viajan tanto a Encarnación como a Ciudad del Este, particularmente para saber qué vehículos prefieren utilizar (vehículos propios o buses de larga distancia) y mediante qué factores basan dichas preferencias. Estos últimos fueron determinados por ciertos criterios a los que llamaremos atributos, de los cuales podemos citar: comodidad, seguridad, costos, etc. La investigación se realizó con un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Esto fue mediante la implementación de encuestas, realizadas en línea, difundida a través de WhatsApp para una mayor accesibilidad. En base a los resultados se comprobó una importante inclinación por el vehículo propio como medio de transporte elegido. Se destacó también que hay áreas que se pueden mejorar, especialmente en cuanto a la seguridad y comodidad de los buses de larga distancia.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Turismo, movilidad, transporte, preferencia.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística.
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Impacto Económico del uso Transporte Turístico a Brasil en Empresas de Paraguay, dedicadas al transporte Año (2025)</b>
<b>Autores</b>	Yenifer Fernández , Jazmín González, Karol Peralta, Andrea Richter
<b>Docente Asesor</b>	Carolina Espinola.
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio analiza el impacto económico del transporte turístico terrestre desde Paraguay a Brasil durante la temporada alta del año 2025, con énfasis en el rol que desempeñan las empresas paraguayas dedicadas a este sector. A través de una encuesta aplicada a tres empresas de transporte, se constató que la totalidad de ellas (100%) valoran esta forma de turismo como una notable vía de ingresos y productora de puestos de trabajo. Así mismo, el 66,7% (2 empresas) notificó un incremento en la solicitud durante 2024 en comparación con 2023, y todas anticipan un crecimiento aún mayor para 2025. Las empresas también confirman haber realizado inversiones recientes en infraestructura y manifestaron interés en expandir sus rutas. Sin embargo, las opiniones sobre el apoyo gubernamental fueron diversas, lo que evidencia la necesidad de políticas públicas más integradoras. Esta investigación destaca la relevancia del turismo por tierra como un impulsor de la economía y sugiere acciones para fortalecer y mejorar la experiencia turística regional.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Turismo, verano, Brasil, Transporte.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Inteligencia Turística.
<b>Carrera</b>	Gestión de Turismo y Hotelería.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Dinámica del Comercio Exterior en Paraguay (1994-2025)</b>
<b>Autor</b>	Roger Armoa.
<b>Docente Asesor</b>	Marcelo Echague.
<b>Resumen</b>	<p>Proyecto áulico con ponencia presencial de poster en el VI Seminario de Iniciación Científica.</p> <p>Este trabajo analiza las series mensuales de importaciones y exportaciones del Paraguay entre 1994 y 2025, con el objetivo de generar evidencia que contribuya al estudio de la balanza comercial y su vinculación con la política macroeconómica del país. Las series de comercio exterior son clave para el Banco Central del Paraguay (BCP), ya que permiten monitorear el ingreso y salida de divisas, evaluar desequilibrios externos y anticipar impactos sobre el tipo de cambio, la inflación y el nivel de reservas monetarias internacionales. Estos datos alimentan los modelos de proyección macroeconómica, facilitan la identificación de sectores estratégicos y ayudan a evaluar riesgos asociados a choques internacionales. Un análisis riguroso de estas series permite mejorar la capacidad del BCP para diseñar políticas cambiarias y monetarias más eficaces, así como fortalecer la estabilidad económica y financiera en general. Esta investigación busca aportar una base técnica para ese tipo de decisiones, mediante la aplicación de herramientas econométricas sobre datos reales del comercio exterior paraguayo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Comercio Exterior, Paraguay, Causalidad de Granger, VAR, Econometría Aplicada</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Política Económica, Macroeconomía y Finanzas.
<b>Carrera</b>	Economía.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

**Título**

**Educación financiera y su vinculación con el endeudamiento juvenil de estudiantes en una universidad privada del Paraguay. Año 2025**

**Autores**

Samira Vázquez, Ruth Melo, Cristhian Servian, Elijah Santos.

**Docente Asesor**

Marcelo Echague.

**Resumen**

Esta investigación analiza la educación financiera juvenil de los estudiantes de la carrera de Economía de la Universidad Americana durante el segundo periodo del año 2025, relacionando este concepto con el nivel de endeudamiento y la predisposición hacia la adopción de hábitos financieros. El estudio es de tipo descriptivo-explicativo y se desarrolló con un enfoque mixto, combinando herramientas cualitativas y cuantitativas para lograr un análisis riguroso. Se aplicaron encuestas a una muestra de 63 estudiantes, seleccionados mediante fórmula muestral, sobre una población total estimada de 800 alumnos. Paralelamente, se realizaron entrevistas a especialistas y actores clave vinculados al ámbito de la educación e inclusión financiera, con el fin de complementar y profundizar los resultados obtenidos. Los resultados obtenidos permiten inferir que, si bien los jóvenes acceden ampliamente a conocimientos y capacitaciones en materia financiera y presupuestaria, la aplicación práctica de dichos saberes aún representa un desafío. Por ejemplo, aunque el 81% de los encuestados afirmó haber recibido formación financiera, solo el 33,3% elabora siempre un presupuesto mensual para gestionar sus finanzas. Asimismo, el 65,1 % manifestó tener algún tipo de deuda, siendo el consumo la principal causa de endeudamiento. En menor medida, se identificaron deudas relacionadas con gastos de salud (2,5%) y préstamos estudiantiles (2,5%). Estos hallazgos evidencian una brecha entre el acceso al conocimiento financiero y su implementación efectiva en la vida cotidiana de los estudiantes. Finalmente, y a partir de aportes recogidos en las entrevistas, se revela que la educación financiera debe ser concebida como una práctica cotidiana, no solo con conceptos teóricos, promoviendo una salud financiera real. Se destaca su carácter transversal en la vida juvenil y la necesidad de visibilizar y fomentar activamente las capacitaciones en la materia.

**Palabras clave:** Educación Financiera, Endeudamiento Juvenil, Paraguay.

**Línea de Investigación**

Política Económica, Macroeconomía y Finanzas.

**Carrera**

Economía.

**Modalidad**

Presencial.

<b>Título</b>	<b>Análisis de la efectividad en la unificación de la gestión tributaria aduanera.</b>
<b>Autores</b>	Silvia Gaona , Ximena Duarte.
<b>Docente Asesor</b>	Mag. Veronica Beatriz Benitez Galeano.
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio tiene como objetivo general analizar la efectividad en la unificación de la gestión tributaria aduanera, a través de la creación de la Dirección Nacional de Ingresos Tributarios (DNIT). Basándose en un enfoque cualitativo, del método documental con un diseño no experimental de corte transversal, recopilando información por medio de fuentes primarias y secundarias. La investigación aborda tres objetivos específicos. Primeramente, identificar los principales cambios estructurales y normativos implementados con la creación de la DNIT, para luego comparar el desempeño en el ámbito fiscal y aduanero de la DNIT con la DNA y, por último, evaluar el impacto de la nueva gestión en la lucha contra el contrabando y la evasión fiscal. Desde esta perspectiva, el estudio busca proporcionar un análisis crítico y fundamentado sobre la efectividad de la ya mencionada unificación institucional. Los resultados evidencian que la unificación institucional permitió la modernización de la administración tanto aduanera como tributaria, buscando la mejora en la eficiencia y transparencia además de que se ha fortalecido la lucha contra el contrabando y la evasión fiscal.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Efectividad, Unificación, DNIT.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	“Normativas y Aspectos Legales del Comercio”.
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Procedimientos para la obtención de la matrícula comercial y certificación artesanal para la empresa Aguana ñanduti en el marco del programa exporta fácil</b>
<b>Autores</b>	Yuliana Baez y Juana Martinez.
<b>Docente Asesor</b>	Mag. Veronica Beatriz Benitez Galeano.
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio tiene como objetivo analizar los procedimientos necesarios para que la empresa Aguana obtenga la matrícula comercial y la certificación artesanal “Hecho a Mano”, además de identificar los beneficios que ofrece el programa Exporta Fácil para la internacionalización de productos artesanales. La investigación adopta un enfoque mixto, con un diseño descriptivo y exploratorio, de carácter no experimental y corte transversal. La población estuvo conformada por la artesana de Aguana y para el análisis documental se utilizó fuentes secundarias relacionados con la formalización comercial, la certificación artesanal y los procesos de exportación en Paraguay. Para la recolección de datos se aplicó una entrevista semiestructurada a la representante de la empresa. Los resultados muestran que Aguana posee un conocimiento parcial acerca del programa Exporta Fácil, especialmente en lo referente a los pasos formales para acceder a sus beneficios. A nivel de formalización, se constató que la empresa aún no ha iniciado trámites para la obtención de la matrícula comercial ni la certificación del Instituto Paraguayo de Artesanía (IPA), debido a la falta de orientación institucional y al desconocimiento de requisitos y costos asociados. Entre los principales obstáculos identificados se encuentran la ausencia de información clara, la necesidad de trámites presenciales y los costos de gestión, factores que continúan limitando el acceso de pequeñas artesanas a la formalización. Pese a estas dificultades, la representante manifestó expectativas positivas respecto a la comercialización y la exportación, considerando que la formalización y las certificaciones podrían ampliar su presencia en mercados internacionales. Asimismo, expresó la necesidad de capacitaciones en comercio exterior, gestión documental y marketing digital para fortalecer sus capacidades y cumplir con los estándares requeridos. En conjunto, los hallazgos evidencian la importancia de mejorar los mecanismos de acompañamiento institucional para facilitar la inclusión del sector artesanal en programas de exportación simplificada.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Artesanas, formalización, exporta fácil.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Comercio exterior y logística.
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Petitgrain paraguayo como recurso natural de bienestar: el poder de la aromaterapia en tiempos de estrés</b>
<b>Autores</b>	Edith Sosa , Alejandra Avezada.
<b>Docente Asesor</b>	Mag. Veronica Beatriz Benitez Galeano.
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo del proyecto se centró en investigar cómo el Petitgrain paraguayo, como recurso natural de bienestar aplicado mediante la aromaterapia, puede contribuir a la reducción del estrés. La metodología utilizada fue documental de enfoque cualitativo, de diseño no experimental de corte transversal. Los resultados evidencian que Paraguay cuenta con condiciones agroclimáticas favorables para la producción del naranjo amargo, materia prima del Petitgrain, especialmente en los departamentos de San Pedro, Caaguazú, Canindeyú y Cordillera. En el plano terapéutico, se constató que el aceite esencial de Petitgrain paraguayo presenta una composición rica en linalol, acetato de linalilo y terpineol, compuestos reconocidos por sus propiedades ansiolíticas y relajantes. La literatura revisada coincide en que estos componentes actúan sobre el sistema nervioso central, favoreciendo la disminución de la tensión muscular, la regulación del ritmo cardíaco y la mejora del estado de ánimo. Estudios internacionales respaldan la efectividad del Petitgrain en la reducción del estrés percibido, tanto en contextos clínicos como terapias complementarias en hospitales oncológicos y programas de bienestar para embarazadas como en entornos laborales, donde se reporta mejora del rendimiento y la concentración. En conclusión, el Petitgrain paraguayo se presenta como un recurso estratégico con un doble valor; cultural-productivo y terapéutico-natural. Su potencial radica en su capacidad de contribuir al bienestar emocional a través de la aromaterapia, al mismo tiempo que impulsa prácticas agrícolas sostenibles con proyección internacional. No obstante, se recomienda la realización de investigaciones clínicas locales que permitan consolidar la evidencia científica en el contexto paraguayo.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Petitgrain, bienestar, aromaterapia, estrés.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	“Técnicas de mercado, economía y comercialización para el Comercio Internacional”
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

<b>Título</b>	<b>Ruta a la Internacionalización del Ao Po'i: Formalización e Implementación de un Plan Integral Estratégico de Exportación para la Empresa Reina Artesanía E.A.S.</b>
<b>Autor</b>	José Gabriel Fernández Cabrera.
<b>Docente Asesor</b>	Mag. Veronica Beatriz Benitez Galeano.
<b>Resumen</b>	<p>El proyecto “Ruta a la Internacionalización del Ao Po'i” tiene como objetivo general asesorar a la empresa Reina Artesanía E.A.S. en su proceso de internacionalización, mediante la formalización de los requisitos legales y la implementación de un plan estratégico de exportación. La metodología aplicada fue de enfoque cualitativo y descriptivo, basada en la revisión documental de leyes, programas institucionales y experiencias de exportación artesanal, así como en un diagnóstico interno de la empresa. Este enfoque permitió analizar la situación actual, identificar fortalezas y debilidades, y formular estrategias adaptadas al contexto local. Los resultados relevantes fueron la identificación de obstáculos en la formalización y en la gestión administrativa, la necesidad de mejorar la presentación del producto y el reconocimiento de oportunidades en el uso del programa Exporta Fácil y las plataformas digitales. Asimismo, se constató que la protección de la marca ante la DINAPI y la capacitación en comercio exterior son factores clave para fortalecer la competitividad de Reina Artesanía E.A.S. Finalmente, se concluye en que la internacionalización del Ao Po'i es viable si se articula la tradición artesanal con una gestión empresarial moderna, logrando un equilibrio entre identidad cultural, sostenibilidad y proyección comercial.</p> <p><b>Palabras clave:</b> Ao Po'i, internacionalización, artesanía, exportación, competitividad.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Técnicas de mercado, economía y comercialización para el Comercio Internacional
<b>Carrera</b>	Comercio Internacional.
<b>Modalidad</b>	Presencial.

**Título**

**Análisis Financiero comparativo de CHACOMER S.A.E. y COMFAR S.A.E.C.A (Ejercicios 2022, 2023 y 2024)**

**Autores**

Sarai Boss Delvalle, Maria Belén Cardozo, Kiara Nakely Orquiola.

**Docente Asesor**

Dr. Phd. Walter Daniel Ovelar Fernández

**Resumen**

Este trabajo presenta un análisis financiero comparativo entre las empresas paraguayas CHACOMER S.A.E. y COMFAR S.A.E.C.A. correspondientes a los ejercicios fiscales año 2022, 2023 y 2024. Esta investigación, orientada al cumplimiento académico de la carrera de Contaduría Pública de la Universidad Americana, tiene como objetivo principal entender cómo se desempeñan estas dos empresas en el aspecto financiero, mediante el Análisis vertical y horizontal, ratios financieros y el análisis comparativo entre ambas empresas.

En el presente trabajo analiza las finanzas de ambas empresas y demuestra si éstas poseen una finanza sólida, si cuentan con niveles estables de liquidez corriente y capital de trabajo positivo, como así también negativo. Lo cual evidencian si ambas empresas cuentan con la capacidad para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Además, podremos observar si han presentado una mejora progresiva en su margen de rentabilidad o si refleja una buena gestión de costos o crecimiento de los ingresos.

El análisis financiero realizado a ambas empresas revela diferencias significativas en el desempeño en cuanto su desempeño en el periodo 2022 al 2024.

Si bien, ambas presentan dificultades en cuanto a la liquidez y endeudamiento, Chacomer por su parte muestra un descenso en su capacidad para cubrir obligaciones a corto plazo como así también un endeudamiento elevado. Comprometiendo así su estabilidad financiera. Comfar, por su parte, presenta debilidades en sus ratios de liquidez y también un nivel considerable de endeudamiento, pero visiblemente más bajo que Chacomer.

**Palabras clave:** Contabilidad, Auditoria, ratios financieros.

**Línea de Investigación**

Contabilidad General, Financiera y de Gestión.

**Carrera**

Contaduría Pública.

**Modalidad**

Presencial.

<b>Título</b>	<b>Uso de tarjetas de débito y crédito entre estudiantes universitarios del Paraguay: beneficios y riesgos percibidos</b>
<b>Autores</b>	Diana Rosa Pérez, Matías Guillermo Vergara, Lucía Perla Ramírez, Juan José Cañete, Fabiola Marisel Garay.
<b>Docentes Asesores</b>	CPN Alvaro Gabriel Benitez. Mg. María Raquel Ibarra de Ramírez.
<b>Resumen</b>	<p>El estudio tuvo como objetivo analizar los beneficios y riesgos percibidos del uso de tarjetas de débito y crédito entre estudiantes universitarios del Paraguay. Se utilizó un diseño no experimental, corte transversal, enfoque cualitativo y descriptivo con una revisión de la literatura y un análisis de documentos académicos, financieros y regulatorios. Los hallazgos indicaron que los estudiantes aprecian las tarjetas de débito porque ayudan a controlar el presupuesto y tienen costos bajos. Las tarjetas de crédito, por otro lado, fueron valoradas por la opción de financiar compras y obtener promociones, aunque conllevan riesgos como endeudarse demasiado y ser víctimas de fraudes. Se observó que la educación financiera de los estudiantes es regular o baja, lo que los hace más propensos a sufrir por las altas comisiones e intereses. Por ende, se concluyó que instruir a los estudiantes en finanzas es de suma importancia con la finalidad de aminorar los riesgos y fomentar una gestión prudente de los productos financieros</p> <p><b>Palabras clave:</b> Tarjetas de crédito; Tarjetas de débito; Educación financiera; Estudiantes universitarios; Inclusión financiera.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Contabilidad General, Financiera y de Gestión.
<b>Carrera</b>	Contaduría Pública.
<b>Modalidad</b>	Presencial.