

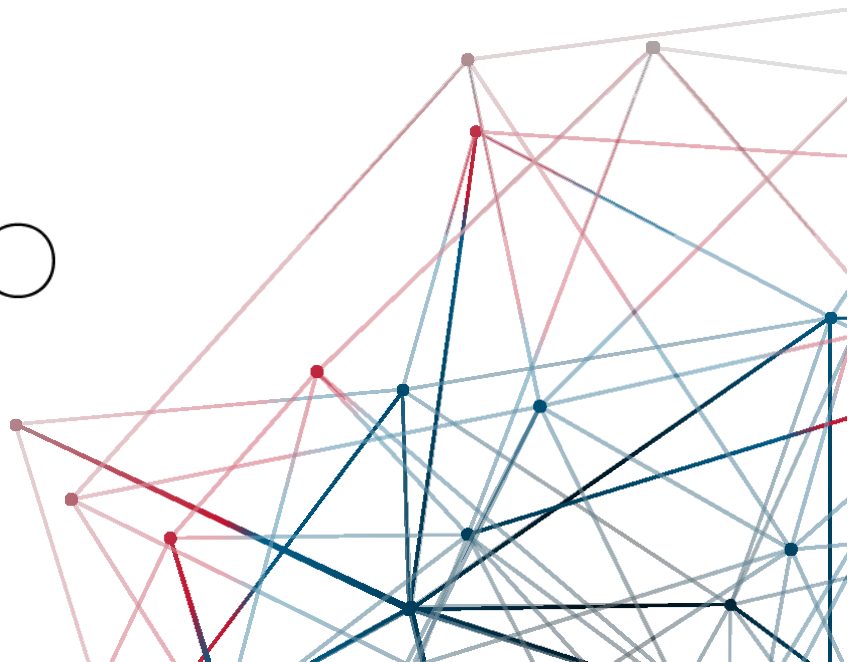


# CATÁLOGO DE INVESTIGACIÓN

---

## 2024

AMERICANA  
POSGRADO



# Área de Negocios



<b>Título</b>	Diseño y evaluación de un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de repuestos para camiones pesados ubicada en la ciudad de Concepción para el año 2024
<b>Autores</b>	Claudia Patricia Romero Carvallo
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>CR repuestos será una empresa ubicada en el Barrio Itacurubi de la ciudad de Concepción, sobre la calle Gral. Bernardino Caballero casi La Residenta. La empresa tiene como misión, ser una empresa paraguaya que brinda soluciones a los transportistas, colaborando con el movimiento logístico del país, estableciendo alianzas que beneficien a los clientes y fomente el crecimiento mutuo. El objetivo de la empresa es brindar un servicio personalizado a cada necesidad que tengan los transportistas en el rubro de repuestos para camiones pesados, ofrecer variedad de productos , de manera a dar una respuesta óptima a cada cliente. Como factor innovador, la empresa busca adaptarse a cada necesidad en precios, accesorios, repuestos y variedades de marcas, haciendo llegar en el lugar y tiempo indicado por el cliente, con un servicio personalizado brindado por el vendedor y utilizando tecnología para disminuir el margen de error. Este trabajo tiene como propósito, diseñar y evaluar un plan de negocio para la apertura de una empresa dedicada a la compra y venta de repuestos para camiones pesados , requerido por todas las personas físicas o jurídica que se dediquen al transporte de cargas o pasajeros. Para ejecutar el objetivo principal, se analiza tanto situación actual del rubro como los aspectos externos e internos de la empresa, ya que , por medio de estos, se definen los factores, tanto estratégicos como críticos, para alcanzar el éxito de la empresa. Del mismo modo, se efectúa una investigación de mercado que permite la formulación de estrategias y acciones de marketing, permitiendo establecer las necesidades como: colaboradores, infraestructura, equipamientos e insumos, y así satisfacer las exigencias del mercado objetivo. Para lograr lo indicado, se requiere una inversión inicial de Gs 865.971.572, cuyo aporte de los socios representa el 39,4% de dicho monto y el 60,6% se constituye mediante un préstamo a 5 años. La inversión resulta en un escenario motivador para el emprendimiento, gracias a que los principales indicadores financieros del plan de negocio resultan favorables, con un VAN de Gs. 874.432.011, una TIR de 81,5%, el Índice de Rentabilidad de 4,79 y el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años.</p> <p>Palabras clave: Repuestos para camiones, Transporte pesado, Logística, Concepción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de prendas de vestir para damas de tallas grandes, con estilo y calidad en la ciudad de Asunción en el año 2025
<b>Autores</b>	María Del Mar Albertini Centurión; Liz Concepción Santacruz Amarilla
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>La ropa es uno de los artículos de primera necesidad más importantes para cualquier ser humano. En la actualidad, el mercado de ropa femenina, especialmente para mujeres de tallas grandes, se caracteriza por su poca competencia y muchos clientes potenciales, los avances tecnológicos y la creciente conciencia sobre la importancia de la autenticidad y la comodidad en la vestimenta. El entorno no es altamente competitivo, donde escasas empresas, tanto físicas como en línea, ofrecen una gama de productos para satisfacer las demandas de un público específico. Esta situación genera una importante y atractiva oportunidad de negocios para el desarrollo de un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de prendas para damas de tallas grandes, con estilo y calidad en la ciudad de Asunción. Betel Plus Sizes es una tienda destinada a todas las mujeres, independientemente de su talla. La tienda proporciona una diversidad considerable de prendas diseñadas con el objetivo de realzar la figura femenina, promoviendo una sensación de seguridad y elegancia en sus clientas. Para desarrollar el plan de negocios, se inicia con el análisis de la situación actual del sector de la moda femenina de tallas grandes, así como la identificación de los aspectos internos y externos de la empresa. Este análisis sirve como base para la definición de los factores críticos y estratégicos para el éxito de la empresa, y para la posterior selección de las estrategias y acciones específicas de marketing. Igualmente, se establece la estructura organizacional, jurídica, impositiva y técnica para llevar a cabo la idea de negocios. Para ello se requiere de una inversión inicial de Gs. 533.301.357, del cual el aporte de los socios representa el 52,9% del presupuesto total y el 47,1% se constituye mediante la solicitud de un préstamo a 5 años de plazo. Los principales indicadores financieros del plan de negocios indican un escenario propicio para la inversión en el emprendimiento, con un VAN de Gs. 284.460.343, una TIR de 26%, un Índice de Rentabilidad de 2,01 y el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años y 10 meses aproximadamente.</p> <p>Palabras clave: Tienda femenina, Plus sizes, Moda femenina, Asunción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Servicio de alojamiento de equipos de minería “A2 Bit Farm”
<b>Autores</b>	Alejandra Alfonso Umsza; Alejandro Yegros Schmid
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Cynthia Acosta
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocios propone “A2 Bit Farm”, un servicio de alojamiento de equipos de minería de criptomonedas orientado a inversionistas que requieren infraestructura técnica especializada. La propuesta busca resolver dificultades vinculadas con la configuración, el ruido, la temperatura, la conectividad y el mantenimiento de los equipos, ofreciendo un entorno optimizado para su operación. El estudio analiza la demanda potencial, las condiciones del mercado paraguayo y la viabilidad estratégica, operativa y financiera del emprendimiento.</p> <p>Palabras clave: Minería de criptomonedas, Alojamiento de equipos, Criptoactivos, Tecnología</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Implementación de una planta productiva y comercializadora de hormigón seco “Concremax EAS”
<b>Autores</b>	Brígido Jesús Apodaca Duarte; Diego Martín Giménez Cardozo
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Chap Kau Kwan Chung
<b>Resumen</b>	<p>El hormigón seco llamado también hormigón premezclado es un producto ya está dosificado con los agregados necesarios para lograr rendimiento en la obra; su empleo genera una gran ventaja al compararlo con el que se preparó en la obra, pues permite mejorar la productividad y origina menor cantidad de desperdicios. Esos dos factores por sí solos marcan una gran diferencia; además permiten mejorar de la eficiencia. “Concremax EAS” se plantea el objetivo de analizar la viabilidad y factibilidad para la implementación de una planta productiva y comercializadora de hormigón seco con la misión de atender las necesidades de hormigón seco en el sector de la construcción en el país, proporcionando productos de calidad a la clientela, rentabilidad sostenible al inversionista y la posibilidad de desarrollar sus capacidades profesionales a los colaboradores. Las oportunidades se reflejan en el acelerado crecimiento del rubro de la construcción, la seguridad del sistema financiero, el crecimiento de la población, la estabilidad macroeconómica y las materias primas disponibles La idea del negocio va dirigida a personas que optan por edificar su vivienda propia, o bien agrandar o remodelar, por su cuenta, sin necesidad de tener conocimiento en la elaboración del hormigón, a maestros de obra, a constructoras que se dedican a construir viviendas y a constructoras dedicadas a grandes edificaciones. Ante lo expuesto surge la idea de negocio de implementar una planta productiva y comercializadora de hormigón seco, considerando que el mercado paraguayo de la construcción requiere soluciones nuevas y efectivas que ayuden a optimizar los recursos utilizados una obra. “Concremax EAS” proyecta una distribución indirecta, intensiva y selectiva. La localización seleccionada es la ciudad de Villa Hayes, puesto que la misma es una zona industrial. Se proyecta una inversión inicial de Gs. 6.829.386.367 de los cuales el 92,7% es capital propio de los inversionistas y el 7,3% es apalancado con préstamo de una entidad financiera. Las ventas en el año 1 serán de 200.640 bolsas de 40 kg y 300.960 bolsas de 24 kg. lo que generará un ingreso de Gs. 8.943.528.000 en el año 1. Se tendrán aumentos en las ventas desde el año 2 hasta el año 5, comenzando con 15%, luego 20%, 25% y 30% en el último año. Los resultados son positivos a partir del año 2 comenzando con el 70% de ganancias en el año 5 27,50% de ganancias</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de negocios “Productora Audiovisual Ta’anga Pu S.R.L.”
<b>Autores</b>	Adriana Carolina Arce de Narváez; Pedro Óscar Gómez Ortigoza
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>En la era digital actual, el contenido audiovisual se ha convertido en una herramienta esencial para las empresas que desean destacar en el mercado nacional y global. Los videos son una forma efectiva de comunicar mensajes, contar historias y conectar con audiencias de manera más profunda. Hoy en día las empresas deben adaptarse y saber cómo utilizar los medios digitales para el crecimiento de sus marcas. Contratar a una empresa de producción de video profesional ayuda a mejorar la reputación de una marca destacándola entre el resto. El video es un reflejo de su marca y, si llega al grupo adecuado, los clientes conocerán mejor el producto y por ende tendrá más posibilidades de venta. El trabajo presentado pretende dar soluciones a las empresas que necesitan del desarrollo frecuente de contenido audiovisual y fotográfico para la publicidad de su marca y productos/servicios. Ta’anga Pu S.R.L. es una productora que ofrece una amplia cartera de producción de vídeos y fotografías para empresas y organizadoras de eventos en Ciudad del Este. La empresa brinda servicios de calidad mediante la inversión en tecnología de punta y contratación de personal altamente capacitado. En este contexto, el objetivo de este trabajo es elaborar un plan de negocios que permita construir las bases estratégicas, mercadológicas, técnicas y económicas necesarias para la apertura de la productora. Ta’anga Pu S.R.L. se localiza en el Barrio Santa Ana de Ciudad del Este y requiere de una inversión inicial de Gs. 683.175.824, de los cuales el 45,9% está compuesto por aporte propio, y el 54,1% por aporte de terceros, financiado a un plazo de 5 años. El estudio financiero para el horizonte de los cinco primeros años del proyecto, es muy favorable, puesto que refleja el VAN positivo de Gs. 391.082.867, la TIR positiva de 43,4% y la recuperación total de la inversión inicial en el periodo de 3 años y 1 mes aproximadamente.</p> <p>Palabras clave: Productora de Audiovisual, Audiovisual, Eventos, B2B</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Diseño de un modelo de negocio para la apertura de una tienda de prendas deportivas femeninas de tallas plus, en la ciudad de Luque en el año 2024
<b>Autores</b>	Cecilia Noemí Arévalos Morales; Ladis Paola Arévalos Morales
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>El presente plan de negocios corresponde a la apertura de una tienda de prendas deportivas femeninas de tallas plus, ubicada estratégicamente en la ciudad de Luque. El compromiso de la empresa es empoderar a las mujeres del segmento elegido, y de esta forma se sientan seguras y cómodas mientras conquistan sus objetivos fitness y de bienestar, ofreciendo modelos en tendencia, combinando calidad, funcionalidad y estilo. Uno de los principales objetivos es innovar en la industria con opciones inclusivas que promuevan confianza en las mujeres, apuntando a ser una marca de referencia para ellas. La marca se dará a conocer a través de distintas estrategias de marketing, de manera a tener el mayor alcance posible, tales como página web, redes sociales, mediante influencers, patrocinios a eventos de moda y del mundo fitness y otras actividades afines. Entendiendo que en la actualidad hay una amplia gama de medios para comercializar y como gran parte de nuestro nicho de mercado son mujeres comprendidas en edades económicamente activas, se dispondrán de pagos vía transferencias bancarias, QR, tarjetas de crédito y débito, cheques y efectivo, para facilitar las compras tanto online como en tienda física. Stylish S.A., requerirá una inversión inicial de Gs. 430.671.698, que estará compuesto por recursos propios en un 82,9% (aporte de accionistas) y por recursos externos 17,1%. (financiamiento a 5 años). Para el primer año se proyecta ingresos de Gs. 2.134.600.000, y se calcula que durante los siguientes 4 años las ventas irían en aumento de acuerdo a la capacidad de producción planificada. En el marco del estudio financiero las proyecciones arrojan resultados favorables para los 5 años planificados inicialmente, con un VAN positivo de Gs. 1.662.731.690, una TIR del 98,7% y un Índice de Rentabilidad del 5,6% además el PAYBACK es de 3 años y 6 meses aproximadamente. 2</p> <p>Palabras clave: Tallas plus, Prendas deportivas femeninas, Moda inclusiva, Luque</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Aplicación con inteligencia artificial y tecnología de teledetección (drones) para la identificación y control de la enfermedad de la roya en la soja
<b>Autores</b>	Nadia Andrea Hrisuk Gaona; Hugo Astigarraga
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>El crecimiento exitoso de los cultivos depende de factores como agua, temperatura y agroquímicos. Los fertilizantes mejoran la calidad del suelo, facilitando la germinación y desarrollo de raíces, esto mejora tanto el rendimiento como la calidad de los cultivos; no obstante, un uso incorrecto puede resultar en pérdidas y provocar efectos negativos en el medio ambiente. El plan de negocio de Agro Aerospace propone ingresar al mercado agrícola de Itapúa, Paraguay, con un enfoque en la detección temprana de la roya en la soja mediante drones y procesamiento de imágenes con inteligencia artificial, promoviendo la agricultura de precisión y reduciendo el impacto ambiental. La investigación de mercado revela una oportunidad en un sector en expansión, impulsada por la creciente demanda de los agricultores locales. La empresa generará ingresos a través de monitoreos con contratos mínimos de 1.000 hectáreas, con un enfoque estratégico que incluye áreas clave como marketing, administración, aspectos técnicos y financieros, con el fin de evaluar tanto la viabilidad como la rentabilidad del mismo. Actualmente en fase de planificación, Agro Aerospace analiza la viabilidad económica a corto, mediano y largo plazo mediante un análisis del entorno externo e interno, incluyendo la industria, competidores, recursos y capacidades. Se busca definir una misión, visión y valores que guíen su desarrollo. La estrategia de marketing se centra en construir una marca sólida que transmita confianza y eficiencia, con campañas publicitarias y un enfoque en calidad, innovación y servicio al cliente. El plan administrativo aborda la estructura interna, gestión del personal, procedimientos operativos y cumplimiento legal. El plan técnico detalla el proyecto con etapas, entregables y costos de licencias y equipos. El análisis financiero incluye escenarios realista, optimista y pesimista. En el escenario realista, el Valor Actual Neto (VAN) es de Gs. 221.593.390, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 38%, que supera la tasa de descuento del 26%, y un tiempo estimado de recuperación de 4 años. La inversión inicial, de 308 millones de guaraníes, se distribuye en capital operativo (54%), activos</p> <p>Palabras clave: Tecnología, Agricultura, Innovación, Drones, Roya de la soja</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Producción y comercialización de cervezas artesanales en la ciudad de Asunción en el año 2024
<b>Autores</b>	Lic. Mirtha Bellassai; Lic. Víctor Quevedo
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar López
<b>Resumen</b>	<p>Para la ejecución del presente estudio, que contempla un plan de negocios, estructurado en las siguientes áreas; estrategia competitiva y empresarial, mercado, plan de marketing, plan administrativo, contable, fiscal y legal, estudio técnico y el plan financiero. El valor que se aporta desde cada área desarrollada genera una visualización completa del negocio, y de esta forma presentar la factibilidad de producir y comercializar cervezas artesanales dirigidas a un selecto mercado. El nombre elegido para la empresa se remonta a la historia de la ciudad de Asunción que se erigió sobre 7Colinas. Dentro de la estrategia competitiva y empresarial, se realizó el análisis de las 5 fuerzas de Porter, el cuadro de rendimientos, el ciclo de vida de la industria, la estrategia genérica de entrada y permanencia en el mercado, en análisis de entorno político, legal, económico, social, cultural y tecnológico; además del análisis FODA, entre otros. En este punto se define la misión, visión y valores, fundamentales para acompañar el desarrollo de los demás capítulos. Se realizó un estudio de mercado y la competencia, la investigación de mercado y el micro y macroentornos, de la demanda, de la oferta, del buyer cliente, etc. En el Plan de Marketing se realizó la construcción de la marca, la estrategia de posicionamiento en el mercado, la proyección de ventas, y los indicadores de marketing, datos que sirven como insumo para el plan financiero. El plan administrativo, contable, fiscal y legal detalla la organización interna de la empresa, el manejo de recursos humanos, los procesos, plan y manual de cuentas y plan de responsabilidad social. En el plan Financiero, el VAN arrojó un resultado de Gs. 353.612.178; la TIR arrojó un valor de 33,9% y un Índice de Rentabilidad igual a 1,86, con un periodo de repago de 3 años 4 meses. El nivel de apalancamiento es del 19,6%. Finalmente, teniendo en cuenta lo expuesto, se concluye que el proyecto presenta condiciones favorables que hacen atractiva la propuesta de inversión.</p> <p>Palabras clave: Producción, Comercialización, Cerveza artesanal, Asunción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de negocios para la creación de una agencia de marketing y publicidad digital especializada en deportes en Asunción y Central
<b>Autores</b>	Mayda Araceli Benítez Cardozo; Cindy Macarena Galeano Brizuela
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Christian Benítez
<b>Resumen</b>	<p>Este estudio presenta un plan de negocios integral para el desarrollo y operación de Sport Digital, una innovadora agencia de marketing digital especializada en el sector deportivo. El plan está meticulosamente estructurado en varias áreas clave: plan estratégico, plan de marketing, plan administrativo, plan técnico y plan financiero, cada una de las cuales desempeña un papel crucial en la evaluación y la ejecución del proyecto. El plan estratégico ofrece un análisis exhaustivo del entorno externo de la industria deportiva, así como una evaluación detallada de la situación interna de Sport Digital. Utilizando herramientas analíticas avanzadas y metodologías aprendidas durante nuestra formación académica, hemos desarrollado conclusiones significativas y planes de acción específicos. Este análisis incluye la definición clara de la misión, visión y valores de la empresa, los cuales son fundamentales para guiar el desarrollo de todos los aspectos del negocio. En el plan de marketing, se lleva a cabo un estudio de mercado exhaustivo, un análisis competitivo detallado, y se elabora una estrategia sólida para la construcción de la marca y su posicionamiento en el mercado. Además, se proyectan las ventas futuras y se establecen indicadores clave de marketing que proporcionan una base sólida para el plan financiero, facilitando la evaluación precisa de la rentabilidad del proyecto. El plan administrativo aborda la organización interna de Sport Digital, incluyendo la gestión de recursos humanos, los procesos operativos y la documentación necesaria para cumplir con los requisitos legales y fiscales del país. Esta sección es crucial para asegurar un funcionamiento eficiente y conforme a las normativas vigentes. En el plan financiero, se realiza un análisis basado en escenarios realistas y optimistas, lo que permite obtener ratios financieros y resultados prometedores. Considerando los diversos escenarios, riesgos y variables del mercado, se concluye que el proyecto presenta condiciones favorables con niveles de riesgo aceptables. Esto hace que la propuesta sea atractiva y que el período de recuperación de la inversión sea razonablemente corto y viable.</p> <p>Palabras clave: Marketing deportivo, Publicidad digital, Deportes, Asunción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de negocios para la creación de una empresa de compra y venta de entradas “Paraguay Invita”
<b>Autores</b>	Melissa Soledad Benítez Benítez; Georg Nicolai Schweiss Szwako
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Christian Benítez; Mg. Cynthia Acosta
<b>Resumen</b>	<p>El presente estudio comprende cuatro áreas de interés: Plan Estratégico, Plan de Marketing, Plan Técnico y, por último, un Plan Financiero. El análisis detallado de todas estas áreas proporciona una visión integral del negocio y permite determinar la factibilidad del proyecto estudiado. Dicho proyecto consiste en una aplicación web (web app), la cual permite a los usuarios crear, promover, difundir, comercializar y consumir eventos presenciales, en línea o híbridos, en todo el territorio nacional. PARAGUAY INVITA es un proyecto en planificación; mediante este estudio se pretende demostrar la factibilidad y rentabilidad en su ejecución, en el mediano o largo plazo. Primeramente, se aborda el Plan Estratégico en donde se realiza un análisis interno de la empresa y externo de la industria, se definen los objetivos estratégicos y se establecen estrategias, para finalmente desarrollar e implementar el plan de acción. El Plan de Marketing inicia con el estudio de mercado, el cual permite entender el entorno y analizar el mercado y la competencia. Seguidamente se define el mercado objetivo, se establece la estrategia de posicionamiento de la marca en el mercado para construir su imagen y determinar cómo la empresa quiere ser percibida por los consumidores. Luego, se definen el proceso de ventas, la proyección de ventas y los indicadores de marketing, indispensables para la medición de los resultados. En el estudio técnico se analizan los procesos involucrados y se detallan todos los recursos necesarios para proporcionar el servicio, considerando los aspectos técnico-operativos para el uso eficiente de los mismos, con la finalidad primordial de demostrar la viabilidad técnica del proyecto. 7 En el plan Financiero, de acuerdo al análisis realizado en el escenario realista y optimista, se podría decir que el proyecto reporta ratios y resultados alentadores. En el escenario Realista, el VAN arrojó un resultado de Gs. 149.691.216; la TIR arrojó un valor de 25,64%, mayor a la tasa de descuento de 13,21%, con un periodo de repago de 4 años y dos meses aproximadamente. El nivel de apalancamiento es de 39%, financiado por el banco Itaú. Los indicadores de Rentabilidad, tanto el ROE y ROA, registran una tendencia creciente debido al aumento proporcional del Patrimonio Neto y Activo, en relación al crecimiento de la Utilidad Neta de la empresa. Confrontada con los resultados financieros obtenidos en este trabajo con los</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de negocios para la apertura de un bar temático en la ciudad de Mariano Roque Alonso
<b>Autores</b>	Raúl Britos; Pablo Ojeda
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar López
<b>Resumen</b>	<p>Código de Barra S.R.L., se orienta en analizar la viabilidad y rentabilidad de un plan de negocios para la implementación de un bar temático con onda brasilera en la localidad de Mariano Roque Alonso. La misión consiste en brindar a nuestros clientes un espacio con diferentes experiencias sensoriales que los haga viajar a otros lugares y otros momentos mientras disfruta de un servicio alimentos y bebidas de calidad en un lugar rodeado de buena música. Las oportunidades de crecimiento son amplias pues acompañan al incremento de la demanda de los productos ofrecidos por los bares temáticos cuya característica sea la calidad, la innovación tecnológica y la atención eficaz y eficiente. En el 2020, existían 11 bares temáticos en Gran Asunción, el siguiente año 12, en el 2022 eran 15 bares y en el 2023 aumentó a 20. Entonces, la tasa de crecimiento del mercado en los últimos años fue del 9%, luego el 25% y finalmente el 33%. Ante esta necesidad, se proyecta brindar un servicio de atención caracterizada por la elección de productos acordes a las exigencias de la clientela actual, con el uso de la tecnología que ayude a agilizar y optimizar los procesos; desde el pedido, la facturación, el pago, la encuesta de satisfacción, entre otros. El emprendimiento propone un tipo de distribución directo, es decir, no existen intermediarios en el proceso de venta. Los productos pasan directamente desde el depósito del bar a las manos del consumidor final. El bar se localizará en Mariano Roque Alonso. La forma de distribución elegida es B2C (Business to Consumer) por el enfoque al consumidor final. Para la gestión de stock y logística, el bar contará con un rodado propio. Se planea generar Gs. 2.105.280.000 de ingresos el primer año y alcanzar el punto de equilibrio en el segundo año, con una inversión inicial de Gs. 907.397.584 con un nivel de apalancamiento del 15,7%.</p> <p>Palabras clave: Bar temático, Mariano Roque Alonso, Gastronomía, Entretenimiento</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	“CleanGuard S.R.L. Comercialización de limpiadores de pisos”
<b>Autores</b>	Lic. María Auxiliadora Culzoni Alonso; Lic. Edgar Fabián Viñales Bogarín
<b>Tutor/ Asesor</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El proyecto “CleanGuard S.R.L.” plantea la comercialización de limpiadores de pisos con insecticidas microencapsulados, integrando en un solo producto la limpieza y el control de plagas. La propuesta busca ofrecer una solución eficiente para hogares y otros espacios, con ahorro de tiempo y recursos, además de una protección más prolongada. El plan analiza la demanda, los segmentos de mercado, los canales de comercialización y la viabilidad integral del emprendimiento.</p> <p>Palabras clave: Limpiadores de pisos, Insecticidas microencapsulados, Control de plagas, Limpieza</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Hidroponía – Lechuguita
<b>Autores</b>	Derley Dahiana Denis Fleitas
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>El objetivo principal del plan de negocios actual es establecer una empresa que venda productos cultivados por hidroponía en la ciudad de Areguá. Debido a la disminución de los espacios disponibles para la agricultura, también tenemos la intención de ofrecer un programa de talleres para enseñar a la población sobre métodos alternativos de cultivo dentro del hogar. Mostraremos métodos sustentables para cultivar alimentos de manera sencilla en espacios o áreas más pequeñas con el mínimo de gastos posibles, ya sea en insumos o tecnología, para cumplir con las necesidades alimentarias de la población. Aunque no es una gran cantidad de dinero en cuanto a la inversión inicial, una parte se pagará en un corto plazo a través de un préstamo bancario. En cuanto al nivel de ingresos, a partir del segundo año, serán adecuados para alcanzar un saldo positivo en el flujo de cajas. Por lo tanto, me gustaría presentar mi proyecto con un detalle detallado sobre cómo implementar LECHUGUITA. Vamos a concentrarnos en todo lo relacionado con el cultivo de hidroponía para determinar su viabilidad y asegurarnos de que este proyecto siga siendo rentable desde el punto de vista financiero.</p> <p>Palabras clave: Hidroponía, alimentación sana, fácil cultivo</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Servicio de monitoreo de cámaras frigoríficas a nivel nacional
<b>Autores</b>	José Echeverría; Eugenio Duprat
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Christian Benítez
<b>Resumen</b>	<p>El presente plan de negocios propuesto consiste en un sistema de monitoreo de cámaras frigoríficas a nivel nacional, dirigidos a aquellas empresas que se dediquen al rubro de la conservación de productos que necesiten mantener condiciones termohigrométricas, eléctricas estables y controladas. Para la elaboración del plan de negocios se tendrán en cuenta los siguientes puntos mencionados a continuación: Plan estratégico, plan de marketing, plan administrativo, técnico y un plan financiero. El plan estratégico se desarrollará considerando análisis internos, externos de la industria donde se desenvolverá la misma, en este caso se considerarán las distintas estrategias para llevarlas a cabo. Seguido del plan estratégico se desarrollará un plan de marketing, con el cual se analizará el mercado donde quiere introducirse el sistema propuesto. Luego se confeccionará lo que sería el plan técnico donde se establecerán los colaboradores necesarios, además de toda la infraestructura para llevar a cabo el plan en cuestión. En el plan administrativo, contable, jurídico y fiscal, se estará estableciendo la estructura y organización de la empresa, donde se hará la distribución de recursos humanos a través de un organigrama. Además se coordinará el proceso de reclutamiento, selección, contratación así como capacitaciones para los colaboradores. Posterior a ello se verá el manual administrativo donde se detallará la descripción de cargos, estructura contable y la inscripción legal de la empresa. En el plan financiero fueron analizados los diferentes escenarios, tanto realista como optimista, obteniéndose los siguientes resultados: Escenario Realista, la TIR arroja un 23,44% mayor que la tasa de descuento de 11,44%. Por otro lado los niveles de liquidez reportan una tendencia creciente como consecuencia del crecimiento de las cuentas de Activo Corriente en contraparte del Pasivo corriente. Los indicadores ROA Y ROE, también arrojan resultados alentadores, pues ambos crecen de una manera sostenida, durante todo el periodo de análisis.</p> <p>Palabras clave: Monitoreo, Cámaras frigoríficas, Refrigeración, Mediciones confiables</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de Negocios “Muzzarella Pizza”
<b>Autores</b>	Evelin Fernández; Charli Pereira
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dr. Miguel Leiva
<b>Resumen</b>	<p>Pizzería Muzzarella Pizza, tiene como objetivo ofrecer a los clientes una experiencia culinaria excepcional al proporcionar pizzas de alta calidad, frescas y deliciosas en las modalidades de take -out y delivery. La empresa del rubro gastronómico, a ubicarse estratégicamente en local propio situado en un barrio residencial de Asunción, se encontrará equidistante de las áreas principales para garantizar una eficiente operación de reparto y acceder así a un amplio público objetivo. La idea de negocio surge de la necesidad de satisfacer la demanda de consumidores que buscan un producto y servicio premium. La sociedad actual demanda opciones gastronómicas que se ajusten a su ritmo de vida, esta iniciativa se posiciona como una solución para aquellos que no desean comprometer su tiempo y comodidad. Con pizzas artesanales utilizando ingredientes frescos y de alta calidad, la oferta incluye una variedad de opciones y recetas novedosas. Asimismo, se destaca por brindar un servicio personalizado al cliente, ofreciendo entregas a domicilio y recogida eficaces que fomentan la fidelidad del consumidor. La ventaja competitiva basada en un menor coste operativo , al no contar con un local físico para consumo de los clientes, ni los gastos asociados a su mantenimiento, permite invertir en áreas clave como la innovación en recetas, calidad de los ingredientes y servicio personalizado, lo que aporta libertad financiera para experimentar con recetas creativas y diferenciarse de la competencia. Entre los objetivos relevantes se destaca incrementar las ventas en un 15% anual, lo cual se hará mediante programas de seguimiento y fidelización de los clientes antiguos y promociones para los nuevos, lo cual llevará al incremento del market share. Otro objetivo importante es aumentar los márgenes al 40% en el quinto año, lo cual se logrará mediante estrategias de optimización de la fuerza de trabajo a partir de capacitación constante del personal, así como optimización de la línea de producción. La inversión total sería de Gs. 35.350.000, en 100% de capital propio, de los cuales un 85% corresponden a electrodomésticos para la producción, muebles y equipos. Según las proyecciones fue po</p> <p>Palabras clave: Pizzería, Delivery, Take-out, Gastronomía</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Soluciones de asesoría, consultoría y capacitación para emprendedores y Mipymes en Asunción y Gran Asunción
<b>Autores</b>	Blanca M Franco M
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>En Paraguay las micro, pequeñas y medianas empresas MiPymes representan el 95,7% de las unidades productivas y contribuyen a la economía del país. En el proceso de formalización, mantenimiento y desarrollo requieren del apoyo de equipos técnicos profesionales para guiar el proceso de sostenibilidad y sustentabilidad en el mercado. Este plan de negocios tiene la intención de contribuir mediante asesorías, consultorías y capacitaciones con enfoque de servicios personalizados a cargo de un equipo de profesionales multidisciplinarios a costos accesibles. El proyecto establece como estrategia la Diferenciación en el segmento específico de Mipymes. El tipo de distribución es B2B (empresa atiende a empresas) en este caso atención a las MiPymes y B2C (empresa al consumidor final), que sería el emprendedor. El emprendimiento prevé la prestación de servicios en formato presencial (ya sea en las oficinas de la empresa, ubicada en Lambaré o lugar donde el cliente defina) y/o en formato virtual mediado por tecnología. La inversión inicial para la ejecución del proyecto es Gs. 182.216.845 destinada a la adquisición de activos fijos y capital de trabajo. La inversión inicial se financiará por fondos propios en un 71% y por recursos externos en un 29%. El análisis financiero del escenario base obtuvo como resultado un Valor Actual Neto (VAN) positivo de Gs 24.605.143 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 20.6%, superando la tasa de corte del 17.2%. Esto indica que el proyecto es financieramente viable y recuperará la inversión inicial en 5 años y 5 meses. Las condiciones del mercado son altamente favorables para el desarrollo de servicios de asesoría, consultoría y capacitación dirigidos a Mipymes y emprendedores.</p> <p>Palabras clave: Asesoría, Consultoría, Mipymes, Emprendedores</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Local gastronómico denominado “Festín Restó Bar”: un nuevo e innovador restaurante en la Nueva Asunción
<b>Autores</b>	Camila Monserrat Gill Benítez
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Dr. Orlando Pérez, Phd
<b>Resumen</b>	<p>FESTÍN RESTÓ BAR es un proyecto innovador destinado a satisfacer la creciente demanda de opciones gastronómicas de calidad en Nueva Asunción, ubicada en el Departamento de Presidente Hayes. Este plan de negocios se ha desarrollado a partir de un estudio de viabilidad que ha analizado diversos aspectos del mercado, estrategia de marketing, propuesta de valor y viabilidad financiera, con el objetivo de establecer una empresa rentable y sostenible. El mercado objetivo de FESTÍN RESTÓ BAR se centra en los residentes y visitantes de Nueva Asunción, con edades comprendidas entre los 18 y 70 años. La elección de esta ubicación se basa en el alto índice de crecimiento poblacional y económico de la zona, así como en la falta de ofertas gastronómicas adecuadas para atender las necesidades de los potenciales clientes. Los estudios de mercado indican que un 91% de los encuestados frecuenta restobares, prefiriendo lugares con un ambiente acogedor, un menú variado y una atención al cliente excepcional. FESTÍN RESTÓ BAR se diferenciará por ofrecer una experiencia culinaria única y memorable. El menú, cuidadosamente elaborado, incluirá una amplia variedad de platos que satisfarán los gustos y preferencias de los clientes. Además, el local contará con una ambientación moderna y acogedora, diseñada para crear un entorno agradable donde los clientes puedan disfrutar de sus comidas en compañía de amigos y familiares. La calidad de los ingredientes y el servicio al cliente serán pilares fundamentales del negocio, asegurando una experiencia satisfactoria en cada visita. La estrategia de marketing de la empresa se enfocará en establecer una comunicación activa y bidireccional a través de redes sociales, correo electrónico y otros canales digitales para fomentar la interacción y la lealtad del cliente. xvii Los estudios financieros realizados muestran que FESTÍN RESTÓ BAR es un proyecto altamente rentable y viable. En el escenario realista, se proyecta un Valor Actual Neto (VAN) de 604.537.584 Gs. y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 36,30%. Estos indicadores financieros positivos demuestran que el proyecto generará un valor significativo por encima de la inversión inicial y proporcionará un retorno sobre la inversión considerablemente superior al costo de capital. El período de recuperación de la inversión (break-even) se estima en 2 años y 5 meses. Los indicadores</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Espacio de coworking y guardería “Co & Kinder”
<b>Autores</b>	Mateo José Diógenes González Casco; Neuza Marilia Zárate Villagra
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Christian Benítez; Mg. Cynthia Acosta
<b>Resumen</b>	<p>El siguiente plan de negocios contempla un estudio estructurado de las siguientes áreas: Plan Estratégico, Plan de Marketing, Plan Administrativo, Técnico y Plan Financiero. En cada área se aporta un valor que claramente demuestra la factibilidad del proyecto. Este proyecto consiste en una empresa de Coworking con servicio de Guardería integrado en Asunción. Co &amp; Kinder, es un proyecto en planificación, que mediante el siguiente estudio se pretende la rentabilidad de su ejecución; ya sea en el corto, mediano y largo plazo. En la elaboración del Plan Estratégico se tuvo en cuenta toda la situación actual del mercado potencial en el país, desde el punto de vista de usuarios finales, es decir de clientes B2C. Se analizó la competencia y cómo se encuentra el rubro en la actualidad. Tanto la visión, misión y objetivos fueron ajustados a estrategias de adaptación e innovación sostenibles en el tiempo. En cuanto a la elaboración del Plan de Marketing, se utilizaron las herramientas proveídas por la materia. Mediante el Estudio de Mercado, que abarcó análisis y evaluación de encuestas y entrevistas para clientes B2C, se pudo concluir cual es el interés de los potenciales clientes. De esta manera se logró identificar a qué debilidad apuntar en cuanto al valor agregado que tiene el servicio ofrecido por Co &amp; Kinder, y así lograr satisfacción deseada. En cuanto al Plan Administrativo, el Contable, el Jurídico y Fiscal, se explica y detalla la organización interna de la empresa. Se identifica el manejo de recursos humanos, procesos internos de contratación, requisitos para cargos, funciones, recompensas, así como toda la documentación legal necesaria para el funcionamiento del negocio. ESPACIO DE COWORKING Y GUARDERÍA “CO &amp; KINDER”. 3 En el Plan Financiero, de acuerdo al análisis realizado en el escenario realista y optimista, se podría decir que el proyecto reporta ratios y resultados alentadores. En el escenario Realista, el VAN arrojó un resultado de Gs. 219.364.414; la TIR arrojó un valor de 23,12% mayor que la tasa de descuento de 10,33%, con un periodo de repago de 3 años y 2 meses aproximadamente. El nivel de apalancamiento es de 9% financiado por el banco. Los indicadores de Rentabilidad, tanto el ROE y ROA, registran una tendencia creciente debido al aumento proporcional del Patrimonio Neto y Activo, con relación al crecimiento de la Utilidad Neta de la empresa.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Aplicativo móvil orientado a ofrecer profesionales dedicados a servicios generales para el mercado de Asunción y Gran Asunción
<b>Autores</b>	Marcelo Fabián Jara Ferreira; Alcides Carmelo Rolón Fernández
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar López
<b>Resumen</b>	<p>Se presenta el proyecto para la apertura de una empresa que lanzará una aplicación móvil diseñada para ofrecer servicios generales en el mercado paraguayo e identificar la rentabilidad de dicho plan de negocios. El negocio propuesto consiste en desarrollar una aplicación móvil integral que facilite la contratación de servicios generales en Paraguay. Ante la creciente demanda de soluciones rápidas para el mantenimiento y mejora de hogares y negocios, esta plataforma se destaca por ofrecer un ecosistema donde los usuarios pueden encontrar, comparar y contratar profesionales verificados en áreas de albañilería, pintura, electricidad, jardinería, limpieza y carpintería. Al estar verificados mediante un riguroso sistema de calificaciones y reseñas de usuarios, estos profesionales garantizan la excelencia en la ejecución de los servicios. Esta validación aumenta la credibilidad de la plataforma y proporciona tranquilidad a los clientes al saber que están contratando a expertos en sus respectivas áreas. Además, la propuesta de valor se traduce en una experiencia de usuario mejorada gracias a la posibilidad de agendar servicios en línea de manera sencilla y eficiente. Los clientes pueden explorar diferentes opciones de cotización, lo que les permite ejecución de decisiones y adaptarlas a las necesidades y presupuestos. La empresa pretende ofrecer sus servicios a personas residentes en Asunción y Gran Asunción, pertenecientes mayoritariamente a los estratos medio, medio alto y alto. La industria es atractiva para ingresar, especialmente por la creciente demanda de servicios generales y la oportunidad de integrar estos servicios a través de una aplicación móvil, aunque se debe considerar la competencia y la inversión inicial requerida. Hogar 365, como plataforma digital, orientará sus estrategias de marketing en destacar la confianza y la conveniencia para satisfacer las necesidades de potenciales consumidores. Así, el reconocimiento de la marca se basará en la flexibilidad de agendar servicios y la competitividad de precios, apoyándose en un equipo de colaboradores altamente capacitados para garantizar un servicio de calidad. Se requiere de una inversión inicial de Gs. 601.687.000. Los indicadores financieros presentan un panorama favorable que respalda la viabilidad del emprendimiento. El costo de capital ponderado (WACC) se sitúa en un 22,28%, lo que resulta relativamente bajo en comparación de la tasa mínima de</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de Negocios para una empresa de servicios de internet a través de fibra óptica “SOL-NET”
<b>Autores</b>	Hermes Saul Macedo Vera; Ruth Elizabeth Macedo Vera
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>Solnet es una empresa de telecomunicaciones que se encarga de proveer suscripciones mensuales de servicio de internet en zonas rurales (Itacurubi de la Cordillera, General Aquino y Villa del Rosario). Dentro de este plan de negocio se analiza las áreas estratégicas, de marketing, administrativas, técnicas y financieras para evaluar la viabilidad del proyecto en tres escenarios, uno realista, pesimista y uno optimo. Se proyecta en un espectro de 5 años, entendiendo el contexto externo e interno del negocio y estableciendo su misión, visión y valores esenciales. El plan de marketing se centra en estudios de mercado, competencia, construcción de marca, posicionamiento, proyecciones de ventas e indicadores clave para respaldar el plan financiero. La gestión administrativa cubre la estructura interna, recursos humanos, procesos y aspectos legales y fiscales. En el aspecto técnico, se cubre el despliegue de las redes de internet, los costos por hogares pasados para colocar fibra, las necesidades de recursos. En lo financiero, se evalúan escenarios realistas, optimistas y pesimistas. En el realista, proyecta un VAN de Gs. 2.232.819.731 Gs., una TIR del 39% (superior al 23% de descuento) y un período de recuperación de 3 años y 7 meses. La financiación contempla un 67% de capital externo y 32% de capital propio. Los indicadores de rentabilidad muestran tendencias positivas en los escenarios óptimos y realista, en estos escenarios debido al alto margen que genera la comercialización de planes de internet, se alcanza un punto de equilibrio a los 3 años donde ya se supera con los ingresos los principales costos como los gastos administrativos y los costos de despliegue y mantenimiento de la fibra. Los indicadores ROI Retorno de la inversión acompaña la tendencia positiva. En resumen, considerando riesgos, variables y distintos escenarios, el proyecto se muestra atractivo, con condiciones favorables y niveles de riesgo aceptables, promoviendo la innovación, el desarrollo y tecnología.</p> <p>Palabras clave: Fibra óptica, Internet rural, Telecomunicaciones, Sol-Net</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Proyecto “Infotaller”
<b>Autores</b>	Angel Maldonado; Sergio Garrido
<b>Tutor/ Asesor</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocios propone la apertura y lanzamiento de “Infotaller”, una plataforma digital disponible en internet que brinda información sobre servicios y productos del rubro motor. La propuesta también facilita la creación de perfiles digitales para talleres y otros negocios del sector, con el propósito de ampliar su alcance mediante estrategias basadas en datos. El estudio busca evaluar la rentabilidad del proyecto y responder a los problemas de baja digitalización, limitada visibilidad comercial y dificultad de acceso a información confiable en el mercado automotor.</p> <p>Palabras clave: Rubro motor, Plataforma digital, Digitalización, Servicios automotrices</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Diseño y desarrollo de un plan de negocios para la apertura de tienda de venta de prendas militares para damas y caballeros, en la ciudad de Asunción año 2025
<b>Autores</b>	Irma María Elsa Maurandi Giménez; Héctor Rodrigo Quintana Agüero
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>El Ejército Paraguayo fue constituido un año antes de su independencia definitiva logrando constituirse como República del Paraguay el 14 de mayo de 1811 junto con la, desde entonces la misma ha ido evolucionando y ampliando sus alcances. A la fecha la fuerza efectiva de “Fuerza Armada Paraguaya” se encuentra dotada por 14.339 personales conformadas por Oficiales y Sub -Oficiales activos, del cual 13.029 corresponde a la población masculina y 1.310 a la población femenina. (Departamento de Personal de las FFAA, 2023). Según el Ministerio de Defensa Nacional ha señalado la incorporación de mujeres médicos, odontólogas, químicas, abogadas, veterinarias, entre otras, en el cuadro complementario de Oficiales y Sub -Oficiales en las Fuerzas Armadas de la Nación, como también el primer ingreso de mujeres en la Academia Militar en el año 2003 con más de 232 oficiales egresadas de carrera y más de 107 egresadas femeninas de las diversas Escuelas de formación para Sub- Oficiales de carrera desde el año 2012. (Ministerio de Defensa Nacional, s.f.) El Ejército, la Armada y la Fuerza Aérea Paraguaya cuenta con diversas peculiaridades visibles en términos de uniforme, por lo que son diferenciados unos de otros. En Asunción existen diversos locales que comercializan accesorios militares, pero son pocos los puntos de comercialización de prendas completas para todas las “Fuerzas Armadas de la Nación”, donde con facilidad el personal masculino encuentra los talles en camisas, pantalones, gorros, etc., calces de zapatos y botas , mientras que el escenario para el personal femenino es diferente, debido a que cuentan con diversos inconvenientes al momento de adquirir las prendas correspondientes, en cuestión de talles de camisa, pantalón, chaquetilla, pollera, camuflado, gorro o los números de calzados para bota y zapatos, ya que aún en este mercado predomina la población masculina, por lo que finalmente estas prendas no lucen acorde a la contextura física de las mismas y en las poscompras por lo general deben de ser modificadas. Esta situación genera una importante y atractiva oportunidad de negocios para el desarrollo de un plan de negocios para la apertura de tienda de venta d</p> <p>Palabras clave: Prendas militares, Accesorios, Asunción, Tienda especializada</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Foodtruck de cafetería móvil “Café Mundo”
<b>Autores</b>	Cesar Andrés Romero Samudio; Giancarlo Migliore Segovia
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Christian Benítez; Mg. Cynthia Acosta
<b>Resumen</b>	<p>El presente plan de negocios, titulado “Foodtruck de cafetería móvil”, establece las bases para la creación y operación de “Café Mundo”, una propuesta dedicada a la comercialización de café gourmet listo para llevar. El estudio identifica una oportunidad de mercado en zonas con alta afluencia de estudiantes y trabajadores, donde existe demanda insatisfecha por este tipo de producto. Asimismo, analiza la viabilidad comercial y financiera del proyecto, así como las fortalezas del equipo emprendedor para su ejecución.</p> <p>Palabras clave: Foodtruck, Café gourmet, Cafetería móvil, Mercado universitario</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Bar tecnológico Krolix
<b>Autores</b>	Lourdes Carolina Molinas Alvarenga
<b>Tutor/ Asesor</b>	MBA. Cynthia Acosta
<b>Resumen</b>	<p>En el presente trabajo final de carrera se elabora un Plan de Negocios para la puesta en marcha de un bar – restaurante tecnológico llamado KROLIX en la ciudad de Asunción, específicamente en el barrio Carmelitas. Con un diseño de dos ambientes, moderna-clásica, ofreciendo variedad de productos, encasillado en el servicio de un bar, por lo tanto, su especialidad son las bebidas y la comida es un servicio complementario. El objetivo principal es analizar la factibilidad financiera y funcionamiento de una App que permita agilizar la experiencia en el bar de los clientes en la ciudad de Asunción y para desarrollar esta oportunidad de negocio se analizaron los procedimientos y estrategias planteadas en la organización. Se estudió la puesta en marcha de “KROLIX.” analizando el entorno y la estructura de la futura empresa para demostrar, su viabilidad económica, financiera, técnica y comercial. El paso siguiente ha sido el análisis del entorno “Análisis FODA” que rodeará a la futura empresa para aprovechar las oportunidades y fortalezas e intentar evitar las amenazas y debilidades existentes. También se estudia el mercado de la comunicación para conocer cuál es la situación actual y como le afecta la crisis a la que se enfrenta nuestra economía actualmente. El siguiente punto será determinar el segmento del público objetivo. Asimismo, se identifican los principales competidores existentes en el medio publicitario que es el segmento donde se prestará los servicios inicialmente. Seguidamente definiremos el plan de marketing que seguirá la empresa, para ello se establecerá las diferentes estrategias del marketing mix: los distintos servicios que ofreceremos, plaza, promoción, seguido de las políticas de precio, además especificando las acciones de promoción que la empresa llevará a cabo para darse a conocer principalmente los primeros años de actividad. Para finalizar se confecciona un plan económico-financiero para evaluar la viabilidad del proyecto en tres escenarios (pesimista, realista y optimista), demostrando los resultados de su viabilidad financiera.</p> <p>Palabras clave: Bar tecnológico, Innovación, Negocios, Experiencia digital</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Elaboración de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a las ventas de artículos e insumos tecnológicos en la ciudad de Asunción, para el año 2024
<b>Autores</b>	Jorge Raúl Mora del Puerto; Daniela Iluminada Riveros Tenorio
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar López
<b>Resumen</b>	<p>El siguiente plan de negocios denominado “Rey Tech”, consiste en la creación de una tienda física y virtual que comercializará accesorios y dispositivos tecnológicos. A partir la constitución de “Rey Tech”, ubicada en la ciudad de Asunción, capital del Paraguay; se ha decidido llevar a cabo esta idea con la total convicción de alcanzar el éxito, siguiendo atentamente las indicaciones expuestas en el plan. El modelo de negocios consiste en una tienda física y online, al que los clientes accederán y consultarán los productos tecnológicos e informáticos en existencia, a partir de los datos y características únicas podrán encontrar el artículo que necesitan. El cliente puede elegir el medio de pago que más le convenga y finalizar la compra. La empresa se pondrá en contacto con el cliente para la confirmación y garantizar las condiciones de entrega. “Rey Tech” surge, como idea en la oportunidad excelente de negocios que se presenta en la actualidad, las redes sociales y las compras a través de internet, combinando con la alta demanda de productos tecnológicos e informáticos en el país, especialmente por parte de un nicho de mercado; resultando en una propuesta alternativa al modelo de negocios actual. Se ha llevado a cabo una investigación de mercado, para definir y describir las características y tendencias del mercado al que va dirigido el plan de negocios y, con los resultados se tomaron consideraciones importantes en la implementación de las operaciones del negocio. A través de una estrategia competitiva en precios y la oferta de productos especializados, se ofrece una nueva experiencia de compra para el mercado, apoyado por la comunicación rápida de la empresa con el cliente. El objetivo es conseguir el estímulo que complete el proceso de compra en el cliente potencial ya que, para la mayoría de la población, la compra en tienda física y online es un proceso nuevo por descubrir. La empresa apunta a la innovación y la calidad garantizada en sus operaciones. La inversión total para el negocio es de 22.745.967.914 Gs, Para el cierre del primer año de operaciones se pronostica una utilidad neta de 22.795.907.087 Gs, monto que se incrementa favorablemente en los siguientes años. El cálculo del Valor actual neto (VAN) expone un resultado de Gs. 52.660.113.334, para el quinto año de operaciones de la empresa, con una tasa interna de retorno (TIR) del 020%. El índice de rentabilidad (IR) muestra un</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de Negocios para crear una empresa paraguaya de producción de barras de cereales artesanales utilizando como base la materia prima nacional en el año 2025
<b>Autores</b>	Olga Emilia Ozuza Ozorio; Oscar Emilio Franco Rivas
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>El mercado de barras de cereales a nivel mundial está compuesto por empresas de gran envergadura que mueven millones de dólares al año, según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), a partir de 2021, los consumidores en los Estados Unidos gastan más de la mitad de su presupuesto de alimentos en alimentos convenientes, incluidas las barras energéticas, lo que impulsa el consumo de barras energéticas en el país. Además, los fabricantes se están centrando en las tendencias de salud y bienestar de la región, dirigidas a los consumidores jóvenes y a la población activa. Asimismo, esta tendencia de aumento se mantiene en Latinoamérica, en grandes mercados como lo son Brasil, Argentina y Chile. En lo que respecta a nivel nacional, la producción de barra de cereales se encuentra en desarrollo, un claro ejemplo, se dio en el año 2021, en el cual una empresa nacional, logro importar por primera vez barras de cereales a Singapur. Es decir, la industria de barra de cereales se encuentre en exponencial proceso de crecimiento. A su vez, existe una creciente demanda por productos alimenticios saludables, naturales y convenientes. Los consumidores buscan opciones que les permitan llevar una vida más activa y equilibrada. Sin embargo, la oferta actual de productos naturales y de producción nacional suele estar limitada en cuanto a variedad, calidad de ingredientes, etc. Una barra de cereal es un alimento compuesto de cereales que se han comprimido en una barra. Es rica en fibra, hierro, proteínas, vitaminas, carbohidratos, antioxidantes, minerales, etc. y contribuye a aumentar masa muscular y energía, mejorar la salud digestiva y controlar el peso. Mix Bar es una empresa que busca llenar es e espacio dispon ible en el mercado y revolucionar el sector de las barritas de cereales en la ciudad de Asunción, ofreciendo productos naturales, orgánicos y artesanales, elaborados con materias primas locales. Estos productos llegarán al consumidor final a través de comercios minoristas y de servicios, principalmente en tiendas de conveniencia y gimnasios. 2 La propuesta de valor se basa en la combinación de sabor, salud y sostenibilidad, dirigida a un público amplio (n</p> <p>Palabras clave: Barritas de cereal, Alimentación saludable, Materia prima nacional,</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de Negocios para crear una empresa paraguaya de producción de barras de cereales artesanales utilizando como base la materia prima nacional en el año 2025
<b>Autores</b>	Olga Emilia Ozuza Ozorio; Oscar Emilio Franco Rivas
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>El mercado de barras de cereales a nivel mundial está compuesto por empresas de gran envergadura que mueven millones de dólares al año, según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), a partir de 2021, los consumidores en los Estados Unidos gastan más de la mitad de su presupuesto de alimentos en alimentos convenientes, incluidas las barras energéticas, lo que impulsa el consumo de barras energéticas en el país. Además, los fabricantes se están centrando en las tendencias de salud y bienestar de la región, dirigidas a los consumidores jóvenes y a la población activa. Asimismo, esta tendencia de aumento se mantiene en Latinoamérica, en grandes mercados como lo son Brasil, Argentina y Chile. En lo que respecta a nivel nacional, la producción de barra de cereales se encuentra en desarrollo, un claro ejemplo, se dio en el año 2021, en el cual una empresa nacional, logro importar por primera vez barras de cereales a Singapur. Es decir, la industria de barra de cereales se encuentre en exponencial proceso de crecimiento. A su vez, existe una creciente demanda por productos alimenticios saludables, naturales y convenientes. Los consumidores buscan opciones que les permitan llevar una vida más activa y equilibrada. Sin embargo, la oferta actual de productos naturales y de producción nacional suele estar limitada en cuanto a variedad, calidad de ingredientes, etc. Una barra de cereal es un alimento compuesto de cereales que se han comprimido en una barra. Es rica en fibra, hierro, proteínas, vitaminas, carbohidratos, antioxidantes, minerales, etc. y contribuye a aumentar masa muscular y energía, mejorar la salud digestiva y controlar el peso. Mix Bar es una empresa que busca llenar es e espacio dispon ible en el mercado y revolucionar el sector de las barritas de cereales en la ciudad de Asunción, ofreciendo productos naturales, orgánicos y artesanales, elaborados con materias primas locales. Estos productos llegarán al consumidor final a través de comercios minoristas y de servicios, principalmente en tiendas de conveniencia y gimnasios. 2 La propuesta de valor se basa en la combinación de sabor, salud y sostenibilidad, dirigida a un público amplio (n</p> <p>Palabras clave: Barritas de cereal, Alimentación saludable, Materia prima nacional,</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	PS Training Center: gimnasio para la ciudad de San Lorenzo
<b>Autores</b>	Fátima Luján Pavón Samaniego; Beatríz Concepción Amarilla Prieto
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Dra. Adriana Mónico
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocios propone la creación de PS Training Center S.A., un gimnasio ubicado en el centro de la ciudad de San Lorenzo, orientado a ofrecer entrenamientos fitness, funcionales, musculares y online a personas de entre 15 y 80 años. La propuesta busca mejorar la calidad de vida de los usuarios mediante instalaciones adecuadas, servicios especializados y recursos orientados al bienestar físico. El estudio examina la demanda, la propuesta de valor y la viabilidad del proyecto dentro del mercado local.</p> <p>Palabras clave: Fitness, Gimnasio, Salud, San Lorenzo</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Ensamblado de Equipos de Respaldo de Energía
<b>Autores</b>	Lourdes Peña; Gerardo Gundersheimer
<b>Tutor/ Asesor</b>	
<b>Resumen</b>	<p>Este plan de negocios propone la creación de una empresa especializada en el ensamble de generadores eléctricos, orientada a satisfacer la demanda de continuidad operativa en los sectores comercial e industrial. La propuesta de valor se centra en ofrecer soluciones de respaldo altamente confiables y eficientes, complementadas con servicios personalizados de ingeniería de aplicaciones, instalación y mantenimiento preventivo. La organización se diferencia de la competencia mediante el respaldo de una marca internacional y un servicio posventa ejecutado por técnicos altamente capacitados. Bajo un modelo de negocio que combina la venta directa con contratos de mantenimiento para generar ingresos recurrentes, la estrategia de marketing busca educar al mercado sobre la importancia crítica de la seguridad energética, aprovechando el crecimiento del sector tecnológico. En el aspecto financiero, la inversión inicial asciende a Gs. 1.253.390.000, destinada principalmente a capital operativo (68%) y activos fijos. Los costos operativos integran la importación de componentes críticos y la fabricación local de elementos complementarios, además de una inversión constante en capacitación de personal. Con un margen de contribución proyectado del 35%, el plan presenta indicadores de rentabilidad sólidos: un valor actual neto de Gs. 3.972.833.744 y una tasa de retorno del 39%. El retorno de la inversión se estima en 5 años y 3 meses, posicionando a la empresa para consolidarse como líder en soluciones de energía de respaldo en el largo plazo.</p> <p>Palabras clave: Respaldo de energía, Generadores eléctricos, Continuidad operativa, Sector industrial</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Empresa dedicada a la venta de alimentos libres de gluten en la ciudad de Asunción en el año 2024 - GluFree
<b>Autores</b>	Letizia Rebeca Ramirez Galeano; Fabrizio Eduardo Aquino Rojas
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>Esta organización se define como una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de alimentos libres de gluten, con el propósito fundamental de satisfacer las necesidades de sus consumidores mientras fomenta hábitos de vida saludable. Su identidad estratégica se apoya en una "Meta Grande y Audaz" (MEGA), que busca posicionar la marca y liderar el segmento gluten-free en Asunción y Gran Asunción para el año 2025, actuando como un catalizador para el espíritu de trabajo y la unión de esfuerzos. En su futuro visualizado, la empresa se proyecta como un referente del sector, contribuyendo activamente a mejorar la calidad de vida de sus clientes mediante la promoción de un estilo de vida equilibrado. Esta visión se complementa con un credo institucional basado en principios innegociables: la salud y el bienestar de las personas como prioridad máxima, la transparencia absoluta en sus procesos para construir confianza y la búsqueda constante de innovación para satisfacer nuevas demandas. Finalmente, el compromiso de la organización trasciende lo comercial, asumiendo una responsabilidad social mediante el apoyo a iniciativas de educación sobre la enfermedad celíaca. Todo esto se fusiona con una profunda pasión por el sabor, donde el equipo culinario trabaja para garantizar que sus productos no solo cumplan con los estándares nutricionales, sino que resulten gastronómicamente irresistibles.</p> <p>Palabras clave: Comida saludable, Alimentos sin gluten, Emprendimiento gastronómico, Asunción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Desarrollo y comercialización de un aplicativo móvil encaminado a la gestión de auditoría de puntos de ventas
<b>Autores</b>	Mercedes Carolina Ramírez de Arévalo; Sisi Evelyn Vega Santa Cruz
<b>Tutor/ Asesor</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocios propone GAPP Gestión de Auditoría S.R.L., una empresa especializada en una aplicación móvil orientada al registro y control de inventarios y a la supervisión de mercaderías en puntos de venta. La propuesta incorpora un enfoque tecnológico para optimizar los procesos de auditoría comercial y mejorar la disponibilidad de información para la toma de decisiones. El estudio analiza la innovación del servicio, la situación competitiva y la viabilidad del emprendimiento.</p> <p>Palabras clave: Auditoría de puntos de venta, Aplicación móvil, Control de inventarios, Mercaderías</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de Negocios para una empresa de servicios de seguros médicos para mascotas “PetSafe” para la zona de Asunción y Gran Asunción
<b>Autores</b>	Nuar Sabe Pérez; Paloma Del Puerto Araujo
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>PetSafe S.R.L. es una empresa orientada a ofrecer seguros para mascotas, cubriendo gastos médicos y atención veterinaria a través de planes accesibles y personalizados. La idea surge a partir de la creciente demanda por servicios de salud y bienestar para animales de compañía, especialmente en hogares donde las mascotas son consideradas miembros de la familia. La propuesta de valor se basa en proporcionar seguridad financiera a los dueños de mascotas, garantizando acceso a servicios veterinarios de calidad sin afectar su economía. La industria de seguros para mascotas ha mostrado un crecimiento sostenido a nivel global y una mayor conciencia sobre su bienestar. En Paraguay, este sector está en expansión y presenta una competencia relativamente baja, lo que constituye una oportunidad clave para el ingreso de PetSafe. La empresa buscará posicionarse como un referente en el sector, aprovechando alianzas estratégicas con clínicas veterinarias, aseguradoras y entidades financieras para satisfacer las necesidades de los propietarios de mascotas. El análisis del entorno competitivo se llevó a cabo mediante el modelo de las cinco fuerzas de Porter, lo que permitió identificar los principales factores que afectan la industria. La amenaza de nuevos competidores es moderada, dado que el mercado de seguros para mascotas en Paraguay está en fase de desarrollo. Los sustitutos, como el pago directo por servicios veterinarios sin seguro, representan una amenaza, pero PetSafe mitigará esta con precios competitivos y una cobertura integral. Además, los proveedores clave —clínicas veterinarias— jugarán un rol crucial en la calidad del servicio ofrecido, por lo que se establecerán alianzas estratégicas a largo plazo para garantizar la excelencia en la atención veterinaria. En cuanto a la estructura organizativa de PetSafe S.R.L. estará diseñada de manera lineal y simple, con un enfoque jerárquico que permite una clara asignación de responsabilidades y una toma de decisiones eficiente. Esta estructura facilita una comunicación fluida entre los diferentes niveles de la organización, asegurando que las operaciones se ejecuten de manera ágil y efectiva. En relación al segmento objetivo.</p> <p>Palabras clave: Mascotas, Seguros médicos, Finanzas, Segmentación, Marketing</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Desarrollo de un plan de negocios para la apertura de una empresa dedicada a la producción de lentes oftálmicos en la ciudad de Asunción, para el año 2024
<b>Autores</b>	Livio Sánchez Guerrero; Ana Delgado de Serratti
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Mgtr. Ing. Diego Emilio Villalba Ávila, Dr.
<b>Resumen</b>	<p>El sector de la salud visual presenta una oportunidad de mercado significativa, con una demanda global que supera los 60 mil millones de dólares anuales en exámenes, dispositivos ópticos y atención quirúrgica. En Paraguay, esta tendencia se refleja en las altas tasas de consulta del Instituto de Previsión Social, impulsadas principalmente por el envejecimiento de la población y la necesidad de corrección visual a partir de los 40 años. En este contexto nace Optilook S.R.L., una empresa fabricante de lentes oftálmicos en Asunción que utiliza tecnología de vanguardia para ofrecer soluciones personalizadas y de alta calidad. El proyecto se sustenta en un plan de negocios integral que analiza el entorno competitivo y define estrategias de marketing y operativas adaptadas a las exigencias del mercado local. La estructura organizacional y técnica ha sido diseñada para garantizar una visión clara y protegida para los usuarios, aprovechando las brechas identificadas en la producción nacional de insumos ópticos. Desde la perspectiva financiera, el emprendimiento requiere una inversión inicial de Gs. 6.311.855.076, financiada en un 29,3% por capital propio y un 70,7% mediante crédito externo. Los indicadores de rentabilidad confirman la viabilidad del proyecto, con un VAN de Gs. 1.668.211.765, una TIR del 30,2% y un índice de rentabilidad de 1,90. Con un periodo de recuperación estimado en 4 años y 1 mes, Optilook S.R.L. se posiciona como una inversión sólida y estratégica para el sector óptico paraguayo.</p> <p>Palabras clave: Lentes oftálmicos, Producción, Asunción, Óptica</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de Negocios para la apertura de un centro especializado en almacenamiento y cuidado de motos de lujo “Elite Moto Oasis” EAS
<b>Autores</b>	Oswaldo Jesús Santacruz Portillo
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Chap Kau Kwan Chung
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocio de Elite Moto Oasis presenta un análisis exhaustivo para el ingreso al mercado de motocicletas de mediana y alta cilindrada en Paraguay. Aprovechando el crecimiento sostenido de la demanda en este sector, la empresa se proyecta como un destino integral para entusiastas, basando su modelo de negocio en tres pilares de ingresos: suscripción de estacionamiento privado, venta de accesorios y servicios de mantenimiento especializado. La propuesta se estructura sobre una base estratégica que integra las áreas de marketing, administración, técnica y finanzas para garantizar la viabilidad del proyecto. Actualmente en etapa de planificación, la organización busca establecer una dirección clara mediante una misión y visión sólidas, diferenciándose en un mercado competitivo a través de la calidad, la innovación y una identidad de marca que inspire lealtad en el consumidor. En el ámbito operativo, el plan administrativo define la gestión del talento humano y el cumplimiento del marco legal y fiscal, mientras que el plan técnico detalla la logística y los procesos específicos para la atención de motocicletas de alta gama. Con un enfoque centrado en el servicio al cliente, Elite Moto Oasis aspira a consolidarse como el referente principal para los aficionados al motociclismo en el país, asegurando rentabilidad y eficiencia operativa en el corto, mediano y largo plazo.</p> <p>Palabras clave: Servicio, Motos de lujo, Almacenamiento, Experiencia</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de Negocios: “Estrategia360: Consultoría Integral en Comunicación Empresarial para MiPymes”
<b>Autores</b>	Perla Marilin Sotto Gimenez
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar López
<b>Resumen</b>	<p>Este proyecto se centra en ofrecer servicios de consultoría especializados en soluciones digitales para MIPYMES en Asunción, Paraguay, con un horizonte de implementación de cinco años. Legalmente constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), la empresa busca capitalizar la creciente demanda de digitalización en un sector donde las ofertas actuales no logran satisfacer plenamente las expectativas de los clientes. La estrategia se basa en una diferenciación marcada por una propuesta de valor creativa e innovadora, diseñada para destacar en un mercado altamente competitivo. Al consolidar una estructura organizacional dinámica y un ambiente laboral positivo, la entidad apunta a responder con eficiencia a las necesidades de las numerosas empresas comerciales y tecnológicas de la región, cubriendo una brecha de demanda insatisfecha mediante asesoramiento estratégico y tecnológico. Desde la perspectiva financiera, el plan demuestra una solidez excepcional. Con una inversión financiada mediante capital propio y externo, el proyecto proyecta un Valor Actual Neto (VAN) de Gs. 2.263.953.495 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 81,3%. Estos indicadores, sumados a un periodo de recuperación de la inversión (Payback) de tan solo un año y siete meses, ratifican la alta rentabilidad y sostenibilidad del modelo de negocio, posicionándolo como una oportunidad estratégica integral en el ámbito de la comunicación y los servicios digitales.</p> <p>Palabras clave: Mipymes, Consultoría, Comunicación empresarial, Servicios</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	“EN FRANCA”: consultoría y gerenciamiento de sistemas de gestión código IGS y PBIP en embarcaciones fluviales y terminales portuarias
<b>Autores</b>	Jorge Daniel Talavera Jaluf; César Villalba González
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Cynthia Acosta
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocios propone la empresa “EN FRANCA”, orientada a la consultoría, implementación y gerenciamiento de sistemas de gestión basados en los códigos IGS y PBIP para embarcaciones fluviales y terminales portuarias. La propuesta responde tanto a exigencias legales como a necesidades de mejora operativa y de seguridad dentro del sector. El proyecto contempla servicios de capacitación, integración de sistemas de gestión y acompañamiento técnico especializado.</p> <p>Palabras clave: Gestión, Seguridad, Fluvial, Portuario</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	International Agency Trading S.R.L.: agencia de comercio exterior y servicios aduaneros
<b>Autores</b>	Roderick Temperley; Froilan Toledo
<b>Tutor/ Asesor</b>	
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocios propone la creación de International Agency Trading S.R.L., una agencia de comercio exterior y servicios aduaneros orientada a atender el crecimiento de las operaciones de importación y exportación en Paraguay. La propuesta busca ofrecer asesoramiento especializado, acompañamiento operativo y cumplimiento normativo en trámites vinculados al comercio internacional. El estudio analiza las oportunidades del mercado, la estrategia competitiva y la viabilidad integral del servicio.</p> <p>Palabras clave: Comercio exterior, Servicios aduaneros, Importación y exportación, Asesoría</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Implementación de estrategias de mercado para posicionamiento de agua mineral: producción y comercialización de “Aqua Vita”
<b>Autores</b>	Emmanuel Torales; Arturo Miguel Pukall Said
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Juan Antonio Moreno Mareco
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo fue elaborado para obtener el título de Magíster en Administración y Dirección de Empresas, el mismo se desarrolla mediante la definición clara y objetiva de la idea global y propuesta de un Plan de Negocios para “Aqua Vita”; con el correspondiente Análisis de la Estrategias Competitivas, Análisis y Diagnóstico Situacional, los componentes propios del Plan de Negocios, así como los Aspectos Generales de la Estrategia del Plan. Se analizaron, además los aspectos propios del Plan Financiero y la adecuación de otras inversiones que requieran de una estimación para evaluar luego el retorno que se obtendrá sobre la inversión en el Plan de Negocios. “Aqua Vita”, surgió para realizar la venta de Agua Mineral Natural. La idea de preparar un Plan de Negocio surge en consonancia con el objetivo de “desarrollar las estrategias de mercado y plan de negocios para el posicionamiento de una marca de agua mineral llamada “Aqua Vita” en la ciudad de Asunción”, así como la implementación de nuevas tecnologías para asegurar métodos más eficientes y, sobre todo, de la inclusión; en la búsqueda de una mejor calidad de vida para todos. Para llevar a cabo el proyecto se requerirá de una inversión inicial de Gs. 1.126.800.000, que estará integrada en un 50% por capital de los inversionistas y un 50% se financiará con un préstamo de inversión, logrando así lo siguiente: El VAN del proyecto de Gs. 1.890.281.065; resultado que, en base al criterio de aprobación de proyectos se considera óptimo; la TIR se concentra en un 44,75%, resultado superior a la tasa mínima de rendimiento (WACC 13,66%). Y un PayBack de 3 años y 2.9 meses, alcanzando un nivel de ingresos de Gs. 19.207.610.921 para el 5° año. Finalmente evaluando todas las perspectivas de los distintos escenarios y riesgos que puedan llegar a surgir se concluye que el plan cuenta con condiciones favorables y niveles de riesgos buenos que hacen el plan atractivo.</p> <p>Palabras clave: Agua mineral, Posicionamiento de marca, Producción, Comercialización</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Plan de negocios para la creación de una empresa de artes dentales prepaga S.A.
<b>Autores</b>	Julieta María Méndez Romero; Arnaldo Rodríguez
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>Ante la creciente competencia en el sector odontológico paraguayo debido al aumento de profesionales en el mercado, surge la necesidad de establecer una propuesta con un valor agregado distintivo. Este plan de negocios propone la creación de un seguro odontológico prepago, un modelo que permite a los pacientes acceder a servicios de salud bucal mediante cuotas mensuales accesibles, garantizando a la clínica ingresos recurrentes y una mayor fidelización. La investigación de mercado identifica una oportunidad estratégica significativa, ya que, si bien existen competidores posicionados, hay una demanda insatisfecha que busca alternativas superiores. La empresa adoptará una estrategia de enfoque con diferenciación, centrada no solo en precios competitivos, sino primordialmente en la excelencia operativa y la calidad del servicio. Esto se traduce en procedimientos estandarizados, tiempos de espera mínimos, un equipo profesional dedicado y un sistema integral de gestión de reclamos. El proyecto plantea un beneficio compartido: comodidad y ahorro para el usuario, y estabilidad financiera para la clínica. Además, se contempla a futuro la posibilidad de expandir el seguro hacia otras instituciones odontológicas adheridas. Desde el punto de vista financiero, el plan requiere una inversión inicial de Gs. 175.328.615. Gracias al respaldo de inversores propios, el análisis prescindir de intereses bancarios, optimizando la rentabilidad. Los indicadores de evaluación económica reflejan un escenario altamente favorable, con un Valor Presente Neto (VPN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 40%, lo que asegura la recuperación de la inversión en el corto plazo y consolida la viabilidad del emprendimiento</p> <p>Palabras clave: Odontología prepaga, Artes dentales, Servicios de salud, Negocios</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE)

<b>Título</b>	Diseño y desarrollo de una embotelladora de agua mineral natural premium con procesos sostenibles.
<b>Autores</b>	María Antonella Ayala; Augusto Meza Acosta
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Dr. Orlando Pérez
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocios “H2O Pura” detalla la creación de una empresa en Villa Elisa dedicada a la extracción y envasado de agua mineral natural de categoría premium. El proyecto se diferencia en la industria de bebidas por sus procesos sostenibles, alta pureza certificada y un firme compromiso con la responsabilidad social, orientado a la conservación de los recursos naturales. El modelo de negocio responde a un nicho de mercado que asocia el consumo con la sofisticación, el lujo y la conciencia ambiental. A través de una estrategia de especialización, la marca busca posicionarse como una opción exclusiva en Paraguay, garantizando frescura y excelencia para un consumidor exigente que valora tanto la calidad del producto como su impacto ecológico. En términos financieros, el proyecto requiere una inversión inicial de Gs. 11.797.503.533. Con una tasa de descuento del 10,79% a un horizonte de 10 años, los indicadores demuestran una sólida rentabilidad, destacando una TIR del 25,22% y un VAN de Gs. 12.183.934.947. Con un periodo de repago estimado en poco más de 7 años, la propuesta se consolida como una inversión viable y atractiva dentro del sector industrial.</p> <p>Palabras clave: Agua Mineral Premium, Sostenibilidad Ambiental, Diferenciación de Mercado, Viabilidad Financiera.</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Planes de Negocios
<b>Programa</b>	Maestría en Administración de Empresas (MBA)

<b>Título</b>	Diseño de un plan de marketing para los servicios de asesoramiento financiero e inmobiliario denominados 'Mi primera Vivienda' y 'Mi Casa', en Gran Asunción para el año 2024
<b>Autores</b>	Gustavo Amarilla Barrios; Yzela Ocampo Martínez
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dr. Diego Emilio Villalba Ávila
<b>Resumen</b>	<p>El trabajo propone un plan de marketing para posicionar al Banco Fiduciario S.A. en el segmento de asesoramiento financiero e inmobiliario vinculado a los programas Mi Primera Vivienda y Mi Casa. El estudio identifica una alta demanda habitacional en Paraguay, una oportunidad de mercado en Gran Asunción y la necesidad de diferenciación mediante asesoramiento integral y personalizado. Los indicadores financieros del proyecto muestran viabilidad y rentabilidad, con VAN positivo, TIR del 61% y recuperación de la inversión en aproximadamente dos años.</p> <p>Palabras clave: Préstamos para vivienda; asesoramiento inmobiliario; servicios financieros; Mi Primera Vivienda; Plan de Marketing</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Lavandería Sin Pinzas: servicios de encargo y autoservicio en la ciudad de Fernando de la Mora
<b>Autores</b>	Ing. Blanca Lila Correa Ojeda
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Adriana Mónico Bordino
<b>Resumen</b>	<p>La investigación desarrolla un plan de marketing para una lavandería urbana que combina autoservicio, servicio de encargo y atención a domicilio con un enfoque de sostenibilidad. La propuesta busca diferenciarse mediante tecnología, personalización del servicio y prácticas ecológicas, apoyada en estrategias de visibilidad digital, alianzas y fidelización. El análisis estratégico y financiero evidencia condiciones favorables para consolidar un modelo de negocio rentable e innovador.</p> <p>Palabras clave: Lavandería; autoservicio; sostenibilidad; fidelización; Marketing de servicios</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Diseño de un plan de marketing de contenido para el Instagram del canal de Televisión del Estado para el año 2024
<b>Autores</b>	Géraldine de Mestral Rivarola
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dr. Diego Emilio Villalba Ávila
<b>Resumen</b>	<p>El estudio diseña un plan de marketing de contenidos para Instagram orientado a fortalecer la comunicación del canal Paraguay TV y difundir servicios públicos de alta demanda ciudadana. La propuesta parte del rol articulador del MITIC y plantea acciones para mejorar el conocimiento de la ciudadanía sobre servicios estatales, especialmente en salud y educación, incrementando la transparencia y la participación. La evaluación financiera confirma la sustentabilidad del proyecto y su potencial para posicionar la marca institucional.</p> <p>Palabras clave: Marketing de contenidos; Instagram; comunicación pública; Paraguay TV; marketing digital</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Reposicionamiento de Chevrolet Onix
<b>Autores</b>	Lic. Ingrid Dioverti
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>El documento plantea el reposicionamiento del Chevrolet Onix en Paraguay para consolidar su liderazgo entre jóvenes y adultos económicamente activos. La propuesta combina mejora de la experiencia de compra, fortalecimiento de la lealtad de marca y acciones de marketing digital y comercial, alineadas con las necesidades de movilidad eficiente, conectividad y ahorro de combustible. Los resultados financieros proyectados muestran un retorno favorable de la inversión y respaldan la ejecución del plan.</p> <p>Palabras clave: Posicionamiento; marketing; marca; vehículo; publicidad</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Plan de marketing para una empresa de producción y comercialización de Cholado en el mercado local
<b>Autores</b>	María Alejandra Palacios Flores; Enzo Giovanni Elli Cardozo
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>El plan de negocios se centra en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de cholados en Asunción. A partir del estudio de mercado se identifican el público objetivo, los clientes potenciales, la competencia y la articulación con un proveedor estratégico, mientras que el estudio técnico define la localización y las condiciones operativas del emprendimiento. La evaluación financiera evidencia viabilidad y sustentabilidad del proyecto en el escenario realista.</p> <p>Palabras clave: Plan de negocios; cholados; plan de marketing; Asunción</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Reestructuración de los canales de distribución de la empresa RGM S.A.
<b>Autores</b>	Karina Raquel Gonzalez Barrios; Gregorio Manuel Martínez Leiva
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Adriana Mónico; Prof. Liz Echague
<b>Resumen</b>	<p>La investigación propone reestructurar los canales de distribución de RGM S.A. para centralizar la operatividad comercial de autopartes y accesorios Chevrolet, mejorar la disponibilidad y optimizar costos por importación a gran escala. El estudio aborda filosofía corporativa, estrategia competitiva, mercado, administración, marketing y finanzas, con base en información provista por la empresa y herramientas desarrolladas en la maestría. Los indicadores proyectados muestran alta rentabilidad, sólida posición financiera y viabilidad del proceso de expansión.</p> <p>Palabras clave: Marketing; reestructuración; distribución; estrategia; autopartes</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Diseño y desarrollo de un plan de negocios y marketing para la empresa Seguridad Industrial y Empresarial S.R.L.
<b>Autores</b>	Lic. José Manuel González Brítez; Lic. Felipe Alberto Sosa Correa
<b>Tutor/ Asesor</b>	Prof. Dra. Adriana Mónico
<b>Resumen</b>	<p>El trabajo formula un plan de marketing y negocios para SIE S.R.L., orientado al sector de seguridad industrial y empresarial. El estudio integra análisis de inversión, viabilidad económica y métricas de marketing, concluyendo que el proyecto es rentable y sostenible a cinco años, con ingresos proyectados superiores a costos y gastos. Los resultados financieros y comerciales respaldan la implementación del plan como alternativa de inversión en un rubro de demanda creciente.</p> <p>Palabras clave: Seguridad industrial; plan de marketing; plan de negocios; gestión comercial; inversión</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Plan de marketing. Tienda de ropa deportiva 'Balance Fit'
<b>Autores</b>	María Belén Quiñonez Rivas; Jazmín María Palacios Jara
<b>Tutor/ Asesor</b>	Mg. Christian Benítez
<b>Resumen</b>	<p>El estudio desarrolla un plan de negocios y marketing para Balance Fit, una tienda de ropa deportiva en etapa de ingreso al mercado. La propuesta integra plan estratégico, marketing, administración, plan técnico y plan financiero para valorar la viabilidad del emprendimiento y su posicionamiento en la industria. Los escenarios financieros y de rentabilidad muestran condiciones positivas para la implementación y recuperación de la inversión en un plazo razonable.</p> <p>Palabras clave: Deporte; innovación; mujeres</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Plan de marketing para una empresa que realizará evaluaciones on line para selección, incorporación o promoción de personas para empresas paraguayas, con test con baremos paraguayos
<b>Autores</b>	Cayo Rojas Duré
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Adriana Mónico Bordino
<b>Resumen</b>	<p>La propuesta presenta un plan de marketing para un servicio de evaluaciones psicométricas en línea dirigido a pymes paraguayas y fundamentado en test adaptados al contexto laboral nacional. El proyecto resalta la oportunidad de mercado derivada de la digitalización de los procesos de selección y de la ausencia de ofertas equivalentes con baremos locales. La investigación articula análisis comercial, tecnológico y financiero para demostrar la factibilidad del emprendimiento.</p> <p>Palabras clave: Evaluaciones psicométricas; reclutamiento en línea; selección de personal; pymes; mercado laboral paraguayo</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)

<b>Título</b>	Incorporación del canal online y una nueva línea de productos para la empresa Robin Ruth Paraguay
<b>Autores</b>	Amira Ouneissi; Paola Amarilla
<b>Tutor/ Asesor</b>	Dra. Ross Mary Aguilar
<b>Resumen</b>	<p>El documento analiza la incorporación de un canal de comercialización online y una nueva línea de productos para Robin Ruth Paraguay, en respuesta a los cambios del mercado turístico y de consumo. El estudio describe la trayectoria de la marca, la necesidad de diversificar puntos de contacto con el cliente y la conveniencia de fortalecer la venta digital y la innovación de productos para reactivar la demanda. La propuesta se sustenta en investigación de mercado y en la evaluación de la rentabilidad económica y financiera del proyecto.</p> <p>Palabras clave: E-commerce; souvenirs; diversificación de productos; investigación de mercado; Robin Ruth Paraguay</p>
<b>Línea de Investigación</b>	Plan de Marketing
<b>Programa</b>	Maestría en Marketing y Gestión Estratégica de Ventas (MMGEV)