

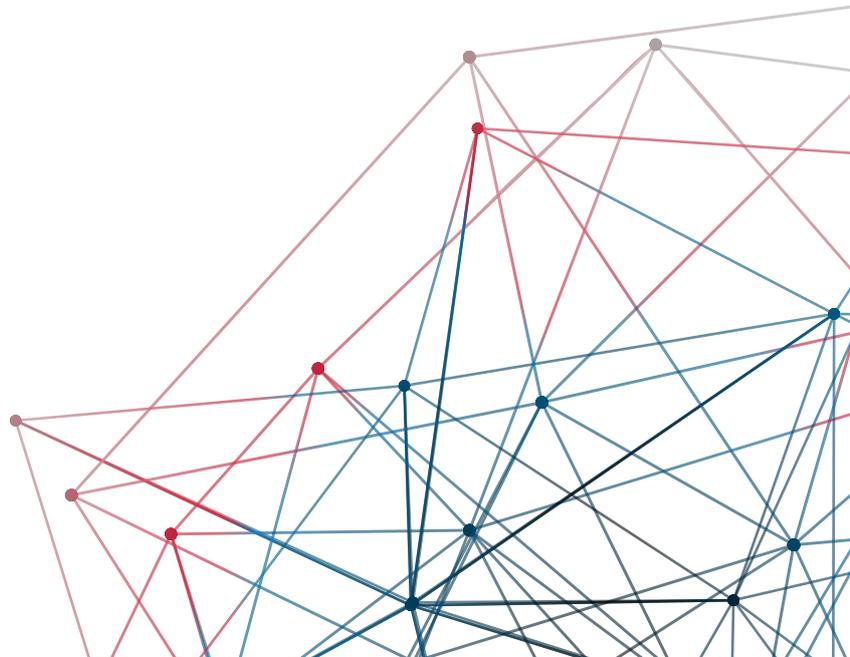


Catálogo de INVESTIGACIÓN

2022



CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
DE LA UNIVERSIDAD AMERICANA



Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas



Título	Estrategias de marketing digital utilizadas en agencias de viaje de Asunción durante la pandemia del COVID-19, 2021
Autores (Alumnos)	Acsa Arévalos Ruiz Díaz, Vianne Eileen Figueredo Aguayo, Azul Angel Luján Martínez Figueredo, Valentina González Monzón.
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung, Silvio Eduardo Becker.
Resumen	<p>El trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar las estrategias de marketing digital implementadas por las agencias de viajes en Asunción durante la pandemia del COVID-19 en el año 2021. El estudio se basó en un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. La población estuvo conformada por 77 agencias de viajes localizadas en la ciudad de Asunción: con un tamaño de muestra de 15 representantes de agencias seleccionadas de manera aleatoria simple que han completado el instrumento de recolección de datos diseñado para este estudio. El cuestionario contuvo 9 preguntas, enviadas a través de WhatsApp en mayo de 2022; los criterios de inclusión de participantes fueron: poseer algún vínculo laboral con una agencia de viaje, y que la misma esté localizada en la ciudad Asunción-Paraguay, estar en funcionamiento y en regla según el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de la SENATUR (RegisTur). Los resultados más relevantes fueron: el 60 % de los encuestados indicó la implementación de nuevas estrategias de marketing en sus agencias, el 73 % utiliza redes sociales como estrategia de marketing digital y el 100 % afirmó que el uso de las estrategias de marketing generó un cambio en la economía de las empresas de turismo. Se concluye así que el marketing digital tiene un gran impacto y resultados favorables para las agencias de viaje de Asunción, durante la pandemia del COVID-19.</p> <p>Palabras clave: Estrategia, marketing, digital, agencias, turismo.</p>
Línea de Investigación	Técnica de Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Marketing y Publicidad

Título	Importancia de la utilización del Big data como estrategia de ventas en una empresa concretera de Paraguay, 2022
Autores (Alumnos)	Carolina Florencio Alvarenga, Lina Mabel Roa Ozorio y Maria Noelia González Fleitas
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung.
Resumen	<p>Varias empresas optan por usar Big data actualmente debido a sus ventajas de gestión de datos masivos, el objetivo de este trabajo es demostrar que tan conveniente resulta su utilización como estrategia de ventas, es un hecho que la cantidad de datos que las empresas deben manejar aumentado desde el nacimiento de internet por lo tanto la implementación de un sistema de gestión es crucial para obtener el mejor rendimiento, el llevar en cuenta las preferencias de los consumidores ha demostrado ser sinónimo de un aumento en ventas, sin embargo el Big data tiene aplicación en todo departamento dentro de cualquier rubro o tamaño de empresa (como se ha demostrado a lo largo de esta investigación) varias empresas de diferentes tamaños han confirmado la necesidad de una gestión correcta de datos para un mejor rendimiento sin embargo aún el sistema de gestión sigue en desarrollo e investigación, por lo tanto irá especializándose y elaborando mejores programas específicos dependiendo de los objetivos y las necesidades de la empresa.</p> <p>Lo que hace que Big Data sea tan útil para muchas empresas es que proporciona respuestas a muchas preguntas que ellas mismas no sabían que se estaban haciendo. En otras palabras, proporciona un punto de referencia. Con tanta información, los datos se pueden moldear o examinar de cualquier manera que la empresa considere adecuada. De esta forma, las organizaciones pueden identificar los problemas de una forma más comprensible.</p> <p>Palabras claves: Micro-Big Data.</p>
Línea de Investigación	Comercialización y Gestión Empresarial
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas – Comercio Internacional

Titulo	La tarjeta de débito EKO en Paraguay y sus posibilidades de uso
Autores (Alumnos)	Danid Nahuel Olmedo Gómez.
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung, Silvio Eduardo Becker.
Resumen	<p>El propósito principal de este estudio fue determinar el uso de la tarjeta de débito EKO en el Paraguay en el año 2021. El mismo se basó en el enfoque cualitativo, de diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. El instrumento de recolección de datos consistió en una entrevista estructurada con 12 preguntas abiertas que fue llevada a cabo de manera presencial. El participante seleccionado intencionalmente cumplía con dos condiciones necesarias para llevar adelante este trabajo: experto en el área y en pleno conocimiento del proceso de creación de la tarjeta de débito EKO; la entrevista tuvo una hora de duración. Los resultados más relevantes, luego del análisis de las respuestas, fueron que dicha tarjeta es utilizada como medio alternativo de pago, compras, extracciones de dinero o cobro, y que la misma puede ser utilizada de en el entorno nacional o internacional. Palabras clave: Tarjeta de débito, EKO, Beneficios, Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Sistemas y Métodos de Mercadeo
Carrera / Materia / 2022	Marketing y Publicidad

Titulo	Adaptación del contador público en la era digital, año 2022
Autores (Alumnos)	Johanna Beatriz Thom Vargas, Araceli Monserrat Marecos Vera, Camila Noemí Ferreira Encina, Yennifer Dahiana Cazal Irala, Leticia Magalí De Jesus Días Rodas.
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung, María Raquel Ibarra de Ramírez.
Resumen	<p>Este trabajo de investigación tiene como objetivo general analizar la adaptación del contador en la era digital, año 2022. Se apuntó a una investigación cuantitativa, no experimental con corte transversal y descriptivo. Se encuestó a 295 contadores públicos con ejercicio de la profesión y residentes en Paraguay. Los principales resultados fueron: 46.2% de los encuestados dijo que tiene un alto nivel de manejo de la informática, el 28.8% tiene un nivel medio, mientras que el 23.1% tiene un nivel un poco bajo; pero que el 42.3% tuvo inconvenientes para adaptarse a las TIC, el 34.6% pudo adaptarse con menos inconveniente y el 17.3% no tuvo ningún inconveniente; los encuestados han citado ventajas como rapidez, información exacta y rápida, automatización de la gestión, agilidad y orden y otros; también citaron desventajas como el costo, la falta de capacitación apropiada, las actualizaciones contables, complejidad, dependencia de la red de internet, etc. Se concluye con la existencia de una buena adaptación del contador en la era digital. El uso de las TIC permite al contador, vivir siempre al tanto de las necesidades que demanda la sociedad, el mercado, la empresa y convirtiéndose en su aliado perfecto.</p> <p>Palabras clave: adaptación; TIC; digital; software; contable.</p>
Línea de Investigación	Contabilidad General
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Título	Factores que impulsaron la creación de nuevos emprendimientos gastronómicos durante la pandemia del COVID-19 en Paraguay, 2020-2021
Autores (Alumnos)	Rebeca Esther Marín Monzón, Steffen Miguel Lorey Monzón
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung.
Resumen	<p>El objetivo de la investigación es determinar los factores que impulsaron la creación de nuevos emprendimientos gastronómicos durante la pandemia del COVID-19 en Paraguay, 2020-2021. Se basó en un enfoque cualitativo de corte transeccional y descriptivo. Un total de seis entrevistas profundas fueron realizadas con 20 minutos cada una vía online, mediante el muestreo de bola de nieve en 2022. Los criterios de inclusión fueron personas quienes emprendieron en el sector gastronómico durante los años 2020-2021, residentes en el Paraguay y con participación voluntaria. Se utilizó una guía de 12 preguntas (3 cerradas y 9 abiertas) para la recolección de datos. Como resultados todos afirmaron estar interesados en el arte culinario y vieron como una oportunidad de negocios al sector gastronómico. Los problemas enfrentados fueron las prohibiciones de la circulación, la adquisición de los insumos y/o materias primas de los proveedores y la búsqueda de una ventaja competitiva para diferenciarse de los competidores. Las estrategias tomadas fueron el marketing digital, delivery para la logística y ofrecimiento de nuevos productos. Se concluye que los factores principales del impulso de creación de nuevos emprendimientos fueron la situación de desempleo, la fuerza del espíritu emprendedor y la capacidad de la reingeniería o la reinversión de los negocios.</p> <p>Palabras clave: Gastronomía, emprendimiento, pandemia, COVID-19, Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Administración de Empresas – Ingeniería Comercial

Título	Influencia del marketing digital en la decisión de compra del consumidor paraguayo, 2022
Autores (Alumnos)	Luciano Tomás Domínguez Peña, Jesús María Rodas Ortiz, Dahiana María Medina Colmán
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung.
Resumen	<p>El trabajo analiza la influencia del marketing digital en la decisión de compra del consumidor paraguayo, 2022. Se utilizó un enfoque cuantitativo, corte transversal y estudio descriptivo. La población consistió en 7.453.695 habitantes del Paraguay, cuya muestra fue de 74 participantes calculado bajo un grado de confianza de 90,3%, error de 9,7% y grado de heterogeneidad 50%. La tasa de respuesta fue del 98,6% (73 participantes). Se utilizó como criterios de inclusión el ser residente en el Paraguay con participación voluntaria. Se realizó encuesta elaborada en Google form y enviada vía WhatsApp por conveniencia en mayo de 2022. El instrumento estuvo compuesto por un cuestionario de 11 ítems/preguntas utilizando Likert de 4 puntos. Los resultados más relevantes encontraron: 63% afirmaron usar frecuentemente las redes sociales, 39,7% Facebook, 38,3% Instagram y 6,8% Twitter. Un 26% mencionaron adquirir vestimentas mediante las publicidades de las redes sociales, 9,6% comida, 2,7% accesorios para autos y otros 24,6% quienes no realizan compras de ningún tipo. Finalmente, 53,4% estuvieron de acuerdo que las publicaciones en dichas redes es la mejor manera de realizar las compras. Se concluye que la publicidad en las redes sociales es una herramienta importante que induce las decisiones de compra del consumidor final. Asimismo, las empresas deben conocer aspectos relevantes que derivan del MD como el Inbound Marketing y el Marketing de Contenidos que su buen uso pueden generar ventaja competitiva sostenible a largo plazo para la organización.</p> <p>Palabras clave: Marketing Digital, consumidor, compra, Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Administración de Empresas

Título	Adopción del código QR en el sector de servicios. Caso de locales gastronómicos en los shoppings del Paraguay, 2022
Autores (Alumnos)	Samira Mabel Torres Galeano, Doriana Lucero Benítez Duarte, Víctor Ariel Ramírez Girett, Derlis Daniel Duarte Sanchez.
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung.
Resumen	<p>El objetivo de la investigación es analizar el grado adopción del código QR en el sector de servicios de los locales gastronómicos ubicados en los shoppings del Paraguay, 2022. Se basó en un enfoque cuantitativo de corte transversal y descriptivo. Se analizó a 84 establecimientos gastronómicos de 5 shoppings (2 en Asunción -ASU- y 3 en Salto de Guairá -SDG-) en Paraguay. La observación simple y la observación participante fueron escogidas como técnicas de recolección de datos en 2022 por conveniencia. El instrumento consistió en un check list compuesto por dos criterios y 13 ítems: Informaciones básicas (2) y Uso del código QR (11). Los resultados más relevantes fueron: 85,7% aceptan el código QR como medios de pagos y 23,8% lo utilizan para su menú. Mientras que 98,9% no utilizan el QR ni para la realización de encuestas, ofrecimiento de informaciones extra del local o postulaciones laborales. Se concluye que existen aún limitaciones en el uso del código QR en las empresas del Paraguay. Conviene recordar que sus múltiples aplicaciones ya es una realidad en el extranjero y las empresas tendrán que adoptar dicha tecnología con el fin de aprovechar todas las bondades que el QR nos brinda.</p> <p>Palabras clave: Código QR, locales gastronómicos, shopping, TIC, Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Grado de utilización del código QR en locales gastronómicos de tres shoppings ubicados en Asunción, Paraguay, 2022
Autores (Alumnos)	Samira Mabel Torres Galeano, Doriana Lucero Benítez Duarte.
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung.
Resumen	<p>El trabajo tiene como objetivo determinar el grado de utilización del código QR en locales gastronómicos de tres shoppings ubicados en Asunción-Paraguay, año 2022. Se utilizó un enfoque cuantitativo, transversal y descriptivo. Se tomó como población a 111 locales gastronómicos localizados en tres shoppings en la ciudad de Asunción. Se realizaron la observación simple y observación participante (en algunos casos) -in situ- en el mes de mayo de 2022, mediante un check list de 2 criterios con 11 ítems conocidos como Informaciones básicas (2) y Uso del código QR (9) adaptado de Kwan-Chung et al. Algunos resultados más importantes fueron: 100% aceptan como medio de pago el código QR, 74,4% no lo utilizan como herramienta de presentación de sus productos, 98,2% no lo usan para obtener informaciones extras de las comidas, del local, WiFi or WhatsApp y 100% sin uso en la Geolocalización, Realización de pedidos o Registro sanitario. Se concluye que el grado de uso del código QR como una alternativa de pagos y sustitución de un menú físico son los dos criterios más aprovechados en los locales gastronómicos de los tres shoppings. En el contexto nacional, el país se encuentra aún en su etapa de inicio en comparación con el mercado internacional.</p> <p>Palabras clave: Código QR, establecimientos gastronómicos, shopping, medio de pago, Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

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

Título	Percepciones del consumidor paraguayo sobre las Flores Orgánicas del Paraguay, 2022
Autores (Alumnos)	Jorge Daniel Cantero Escobar, Alyssa Giovanna Ortega Avalos
Docente Asesor	Kwan Chung Chap Kau
Resumen	<p>El objetivo general del estudio trata de conocer las percepciones del consumidor paraguayo sobre las Flores Orgánicas del Paraguay, 2022. Se enfocó a un estudio cualitativo de corte transeccional y descriptivo. Unos 51 entrevistas fueron realizados utilizando como instrumento de recolección a una guía de 10 preguntas, por conveniencia y enviadas vía WhatsApp en el 2022. Los criterios de inclusión considerados fueron: haber adquirido flores en algún momento y con residencia en el Paraguay. Los resultados más relevantes fueron: 41,2% confirman que gastan entre 100.000 a 200.000 gs. en comprar o regalar ramos/arreglos de flores; 47,8% prefieren las rosas y 31,4% girasoles; 62,7% sostiene que saben muy poco sobre el comercio de las flores ornamentales en el país y; 72,5% sostienen que le gustaría que el Paraguay empiece a trabajar en la mejora genética en flores y sus instalaciones. Se concluye que el Paraguay no mantiene buena calidad en la producción de las flores, a pesar de la alta calidad de tierra, agua, sol, electricidad y mano de obra que dispone. Finalmente, el país no cuenta con la calidad mínima exigida para la exportación.</p> <p>Palabras clave: Flores; producción; comercialización; Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Técnicas de Mercado, Economía y Comercialización
Carrera / Materia / 2022	Marketing y Publicidad – Comercio Internacional

Título	Análisis de las condiciones de Empresas Familiares en la adopción del Protocolo Familiar en el año 2022.
Autores (Alumnos)	Diana Arce, Camila Barreto
Docente Asesor	Mg. Miguel Ardenis Leiva Ojeda
Resumen	<p>Por Empresa Familiar se entiende a aquella organización de carácter económico cuyo objeto principal sea la producción o comercialización de bienes o la presentación de servicios, cuya propiedad pertenece en su totalidad o en una mayoría, a un grupo de personas unidas por un vínculo familiar, habitualmente descendientes del fundador de esta. Uno de los conflictos más encontrados en esta empresa es la sucesión, el choque generacional, el no saber delegar, la emotividad. Como objetivo general de esta investigación estemos ¿Cuáles son las condiciones que deben tener las empresas familiares para adoptar el protocolo familiar en el año 2022? El tipo de Investigación que utilizamos es la descriptiva se refiere a la creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema, y de enfoque cuantitativo se trata de pedirle a las personas que den su opinión para obtener resultados estadísticos confiables. Con este tipo de investigación llegamos a la conclusión de que las personas que trabajan en las empresas encuestadas están al tanto de lo que significa ser una empresa familiar y los protocolos que se toman en ella, pero el mayor conflicto de estas empresas es la falta de comunicación y organización, ambas empresas son de la primera generación, en la cual notamos que puede ser un problema que los encuestados no sepan la antigüedad de la empresa que están trabajando.</p> <p>Palabras claves: Empresa Familiar, Protocolo familiar. Conflictos.</p>
Línea de Investigación	Administración y Gestión Empresarial
Carrera / Materia / 2022	Lic. Administración de Empresas

Título	La industrialización alimentaria del cáñamo: y su viabilidad en el comercio internacional 2021/2022
Autores (Alumnos)	Vania Maria Rallo Benegas, Jazmin Araceli Esquivel Achucarro, Rocío Isabel Benitez Lopez, Jesús Alfredo Portillo Portillo
Docente Asesor	Verónica Beatriz Benítez Galeano
Resumen	<p>La investigación tiene como objetivo realizar un análisis acerca de la industrialización alimentaria del cáñamo y su viabilidad en el comercio internacional 2021/2022. Se basó en un enfoque cualitativo de diseño no experimental, que se caracteriza por la no manipulación deliberada de los datos. Se utilizó el método de muestreo no probabilístico a través del muestreo por conveniencia intencional y premeditada siguiendo un criterio estratégico. Para su efecto se realizó una entrevista narrativa con preguntas abiertas al presidente de la cámara de cáñamo industrial el Dr. Marcelo Demp. Los resultados más relevantes fueron que: Los productos con mayor comercialización son los alimentos y cosméticos; Paraguay logró en 4 años obtener una certificación de E.E.U.U llamada SGS que permite saber cuánta captura de carbono realiza las plantaciones del cáñamo; El cáñamo se considera muy rentable porque de un mismo trabajo el productor tiene diferentes ingresos ya que se vende la fibra, las hojas, las flores y las semillas a un precio diferente cada una, sin desperdicios y generando ingresos como tal; Entre las entidades ligadas a la industrialización se encuentran la CCIP, COINCA, SENAD, SENAVE, MAG, MIC, IPTA, INDI. Se concluye la existencia de un impacto social, ambiental y económico a causa del aumento del empleo a pequeños productores y a su vez a las industrias, combatiendo la contaminación del aire gracias a que absorbe grandes cantidades de carbono atmosférico, aumentando las cantidades de cosechas generando materia prima para luego comercializar a empresas que generan productos terminados con un valor agregado.</p> <p>Palabras Claves: Cáñamo Industrial, Viabilidad, Comercialización.</p>
Línea de Investigación	Comercio Exterior y Logística
Carrera / Materia / 2022	Comercio Internacional

Título	Redes sociales como herramienta de marketing para el emprendimiento juvenil en la ciudad de Asunción
Autores (Alumnos)	Liz Johana Arriola González, Elena Monserrat Ortiz Benítez, Paula Lucía Codas López, Yanina Lujan Coronel Torres, Iván Marcelo Cáceres Ramírez.
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung, Silvio Eduardo Becker.
Resumen	<p>Este trabajo tiene como objetivo general determinar el uso de las redes sociales como estrategia de marketing para el emprendimiento juvenil. La misma tiene un enfoque cuantitativo, no experimental de corte transversal de alcance descriptivo. La población sujeta a análisis son los emprendimientos liderados por jóvenes cuya muestra seleccionada por conveniencia estuvo conformada por 52 emprendimientos. Los criterios de inclusión fueron: contar con un emprendimiento activo, y encontrarse localizado en la ciudad de Asunción, Paraguay. El instrumento de recolección de datos estuvo constituido por un cuestionario con 10 preguntas elaborado en Google Form, y administrada mediante la aplicación WhatsApp en el mes de mayo 2022. Los resultados más significativos fueron: el 99% de los encuestados encontraron apoyo en las redes sociales para impulsar su emprendimiento y el 63% utiliza las redes sociales para generar ventas y despertar la confianza a los clientes. Por tanto, se determina que las redes sociales son de gran utilidad en los emprendimientos para generar ventas, publicidad y confianza a los clientes.</p> <p>Palabras clave: Redes sociales, marketing, emprendimiento, jóvenes emprendedores.</p>
Línea de Investigación	Técnicas de Mercado, economía y comercialización para el Comercio Internacional
Carrera / Materia / 2022	Marketing y Publicidad – Comercio Internacional

Título	Recursos de la localidad de San Carlos del Apa, Departamento de Concepción, Paraguay, con potencialidades para satisfacer las necesidades básicas y experiencias turísticas en el destino, año 2022
Autores (Alumnos)	Angélica María Trinidad
Docente Asesor	Hernán Suty
Resumen	<p>La presente investigación tiene por objetivo determinar si los recursos turísticos de la localidad de San Carlos del Apa, en el departamento de Concepción, cuenta con potencialidades turísticas, satisface necesidades básicas y mediante que experiencias, la misma se basó en un enfoque cuantitativo, de tipo no experimental, corte transversal y alcance descriptivo. La población estuvo constituida por 21 recursos identificados, la técnica empleada fue la observación y la selección se dio mediante la ficha de recolección de datos, compuesta por 9 dimensiones: Categorización (5), Clasificación (2), Jerarquía (2), Necesidades Básicas a Satisfacer (5), Experiencias Ofrecidas (9), Servicios Básicos (8), Servicios Complementarios (6), las cuales sirvieron para identificar las potencialidades turísticas de los recursos. Los resultados más relevantes fueron: el 38% de los recursos son de Categoría Sitios Naturales, solo el 38% de los mismos pueden considerarse como recursos con Jerarquía Principal, el 100% de las necesidades básicas se cubren gracias a un total de 9 experiencias que pueden ser ofertadas. Esto permite concluir que la localidad cuenta con recursos con potencialidad turística, las mismas pueden emplearse para la satisfacción de necesidades básicas del turista, pero que se requiere, sin embargo, mayor inversión en servicios básicos y complementarios para una mayor satisfacción de los visitantes de la localidad.</p> <p>Palabras claves: Recursos Turísticos, categorización, jerarquía, necesidades básicas, experiencias turísticas.</p>
Línea de Investigación	Inteligencia Turística
Carrera / Materia / 2022	Licenciatura en Gestión de Turismo y Hotelería

Título	Perspectiva básica de los algoritmos en las redes sociales, cómo influyen en los consumidores y sus usos en el marketing
Autores (Alumnos)	Iam Jeremias Echeverria Villanueva, Aramí Abigail Amarilla Rojas, Alex Diego Manuel Diaz Diaz, Vivian Lucia Acosta Colman
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung, Silvio Eduardo Becker.
Resumen	<p>El objetivo de este estudio es determinar la función de los algoritmos en las redes sociales, y más específicamente en el Marketing Digital y su influencia en los consumidores. Se basó en un enfoque cualitativo de diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. Se realizó una entrevista profunda donde los criterios a tener en cuenta para seleccionar el participante fueron: experto en el área del marketing digital y/o esté trabajando específicamente en el campo de marketing, con conocimientos básicos de algoritmos.</p> <p>El instrumento de recolección de datos estuvo compuesto por 10 preguntas abiertas, las cuales fueron analizadas según la literatura del tema. Los resultados más relevantes fueron: 1. El marketing digital es una de las herramientas de mayor crecimiento, 2. Los algoritmos son elementos presentes en nuestro día a día ya que, al interactuar con alguna red social o sitio web, se registra nuestra información que hace más precisa la interacción con el contenido, 3. Junto al algoritmo, el usuario experimenta ese contacto con inteligencias artificiales lo cual representa una sistematización de respuestas ahorrando acciones repetitivas y abriendo posibilidades o funciones, tanto para consumidores como para vendedores.</p> <p>Palabras clave: Algoritmos, Marketing Digital, Inteligencia Artificial.</p>
Línea de Investigación	Técnicas de Información del Marketing
Carrera / Materia / 2022	Ingeniería en Marketing y Publicidad

Título	Análisis del impacto de la falta de normativas jurídicas en cuanto a la utilización de criptomonedas en el Paraguay
Autores (Alumnos)	Liz Johana Benitez Cuenca, Karen Ayelen Gonzalez Armoa, Leila Estela Serafini González
Docente Asesor	Álvaro Gabriel Benítez Quiñonez
Resumen	<p>Este trabajo de investigación consiste en el análisis del impacto de una legislación que regule el uso de las criptomonedas en el Paraguay. En el marco teórico nos centramos a exponer las bases a tener en cuenta sobre la valuación correspondiente tales como las definiciones, tipos, características, la obtención de las Criptomonedas, la situación de las mismas en el Paraguay y la Regulación Jurídica. Investigamos en fuentes bibliográficas como (López, Rivera, Domínguez, & Sandoval, 2019); (Andara Suárez, 2019), (Sánchez Roa, 2017), (Ultima Hora, 2019) entre otros. Estas fuentes nos ayudaron a contrastar el marco teórico y su práctica en el país. Enfocamos nuestra investigación de manera cualitativa gracias a la recolección documental de datos, realizamos una investigación exploratoria y descriptiva en donde no experimentamos, alteramos ni manipulamos las variables, más bien observamos el fenómeno en su ambiente natural. Gracias a nuestro análisis y mediante la discusión hallamos que las criptomonedas no dependen de ningún Estado, que es un proyecto que desea estar en la canasta de fuertes monedas, su objetivo principal es la transferencia rápida de dinero, su emisión es muy limitada y es catalogada como oro digital. Sin embargo, concluimos que es muy cambiante y es de alta volatilidad, también se le suman las eventuales fallas informáticas que pueden ocurrir, genera poca transparencia, también podemos decir que el Bitcoin es más un activo financiero que una moneda operativa, aunque tiene un gran potencial, por otra parte, la misma puede servir como mecanismo de fraude y puede facilitar a la evasión de impuestos.</p>
Línea de Investigación	Contabilidad general, financiera y de gerencia
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Título	El Impacto del Lavado de Activos en el Sector Cooperativo Paraguayo
Autores (Alumnos)	Nayeli Jimenez y Sira Aponte
Docente Asesor	Alvaro Gabriel Benítez Quiñonez
Resumen	<p>El lavado de Activos perjudica la economía y la estabilidad financiera de un país, se basa en transformar las ganancias obtenidas en el tráfico de drogas, armas, contrabando, en dinero legal. Normalmente realizan sus operaciones a través de entidades financieras, bancarias, cooperativas u otras entidades en las cuales puedan aparentar la procedencia de dichas ganancias.</p> <p>El principal impacto en el sector cooperativista es la pérdida de credibilidad de la entidad ante sus socios, el desequilibrio de la misma por el retiro masivo de ahorros y ante la desconfianza de los socios, la renuncia de los mismos a la entidad, por ende, investigamos la causa de la proliferación y disposiciones que existen en el ámbito normativo y/o penal para este tipo de delitos citados en la LEY 1015/97 del Lavado de Dinero y Bienes. QUE PREVIENE Y REPRIME LOS ACTOS ILÍCITOS DESTINADOS A LA LEGITIMACIÓN DE DINERO O BIENES.</p> <p>A manera de frenar el avance del lavado de activos se debe tener en cuenta el Reglamento de prevención de lavados de Activos dirigido a las entidades cooperativas sujetas a la supervisión y fiscalización del Instituto Nacional de Cooperativismo (INCOOP). La Ley Nro. 1015/97 "QUE PREVIENE Y REPRIME LOS ACTOS ILÍCITOS DESTINADOS A LA LEGITIMACIÓN DE DINEROS Y BIENES" y sus leyes modificatorias; la Resolución de SEPRELAD Nro. 370/11.</p>
Línea de Investigación	Contabilidad general, financiera y de gerencia
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Publica

Título	Estudio de las medidas adoptadas por la Secretaría de Prevención de Lavado de Dinero o Bienes para la prevención y detección de lavado de activos en las entidades bancarias y/o financieras
Autores (Alumnos)	Maria del Mar Gustale Sanabria, Carlos Rivarola, Gabriela Lujan Rolon Bogado.
Docente Asesor	Álvaro Gabriel Benítez Quiñónez
Resumen	<p>La República del Paraguay ha sabido peregrinar una espinosa senda para reformar íntegramente sus sistemas de prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo. La inserción del país a la Lista Gris de Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) en el año 2008, su posterior exclusión en 2012 y el altísimo compromiso de las autoridades –hoy reflejado en el recientemente lanzado Plan Estratégico Nacional Anti Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo (ALD/FT)- hacen de Paraguay un caso por demás interesante de ser analizado. No obstante, los retos que se presentan en el camino son muchos. Si bien se han logrado ingentes avances, el marco jurídico vigente –incluyendo las leyes y reglamentaciones- aún demuestra vulnerabilidades que deben ser examinadas y corregidas en el corto plazo. La Unidad de Información Financiera (UIF), Secretaria de Prevención de Lavado de Dinero o Bienes (SEPRELAD) y el Banco Central del Paraguay emergen como actores principales del proceso de implementación de un marco normativo que lleva inevitablemente a un esquema de supervisión basada en riesgos. En ese sentido, la tarea de velar por la correcta aplicación de las reglamentaciones descansa en la Superintendencia de Bancos. Simultáneamente, otros desafíos se configurarán con los esfuerzos de inclusión financiera y bancarización que persigue la Banca Matriz. El Paraguay se halla hoy inmerso en un periodo de crecimiento económico sustentable y un sistema de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo (PLD/FT) efectivo y confiable se erigirá como un instrumento eficaz para apuntalar dicho proceso.</p>
Línea de Investigación	Contabilidad general, financiera y de gerencia
Carrera / Materia/ 2022	Contaduría Publica

Título	Análisis de las ventajas y desventajas en el uso de las tarjetas de crédito como medio alternativo de pago para los usuarios
Autores (Alumnos)	Berenise Raquel Bareiro, Yanina Isabel Feris, Claudia María Zalazar
Docente Asesor	Álvaro Gabriel Benítez Quiñónez
Resumen	<p>Una tarjeta de crédito es un documento de material plástico emitido por un banco o institución especializada a nombre de una persona, que podrá utilizarla para efectuar compras sin tener que pagar en efectivo y pudiendo realizar el pago a períodos futuros.</p> <p>Suelen tener un límite de dinero que permite que la persona compre o consuma servicios. No obstante, la entidad emisora de la tarjeta de crédito carga al comerciante un porcentaje por este servicio y en algunos casos una cuota fija anual al tenedor.</p> <p>Existen varios métodos de pago con las tarjetas de crédito, una de ellas son los pagos con QR, los pagos en línea y presentando la tarjeta.</p> <p>Están las tarjetas de crédito con pin, donde el usuario debe poner en el pos unos dígitos numerales para finalizar la compra, además están las que tienen chip por lo que ésta es validada cuando se acerca la tarjeta al pos, puede requerir un cierto limite para realizar la compra sin necesidad de colocar el pin.</p> <p>También se tienen las que son con firma, por la que se necesita la firma en la copia una vez impresa y realizada el pago.</p> <p>Las formas más primitivas de las tarjetas fueron aquellas que se empezaron a difundir entre algunas empresas de Estados Unidos, eran de uso interno en compañías y servían para acreditar sueldos y realizar operaciones simples. Con todo, la primera tarjeta de crédito universal, que fue aceptada en muchos establecimientos, fue emitida por Diner's Club en 1950.</p>
Línea de Investigación	Contabilidad general, financiera y de gerencia
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Título	El impacto negativo del uso inadecuado de las tarjetas de crédito para los consumidores
Autores (Alumnos)	Héctor Andres Vega Caballero, Milena Elizabeth Morlas Villalba, Ruth Nair Areco Nequi
Docente Asesor	Álvaro Gabriel Benitez Quiñonez
Resumen	<p>Las tarjetas de crédito son instrumentos de financiación, productos financieros donde más allá de la comodidad para el usuario, existe un negocio detrás que es, justamente, de quien ofrece ese servicio: el banco. Como todo instrumento de financiación, a la par de préstamos o créditos, por tomar solo dos ejemplos más comunes, su uso genera intereses. Sin embargo, en las tarjetas de crédito en particular, si paga el total del resumen de cuenta dentro del plazo estipulado, no habrá intereses adicionales. Si el cliente, por algún motivo, no puede abonarlo, entonces el saldo resultante devengará intereses que, en la mayoría de los casos, son bastante onerosos.</p> <p>El siguiente trabajo tiene como objetivo demostrar el impacto negativo económico del uso de las Tarjetas de Crédito, deseamos dar a conocer las ventajas y desventajas de ser portador de una tarjeta de crédito. Consideramos que es indispensable que los usuarios del sistema financiero tengan un conocimiento amplio y suficiente de las características, servicios, costos y funcionalidades de los productos que adquieren y como lo es en este caso específico la tarjeta de crédito. De otro lado se debe contar con el seguimiento y control permanente por parte de la superintendencia financiera y demás entes reguladores para que se sancione a las entidades que realizan las colocaciones de las tarjetas de crédito, sin tener en cuenta la capacidad de endeudamiento del asalariado y con ello este perjudicando su historial crediticio. Es indispensable que las entidades financieras realicen campañas de sensibilización para que las personas conozcan como aplica la amortización de los intereses en la tarjeta de crédito, fácil acceso a fuentes de consulta en sitios web y centrales telefónicas de las tasas de interés vigentes, cargos no diferidos que se cobran mensualmente, riesgos a los puede estar expuesto el usuario como clonaciones y fraudes, cómo se maneja un reporte en las centrales de riesgo y sus implicaciones.</p>
Línea de Investigación	Contabilidad general, financiera y de gerencia
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Título	Impacto de la pandemia del covid-19 en las exportaciones de carne vacuna año 2021.
Autores (Alumnos)	Gabriela Monserrat Aguilera Ruiz, Adriana Carolina Sánchez Urresta, Damaris Nicole Sánchez Urresta, Anika Sofia Zarske Ens
Docente Asesor	Mg. Daycy Pereira
Resumen	<p>Paraguay es reconocido internacionalmente por la exportación de carne vacuna de alta calidad, y como la pandemia del COVID- 19 impactó en diversas áreas como la salud, el empleo, la educación y la economía de los diversos países alrededor del mundo, el sector de exportación de carnes no ha quedado excepto, y es por ello que se planteó una investigación no experimental, con enfoque cualitativo, de tipo documental con el propósito de determinar el impacto de la pandemia del COVID- 19 en las exportaciones de CARNE VACUNA en el periodo 2021, describiendo la situación del rubro cárnico durante ese año, identificando los factores que afectaron las exportaciones de carne, y cuantificando, en términos monetarios, el ingreso generado por el rubro de las exportaciones de carne durante la pandemia del COVID-19. La misma fue realizada por medio de un análisis sobre un conjunto de documentos, informes y artículos relacionados a la exportación de carne del Paraguay durante los dos años previos a la pandemia y los dos años de pandemia con el fin de comparar cómo se dieron los cambios en esa cohorte de tiempo. Los resultados han arrojado que el rubro de exportación de carne vacuna en el año 2021 fue muy próspero y favorable, atendiendo que las exportaciones fueron cuantiosas en relación a los años anteriores, tanto en el 2018 y 2019 antes de la pandemia como en el año 2020 con la llegada del COVID-19, y que además en el 2021 se ha logrado penetrar a nuevos mercados. Palabras claves: Exportación- Carne Vacuna- Pandemia COVID- 19.</p>
Línea de Investigación	Comercio Internacional y Logística
Carrera / Materia/ 2022	Comercio Internacional

Título	Análisis del estado de los servicios de courier de Paraguay en el periodo 2020–2021
Autores (Alumnos)	Kevin Gabriel Aguirre, Naidelin Ayelén Peloso Maldonado, Haydee Rashel Riella Ferreira, Jesús Antonio Velázquez Vargas
Docente Asesor	Verónica Beatriz Benítez Galeano, Kwan Chung Chap Kau
Resumen	<p>El trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar el estado en el que se encuentran los servicios de Courier en el Paraguay, su importancia para las personas que las utilizan y determinar que procesos logísticos utilizan estas empresas para operar efectivamente, antes durante y después de la pandemia. Luego de recaudar suficiente información necesaria respondimos a las incógnitas más importantes, se demostró que estos servicios tienen una gran aceptación y demanda de parte de los usuarios paraguayos en un rango de edad bastante amplio, lo utilizan en mayor o menor frecuencia depende de las necesidades que se tengan, aprovechando las facilidades que estas empresas otorgan para sus clientes Se demostró que en los últimos años hubo un aumento drástico en los servicios de Courier dentro del territorio nacional, tanto para las compras en el Paraguay como también para el comercio exterior.</p> <p>Palabras Clave: Courier, importación, compras, comercio, servicio de transporte.</p>
Línea de Investigación	Técnicas de mercado, economía y comercialización para el comercio internacional
Carrera / Materia / 2022	Comercio Internacional

Título	Análisis del impacto en el aumento del precio del combustible en Paraguay en el año 2022
Autores (Alumnos)	Melanie Ortiz Cañete, Silvia Gaona Cardozo, Ruth Caje Pereira, Ana Balbuena Duarte, Lucas González Noceda
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung, Veronica Beatriz Benitez
Resumen	<p>El objetivo de este proyecto es investigar sobre el impacto de la suba del combustible en los consumidores. La investigación se basó gracias a una encuesta en variedad para que los consumidores puedan interactuar sobre la crisis que está pasando en nuestro país, buscando soluciones y modos de poder conllevar la situación. Dicha recolección fue de 9 preguntas abiertas y cerradas. La población fue un total de 62 encuestados que respondieron al cuestionario con el fin de analizar el impacto en el aumento del precio del combustible en Paraguay en el año 2022. Los resultados indicaron que un 96,77 respondió que fue afectado un 3,23 que no fue afectado entre los encuestados, en porcentaje la mayoría fue afectado en el ámbito monetario, también no se pueden abastecer, ya que es algo imposible con los pagos de impuestos y otras convivencias. Dicha suba a llevado a encuestados a salirse de su sistema anterior de manejo, entre esos a usar más el transporte público, economizar, optar por un combustible más barato con los riesgos de este, transportarse en moto o hasta incluso en bici.</p> <p>Palabras clave: Aumento, precio, combustible, logística, importador neto, mercados internacionales.</p>
Línea de Investigación	Normativas y aspectos legales del comercio
Carrera / Materia / 2022	Comercio Internacional

Título	Análisis de la administración de un frigorífico de Paraguay en el año 2022. Estudio de caso
Autores (Alumnos)	Oscar Josué Balbuena Giménez, Lucia Perla Sofia Ramírez Agüero, Guadalupe María José Santos Gómez, Deisi Antonella Gamarra Corbalán, Matías Nicolas Cáceres Martínez
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung, Miguel Ardenis Leiva Ojeda
Resumen	<p>Los problemas de administración afectan al funcionamiento de un negocio e incluso pueden hacerlo fracasar. Gran parte de los emprendedores reconoce que la falta de planificación en el área de recursos humanos radica en las inversiones en el desarrollo del talento humano y su estado contable. El estudio se encuadra dentro de la línea de administración y gestión financiera de la carrera. El objetivo es observar las medidas y acciones que un frigorífico tomó para lograr distinguirse en el periodo de la pandemia, analizando su manejo administrativo y contable de su personal. ¿Cómo lograron distinguirse? Es estudio encuentra a los gerentes de la empresa y nos han brindado esa información. En ella nos comentaron todo tipo de acciones y decisiones que han tomado para lograr adecuarse a las medidas sanitarias exigidas por el gobierno, además de mantener el nivel de producción. Al finalizar esta investigación, hemos sacado nuestras conclusiones, además de dar unas recomendaciones a la empresa con el fin de evitar futuros problemas similares.</p> <p>Palabras clave: Contabilidad financiera, informe, monetario, sistema, pandemia.</p>
Línea de Investigación	Administración y Gestión Empresarial
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública – Comercio Internacional – Administración de Empresas

Título	Análisis de la Estrategia de Planificación en Empresas Familiares ubicadas en la zona de Capiatá en el año 2022. Estudio De Caso
Autores (Alumnos)	Ronald Adolfo Paniagua, Dahiana Medina
Docente Asesor	Miguel Ardenis Leiva Ojeda
Resumen	<p>El objetivo de esta investigación es analizar las estrategias de planificación para el crecimiento y la competitividad de las empresas familiares. La importancia de la planificación para una empresa familiar radica en afrontar las condiciones de su entorno mediante proyecciones y/o escenarios, lograr el ordenamiento de las actividades para el cumplimiento de los objetivos. Como problemática de esta investigación podemos mencionar que las deficiencias en la gestión surgen de la escasa o nula planificación por parte de las empresas familiares, dando a conocer o deducir la falta de la misma. Derivando a la pregunta: ¿Cuáles son las estrategias de planificación de las empresas familiares para el crecimiento y competitividad localizadas en la ciudad de Capiatá en el año 2022? El tipo de investigación fue exploratoria acompañada de un enfoque cuantitativo donde se utiliza el análisis estadístico para la interpretación de los datos numéricos, no se manipulan variables por lo que constituye una investigación de diseño experimental. La muestra fue determinada mediante conglomerados de 22 empresas de una población de 3500 aproximadamente. Los resultados muestran que la planificación está presente en todos sus niveles a través de actividades en la gestión de empresas familiares. Se concluye que las empresas familiares evidencian en su actuación la implementación de la planificación a través de diferentes procedimientos y estrategias para atender la demanda de sus clientes y de esa manera ser competitiva y lograr el crecimiento de la empresa en la zona.</p> <p>Palabras claves: Planificación, empresa familiar, estrategias, procedimientos</p>
Línea de Investigación	Administración y gestión de empresarial
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Titulo	Impacto del COVID-19 en una inmobiliaria del Paraguay Periodo 2020-2021
Autores (Alumnos)	Jeremy Rochaix, Bruno Paredes, Giovanni Mendoza, Juan José González, Bruno Paredes
Docente Asesor	Miguel Ardenis Leiva Ojeda, Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>El sector inmobiliario en Paraguay es uno de los pilares más importantes de nuestra economía, ya que ha tenido un gran crecimiento en los últimos años y ha llamado la atención de inversionistas de toda Sudamérica debido a la gran proyección que ésta tendría en nuestro país. Por desgracia, fue afectado como todos los sectores financieros por el COVID-19, es por eso que tenemos la intención de realizar esta investigación, para ver el impacto y las secuelas que ha dejado la pandemia en el sector inmobiliario y así poder informar al público con lo investigado.</p> <p>PALABRAS CLAVE: Sector inmobiliario, propiedades, edificios, inversión, alquiler de propiedades</p>
Línea de Investigación	Administración y Gestión Empresarial
Carrera / Materia / 2022	Ingeniería Comercial - Lic. en Administración de Empresas- Comercio Internacional

Título	Características de las empresas familiares de la ciudad de San Lorenzo del año 2022
Autores (Alumnos)	Andrea María Portillo Gutiérrez, Daniela Monserrath Patiño Villalba
Docente Asesor	Miguel Ardenis Leiva Ojeda
Resumen	<p>La investigación consiste en la descripción y el análisis acerca de las diferentes características que poseen las empresas familiares, el objetivo general es analizar las características que presentan las empresas familiares. El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal. Respecto al enfoque de nuestra investigación, es cuantitativa, ya que se utiliza la recolección de datos para analizar los resultados de forma estadística y la descriptiva. Como población de estudio tomamos la ciudad de San Lorenzo que alberga entre 7600 y 11.900 empresas aproximadamente de las cuales estaremos tomando una muestra de 16 empresas del sector familiar que se sitúan en la avenida San Pedro en los tramos de Pirizal hasta Israel delimitando intencionalmente a los participantes de la encuesta. La encuesta se aplicó un cuestionario de 9 preguntas cerradas a todas las empresas ubicadas en el tramo seleccionado. Con estos resultados más representativos, podemos concluir que, una gran mayoría de las empresas familiares encuestadas, se encuentran en el rubro de comercio y servicios, también se pudo observar que estas optan por el tipo de sucesión sin testamento y con la idea de ser entregada al pariente más próximo, una gran mayoría aún no tienen pensado a quien transferir, y el resto a su hijo/a, hermano/a o esposo/a; Así también con un liderazgo muy presente, que busca herramientas para resolver los diferentes conflictos que puedan presentarse, e invertir en implementar nuevas innovaciones.</p> <p>Palabras claves: Sucesión, Liderazgo, Cultura, Conflictos, Innovación</p>
Línea de Investigación	Administración y Gestión Empresarial
Carrera / Materia/ 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Logística e _commerce: La trazabilidad en el proceso operativo periodo 2020 - 2022
Autores (Alumnos)	Sofía Salomé Aballay Godoy, Paz Milagros Ortiz González, Fátima Elizabeth Martí García, Angélica Beatriz Colman Miranda, Alan Ariel Almirón Orue.
Docente Asesor	Verónica Beatriz Benítez Galeano
Resumen	<p>Al hablar E-Commerce damos referencia al concepto que trata del comercio electrónico el cual facilita y brinda herramientas para una transacción de comercialización, este proceso genera para cualquier tipo de empresa varias ventajas como la facilidad para la internacionalización, el ahorro en costes o la apertura de un nuevo canal de ventas. La logística E-Commerce tiene la tarea de gestionar todas las actividades necesarias para mover los productos, llevarlos a su destino final de forma rápida y eficiente y generar satisfacción en los clientes. Lo cual se debe tener en cuenta desde la gestión de almacenes para el e-commerce hasta la satisfacción del cliente. El progreso técnico y su difusión por el territorio se materializa en la creación de nuevas redes, ya sean de transporte, comunicación, distribución, etc. Producto de la división social, territorial e internacional del trabajo, las redes constantemente estructuran y reestructuran las interacciones entre los individuos y el espacio. En este contexto, a través del análisis cuantitativo se observa que el comercio electrónico surge como una nueva herramienta para la comercialización, mercadeo y distribución de bienes. La pandemia incrementó el uso de medios de compras online, pero la misma continua y es necesario que las empresas se adapten para atender la demanda global y así crecer. Actualmente en un ambiente de restricción de recursos y de globalización y gran competencia, la logística se ha desarrollado notablemente en aumentar las ventajas competitivas de las empresas en un trasfondo de disminución de costos, el acceso a cualquier zona geográfica, aumento de la competitividad y calidad del servicio, reducción de precios finales y de tiempos de entrega. Durante la pandemia el e-commerce fue la base para que los negocios y las empresas pueden subsistir y los que no implementaron la función tuvieron que cerrar porque no tuvieron forma de vender.</p> <p>Palabras claves: E-commerce, Globalización, Internacionalización.</p>
Línea de Investigación	Comercio Exterior y Logística
Carrera / Materia / 2022	Lic. Comercio Internacional

Título	El turismo en el mundo tras la pandemia 2021 - 2022
Autores (Alumnos)	Leann Nicole Uribe López, Ayelén del Carmen Pereira, Jennifer Wen Chin Kuo Lin, María Milagros Jara Ramos, María José Samaniego.
Docente Asesor	Verónica Beatriz Benítez Galeano
Resumen	<p>Cómo consecuencia del covid 19 el sector turístico ha sido uno de los más afectados, se han tomado medidas para mitigar el impacto económico sobre hogares y empresas, pero a más largo plazo el sector tendrá que adaptarse a la “nueva normalidad” tras la pandemia. La recuperación requerirá la amplia disponibilidad y la distribución generalizada de vacunas, así como la adaptación de soluciones políticas económicas. Debido a la reducción de los viajes perdura como consecuentes cambios en las preferencias de los viajeros o de las cicatrices económicas, es posible que algunos países dependientes del turismo se vean obligados a iniciar un complicado camino hacia la diversificación de sus economías. Esto se ve reflejado en el análisis que se llevó a cabo mediante una encuesta en línea como herramienta de investigación. Con el objetivo de obtener datos cuantitativos sobre el turismo post pandemia. Por lo que las soluciones concretas serán distintas en cada país, y el ritmo y el alcance de la recuperación dependerá, lógicamente, de la evaluación internacional. Pero estamos ante una notable oportunidad que debe aprovecharse, la diversificación, la adaptación progresiva de modelos de turismo más sostenibles y la inversión en nuevas tecnologías podrían ayudar a la confrontar la recuperación.</p> <p>Palabras claves: Turismo, Inversión, impacto, sostenible</p>
Línea de Investigación	Inteligencia Turística
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Gestión de Hotelería y Turismo

Título	Análisis del aumento del precio del combustible y la importación de vehículos eléctricos
Autores (Alumnos)	Mariel Adalis Parra Vera, Bruno Gonzalez Villadet, Yanina Belen Trinidad, Lujan Arami Mendoza Lezcano, Camila Centurión Servín.
Docente Asesor	Verónica Beatriz Benítez Galeano
Resumen	<p>En los últimos meses Paraguay sufre un incremento del precio de combustible, a raíz de ello se tiene consecuencias en la economía local; ya que provocó un mayor costo de los diferentes productos de primera necesidad entre otros, y por sobre todo un gasto mayor en la movilidad de los ciudadanos con vehículos a combustión, teniendo en cuenta este escenario se busca analizar como alternativa y oportunidad a los vehículos eléctricos; puesto que estos son exclusivamente eléctricas, cuentan con una máquina eléctrica conectada al eje de las ruedas, para darles tracción o para convertir la energía cinética de las ruedas en electricidad y cargar la batería. No cuentan, por tanto, con un motor térmico. Se tiene en cuenta que los vehículos eléctricos generan una mayor inversión de dinero a la hora de adquirirlo en comparación a los vehículos a combustión, pero a la larga resulta más económico y sustentable por el tipo de mantenimiento y gastos que tiene mensualmente. En Paraguay se estima que existen alrededor de 1.000 vehículos hasta el momento; considerando que Paraguay cuenta con un marco legal en la importación de dichos vehículos como también con dos importantes represas conocidas mundialmente, Itaipú y Yacyretá, compartidas con Brasil y Argentina. Se apuesta que es un País propicio para el avance e implementación de los vehículos eléctricos y esto lo demuestra la investigación que se llevo a cabo por medio un análisis cualitativo documental.</p> <p>Palabras Claves: vehículos eléctricos, importación, represas.</p>
Línea de Investigación	Comercio Exterior y Logística
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Comercio Internacional

Título	Incremento del precio del combustible y el efecto en los agronegocios internacionales
Autores (Alumnos)	Laura Jazmín Barrozo Vázquez, Leticia Raquel Reyen Cañete.
Docente Asesor	Verónica Beatriz Benitez Galeano
Resumen	<p>La presente investigación que tiene como título "Incremento del precio del combustible en el rubro de los agronegocios efectuados por la cooperativa de productores de leche "La Holanda Ltda." dentro del periodo comprendido entre los años 2020 al 2022" es de diseño cualitativo- monográfico, tipo descriptivo-longitudinal, realizada en parte a través de la revisión de literatura y trabajo de campo por medio de la aplicación de la entrevista a una autoridad de la empresa y la encuesta como métodos de recolección de datos a una muestra conformada por dieciséis trabajadores, la cual ha dado como resultado que, efectivamente, la suba del combustible afectó a la empresa y que tal afectación se manifestó en el aumento de los costos finales del producto, al igual que en el aumento de los costos propios de cada departamento, y en el aumento de frecuencia de auditorias internas destinada a controlar el uso apropiado del combustible, aunque sin embargo, no generó problemas de abastecimiento, ni tuvieron que recurrir a cambio de proveedor alguno y tampoco generó disminución en el rendimiento de los departamentos.</p> <p>Palabras claves: Agronegocios, Combustible, precio, cooperativa.</p>
Línea de Investigación	Técnicas de mercado, economía y comercialización para el comercio internacional
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Comercio Internacional

Título	Análisis de la viabilidad de vehículos sustentables
Autores (Alumnos)	Fiorella Belén Soto Espínola, Jazmin saldivar Portillo, Luciana Aylen Caballero Capdevila, Andrés Pérez Wall
Docente Asesor	Prof. Verónica Benítez
Resumen	<p>El vehículo eléctrico está cada vez más demandado debido a la toma de conciencia sobre el cambio climático. Presenta indudables ventajas sobre el de combustión interna desde el punto de vista medioambiental. Su eficiencia energética es también mayor. Pero su coste de adquisición es más elevado y su autonomía es muy limitada. Por estos motivos la actitud de los consumidores ante el vehículo eléctrico no es del todo positiva. En esta investigación se ha analizado el estado actual del mercado del vehículo eléctrico. Se ha realizado el estudio económico del coste de operación (precio de adquisición más gasto en energía) para varios modelos disponibles hoy en el mercado, como caso representativo. Para ello se deberá conocer algunos de los elementos que componen el vehículo eléctrico, cuáles son las diferencias más notables entre un vehículo eléctrico y uno de combustión, la variedad de vehículos eléctricos que existen y qué tipo de baterías le proporcionan autonomía. Además, existen una gran variedad de modos de recarga que proporcionarán una determinada potencia y velocidad y que necesitarán unos conectores específicos. Se trata de un sector en constante cambio, por lo que los resultados son muy sensibles a las variaciones de los diversos factores que se detallan en el trabajo. Un vehículo eléctrico tiene una menor huella de carbono (cantidad total de emisiones de gases de efecto invernadero) en comparación con los vehículos que funcionan con gasolina. La carga de electricidad y el suministro de combustible a los vehículos eléctricos, de batería e híbridos provienen de las redes eléctricas.</p> <p>Palabras clave: Vehículo eléctrico, sustentabilidad, energía renovable, impacto, tendencias de futuro.</p>
Línea de Investigación	Técnicas de mercado, economía y comercialización para el Comercio Internacional
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Comercio Internacional

Título	Análisis de la producción de soja y su incidencia en el precio internacional periodo 2020 - 2022
Autores (Alumnos)	Milka Adorno, Jose Garrido, Fernanda Jara, Facundo Larriera, Aníbal Martínez.
Docente Asesor	Lic. Verónica Beatriz Benítez Galeano
Resumen	<p>En Paraguay y en toda la región, la sequía puso en riesgo a los grandes exportadores de soja. Esta situación derivó en una menor oferta de granos, por lo que, ante la mayor demanda, aumentó el precio internacional, permitiendo suavizar el impacto de la menor producción regional. La soja tiene una variedad de usos, sirve para alimentar a los animales de cría industrial, con la finalidad de que produzcan mucha carne, huevos y leche de forma rápida, barata, logrando así muchos beneficios, por otra parte, también se utiliza para la producción de biodiesel y en la industria alimentaria. El trabajo describe el proceso de producción de soja, teniendo en cuenta el factor climático y su incidencia en los precios internacionales. El objetivo es estudiar la situación de la producción de soja en el periodo 2020 al 2022 para dar a conocer cuáles fueron los factores en relación con la oferta y la demanda a nivel nacional e internacional. El estudio permitirá determinar los factores que influyen sobre los comportamientos y las decisiones de los agentes que se encuentran a ambos lados del mercado, oferentes y demandantes. El clima es uno de los factores que más afectan la producción agropecuaria. Es por ello que anticiparse a los pronósticos es fundamental para poder discernir la tendencia de los precios.</p> <p>Por otra parte, se resalta que los precios internacionales de la soja están en alza, pero poco se podrá aprovechar esta ola de buenas cotizaciones debido a la poca disponibilidad del producto y los descuentos sufridos por renegociación de contratos.</p> <p>Palabras claves: Exportación – Incidencia – Producción – Precio.</p>
Línea de Investigación	Comercio Exterior y Logística
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Comercio Internacional

Título	Creación y gestión de destinos inteligentes en latinoamérica
Autores (Alumnos)	Araujo Cardenas, Tamara Jazmín, Boccia Rivas, Giovanna, Cáceres Palacios, Emilia Belén, Ramírez Mereles, Sofia carolina María
Docente Asesor	Prof. Verónica Benítez
Resumen	<p>El turismo se configura como uno de los principales sectores económicos a nivel internacional, adquiriendo importancia en los países en vías de desarrollo. El objetivo de la investigación es integrar el uso de tecnologías de información, comunicación u otros medios tecnológicos, para mayor eficiencia en la gestión de los servicios turísticos ofrecidos en la región, en concreto, Latinoamérica. Otro de los objetivos es analizar los retos que tienen los turistas respecto a la falta de facilidades tecnológicas de información. La finalidad es elaborar propuestas para mejorar el turismo en Latinoamérica, con la misión de que este sector fomente el desarrollo del desarrollo de los Destinos Inteligentes. La metodología ha consistido en una combinación de búsqueda por internet, basándonos en los países que conforma Latinoamérica y como ejemplo de implementar la investigación, en nuestro país Paraguay. Los resultados muestran que tiene un gran potencial turístico, si bien, la percepción de la creación y gestión de los destinos inteligentes es muy baja.</p> <p>Palabras claves: Turismo, Tecnologías de información, Destinos Inteligentes.</p>
Línea de Investigación	Comercio Exterior y Logística
Carrera / Materia / 2022	Lic. Gestión de Turismo y Hotelería

Título	Análisis de sucesión dentro de la empresa familiar ubicada en la ciudad de San Lorenzo 2022
Autores (Alumnos)	Nahir Salome Yafar Rabinovich
Docente Asesor	Miguel Ardenis Leiva Ojeda
Resumen	<p>En este trabajo de investigación se abordan las percepciones que tienen las empresas familiares, a través de su continuidad y discontinuidad respecto al protocolo y la sucesión familiar. El trabajo corresponde a una investigación de tipo exploratoria que permite evidenciar que las familias empresarias tienen temor a realizar el protocolo familiar, debido principalmente a su desconocimiento acerca del tema. Se pretende analizar la sucesión y el protocolo familiar favorece en la gestión y administración de las empresas localizadas en la ciudad de San Lorenzo en el año 2022</p> <p>Se pretende entonces sensibilizar a empresarios y a la sociedad en general, del importante papel que desempeñan las empresas familiares en la actividad económica como generadoras de riqueza y empleo, una herramienta importante para su perduración, continuidad y formalización de una sucesión.</p> <p>Palabras Claves: Sucesión, Empresas familiares, Protocolo familiar.</p>
Línea de Investigación	Administración y Gestión de Empresas
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Perfil del emprendedor paraguayo en las empresas familiares en el año 2022
Autores (Alumnos)	Lucas Contrera Bogado, Rafael Borgognon Rojas
Docente Asesor	Miguel Ardenis Leiva Ojeda
Resumen	<p>El objetivo de nuestra investigación es describir el perfil del emprendedor paraguayo dentro de las empresas familiares en los diferentes rubros. La característica principal de un emprendedor al iniciarse es la informalidad de su comercio, por el hecho de que lo va haciendo de forma empírica. También desarrollaremos sobre los beneficios económicos que generan y su ambición. En este sentido el objeto de estudio se va realizar en la zona central del país, principalmente se van a tomar a aquellos emprendedores que participaron del programa capital semilla lanzado por la gobernación central. En la misma se tendrá en cuenta las características fundamentales de la situación económica de la persona y su origen. Las respuestas obtenidas a partir de la encuesta, demuestran que las pautas de comportamiento de los emprendedores de empresas familiares tienen opiniones bastante parecidas. Todos concuerdan que un emprendedor tiene que ser responsable y persistente. También podemos ver que los emprendedores concuerdan en que deben tener una educación mayor a la secundaria y tener la educación financiera suficiente. Según los encuestados, el mayor obstáculo que se enfrenta un emprendedor al empezar su empresa es el capital inicial, seguido del estrés que supone del emprendedor durante la creación y la persistencia para mantenerse en el mercado y cumplir con los objetivos</p> <p>La percepción de los emprendedores respecto a los beneficios, y a partir de las respuestas dadas por los encuestados, es la obtención de la cultura propia mejor definida por el compromiso y por supuesto la pasión familiar por el cumplimiento de los objetivos. Palabras claves: emprendedor, empresas familiares, capital semilla.</p>
Línea de Investigación	Administración y Gestión Empresarial
Carrera / Materia / 2022	Lic. Administración de Empresas

Título	Incidencias de las herramientas del marketing de las empresas familiares en la ciudad de Mariano Roque Alonso en el año 2022
Autores (Alumnos)	Bruno Barua
Docente Asesor	Prof. Miguel Ardenis Leiva Ojeda
Resumen	<p>El marketing es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro. Esta disciplina, también llamada mercadotecnia, se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores.</p> <p>Para empezar a hablar el plan de marketing de las empresas familiares primero tenemos que saber que se entiende al decir EMPRESA FAMILIAR. Es aquella en la cual los miembros de la familia forman parte de la empresa permitiéndolos así influir en la toma de decisiones, dirección y control de ella. En Paraguay contamos con más de 700.000 empresas familiares y producen aproximadamente el 65% de los bienes y servicios y generan el 66% del empleo del País (Almeida, 2015). Es importante conocer el plan de marketing en este tipo de empresas para poder aprovechar al máximo en que caso de participar en una de ellas. El objetivo de esta investigación es conocer la incidencia de utilización del marketing en las empresas familiares de la ciudad de Mariano Roque Alonso en el año 2022. Como sabemos el mundo está en constante desarrollo, es por eso que las herramientas del marketing también se encuentran evolucionando, como por ejemplo el marketing online que tiempos anteriores no existía, hoy en día es una herramienta que muchas empresas utilizan para explotar su potencial.</p>
Línea de Investigación	Administración y Gestión Empresarial
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Diagnóstico del clima organizacional en colaboradores de una empresa del rubro alimenticio en Paraguay, 2022
Autores (Alumnos)	Víctor Esteban Céspedes Miranda, Verónica Concepción Arce Benítez, Alice Ester Cabrera Rotela
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>La investigación tiene como objetivo diagnosticar el clima organizacional en colaboradores de una empresa del rubro alimenticio en Paraguay, 2022. El estudio fue cuantitativo de corte transaccional y descriptivo. La población estuvo compuesta por 44 colaboradores, una muestra de 35 participantes calculado bajo un nivel de confianza del 92,8%, margen de error 7,2% y grado de heterogeneidad 50%. Se realizó encuesta mediante un cuestionario clasificado en cuatro indicadores de información básica, nueve dimensiones y 53 reactivos: Estructura (10), Responsabilidad (7), Recompensa (6), Desafíos (5), Relación (5), Cooperación (6), Estándar (5), Conflicto (5) e Identidad (4) adaptado de Litwin y Stringer por conveniencia en abril de 2022. Los resultados más relevantes fueron: las dimensiones con mayor media de respuestas se encuentran en Estructura (:3,21), Relación (:3,18), Cooperación (:3,11) e Identidad (:3,09), todos ellos categorizados con una ponderación de favorables. Asimismo, los reactivos que lograron mayor promedio fueron: ET3 En esta organización se tiene claro quién manda y toma las decisiones (:3,63), RS5 Las relaciones jefe-trabajador tienden a ser agradables y CP6 Me siento bien con mi desempeño, ambos con (:3,49). Se concluye que menos de la mitad de las dimensiones han obtenido la ponderación de Favorable. Las dimensiones categorizadas dentro de lo desfavorable tendrán que ser trabajado en un plan de mejora con el apoyo de la gerencia y colaboradores comprometidos para el cambio o reingeniería.</p> <p>Palabras clave: Clima organizacional; rubro alimenticio; percepción; Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Proceso de Administración de Recursos Humanos
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Gestión de Recursos Humanos

Título	Uso del Big Data en Paraguay. Caso de dos empresas una del sector financiero y otra del industrial
Autores (Alumnos)	Federico Nicolás Domínguez Méndez
Docente Asesor	Juan Antonio Moreno Mareco, Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>La presente investigación pretende analizar el uso del Big Data en dos empresas localizadas en Asunción-Paraguay, 2022. La investigación se basó en un enfoque cualitativo de corte transversal y descriptivo. Se realizó dos entrevistas profundas (una empresa del sector financiero y otra del sector industrial) por conveniencia en julio de 2022. El instrumento de recolección de datos estuvo compuesto por una guía de 9 preguntas abiertas. Los criterios de inclusión fueron personas con conocimiento del uso de Big Data (BD) quienes trabajan en empresas que implementan la tecnología o similares localizada en Asunción y con participación voluntaria. Los resultados más relevantes fueron: los múltiples beneficios del BD se enfatizaron en la rapidez de análisis de datos para la toma de decisiones y la mayor rentabilidad empresarial, mientras que, el factor atajante fue la capacitación constante de los colaboradores en su uso. Se concluye que el BD no solo ayuda a analizar los datos recaudados, más bien, crea oportunidades de negocios haciendo hincapié en la innovación y creatividad, traduciendo finalmente en una ventaja competitiva sostenible a largo plazo para las empresas que hayan adoptado la tecnología del BD y hayan podido aprovechar de ellas.</p> <p>Palabras clave: Big Data, TIC, sistema de información, Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Virtual Lic. en Administración de Empresas

Título	Análisis del grado de adopción del e-commerce en el sector hotelero paraguayo a través del modelo eMICA durante la pandemia del COVID-19, 2022
Autores (Alumnos)	Federico Nicolás Domínguez Méndez, Víctor Ariel Ramírez Girett, Derlis Daniel Duarte Sánchez
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung.
Resumen	<p>El objetivo es analizar el grado de adopción del e-commerce en el sector hotelero paraguayo a través del modelo eMICA durante la pandemia del COVID-19, 2022. Se basó en un enfoque cuantitativo de corte transeccional y descriptivo. La población de 52 hoteles (36 en Asunción -ASU- y 16 en Salto de Guairá -SDG-) fue también tomada como muestra para el estudio. Se descartaron 4 alojamientos por no cumplir con los requisitos exigidos, quedando de esta manera 48 establecimientos para el análisis. Los criterios de inclusión fueron: locales registrados en REGISTUR, ubicados en ASU y/o SDG y en funcionamiento. Se utilizó como instrumento de recolección de datos el modelo eMICA compuesto por tres etapas: Promoción (2); Provisión (3) y Procesamiento (1), seis niveles y 38 atributos adaptado de Burgess, Parrish y Alcock; Suty Segovia y Kwan Chung, en mayo de 2022. Los resultados más relevantes fueron: la etapa Procesamiento (60%) ha obtenido el mayor cumplimiento de sus atributos, seguido de Promoción (59%) y Provisión (45%). Los atributos con mayor cumplimiento fueron Nombre del hotel (100%), Dirección (98%), Fotografías (98%) y WiFi (88%). Se concluye que el grado de implementación del e-commerce en los hoteles a través del modelo eMICA ha tenido un incremento progresivo durante el periodo -antes y durante- la pandemia del COVID-19. Finalmente, cabe destacar que dicha implementación dependería de factores como competencias tecnológicas, calidad de RRHH, apoyo de la alta gerencia y preparación de los consumidores.</p> <p>Palabras clave: modelo eMICA, sector hotelero, e-commerce, sitios web.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Preferencia de la modalidad laboral en trabajadores de Asunción-Paraguay post cuarentena por COVID-19 en el 2022
Autores (Alumnos)	Sofía Micaela Vázquez, Ivanna Guadalupe Acuña López, Lorena Elina Aldama Ferreira
Docente Asesor	Kwan Chung Chap Kau, Myrna Ruiz Díaz
Resumen	<p>El objetivo es determinar la preferencia de la modalidad laboral en trabajadores de Asunción-Paraguay post cuarentena por COVID-19 en el 2022. Estudio con enfoque cuantitativo descriptivo de corte transversal. Se encuestó a 211 participantes con laburo en Asunción y participación voluntaria. Se realizó una encuesta mediante un cuestionario (cinco criterios y 35 indicadores) por conveniencia en mayo 2022 vía WhatsApp. La preferencia de la modalidad de trabajo fue la mixta (35,5%) en post cuarentena. Asimismo, 84,8% de los participantes trabajaban de forma presencial antes de la pandemia, durante la crisis sanitaria 58,4% lo hacía en modalidad home office y 53,6% presencial en post cuarentena. Entre las ventajas se encontró mayor facilidad para la integración de nuevos miembros (:4,17) en lo presencial y mayor aprovechamiento de la Tecnología (:4,61) en el home office. Las desventajas fueron mayor aumento de costos en los suministros de las oficinas (:4,64) en presencial y mayor falta de límites en el horario de trabajo (:4,10) en home office. Se concluye que las personas no descartan la posibilidad de trabajar bajo la modalidad laboral home office de aquí en adelante. Finalmente, las empresas deberían replantear la posibilidad de implementar el trabajo remoto para algunos de sus cargos.</p> <p>Palabras Clave: empleo; trabajo; trabajador; empresa; pandemia; Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Gestión Estratégica Empresarial y de Recursos Humanos
Carrera / Materia / 2022	Virtual Lic. Gestión de Recursos Humanos

Título	Elección de modalidades de trabajo, presencial u home office, en trabajadores residentes en Paraguay durante la pandemia del COVID-19, 2022
Autores (Alumnos)	Sofía Micaela Vázquez, Ivanna Guadalupe Acuña López, Víctor Ariel Ramírez Girett, Derlis Daniel Duarte Sánchez
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung.
Resumen	<p>El objetivo es determinar la elección de modalidades de trabajo, presencial u home office, en trabajadores residentes en Paraguay durante la pandemia del COVID-19, 2022. Se basó en un enfoque cuantitativo, corte transversal y descriptivo. La población consistió en un total de 7.353.038 habitantes en Paraguay, cuya muestra de 268 fue calculada con un nivel de confianza del 94,2%, margen de error 5,8% y grado de heterogeneidad 50%. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos y el instrumento consistió en un cuestionario compuesto por 3 preguntas abiertas y 32 cerradas basado en cinco criterios y 35 indicadores. Se encuestó vía WhatsApp, por conveniencia, en mayo de 2022. Se tomaron en cuenta sólo personas residentes en Paraguay, con un trabajo laboral y, participación voluntaria. Los resultados teniendo en cuenta las mayores frecuencia de respuestas en la modalidad presencial son: en cuanto a ventaja mayor facilidad para la integración de nuevos miembros (x :4,24) y desventajas mayor aumento de costos en los suministros de las oficinas (x :4,62). En cuanto a la modalidad home office, la ventaja mayor aprovechamiento de la Tecnología (x : 4,61) y desventaja mayor falta de límites en el horario de trabajo (x :4,09). Se concluye que las personas prefieren trabajar bajo la modalidad homeoffice pero tampoco descartan la posibilidad de hacerlo de forma mixta. Las empresas deberían de buscar la mejor metodología de trabajo para sus colaboradores, especialmente aquellas que ocupan a la generación millennials, quienes ya no desean volver a realizar trabajos full time.</p> <p>Palabras clave: Home office, presencial, modalidad de trabajo, preferencias, trabajadores, Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Gestión Estratégica Empresarial y de Recursos Humanos
Carrera / Materia / 2022	Virtual Lic. en Administración de Empresas

Título	Diagnóstico ergonómico en colaboradores de una universidad privada de Paraguay, 2022
Autores (Alumnos)	Jesús Antonio González Caballero
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung.
Resumen	<p>La investigación tiene como objetivo realizar un diagnóstico ergonómico en colaboradores de una universidad privada de Paraguay, 2022. Se basó en un enfoque cuantitativo de corte transversal y descriptivo. La población consistió en 150 funcionarios cuya muestra de 109 participantes se calculó bajo un 95% de nivel de confianza, 5% margen de error y 50% grado de heterogeneidad. Se obtuvo 102 (93,5%) como tasa de respuesta y se descartaron 13 (12,7%) por haber dejado incompleto el cuestionario, quedando finalmente con 89 respuestas pl análisis. Los criterios de inclusión fueron: estar como colaborador activo de la institución y con participación voluntaria. Se utilizó la encuesta mediante un cuestionario compuesto por 11 dimensiones y 39 ítems enviado vía WhatsApp por conveniencia en junio de 2022. Se utilizó la escala de Likert de 4 puntos. Los resultados más relevantes fueron que las dimensiones Condiciones Físicos y Ambientales (:2,3), Posición de Trabajo (:1,9), Frecuencia de Trabajo (:1,6), Consecuencias de una mala Postura – Corporal (:2,2) y Consecuencia de una mala Postura – visual (:2,0) fueron clasificados como Muy desfavorable. Mientras que Condiciones de Trabajo (:2,7), Estado de Salud (:2,5), Condiciones Internas Personales (:2,7), Políticas y Procedimientos del lugar de trabajo (:2,9) y Materiales de Trabajo Ergonómico (:2,5) en Desfavorable y Normativa de Salud y Seguridad en el lugar de trabajo (:3,6) en Muy favorable. Se concluye que existen bastantes repercusiones negativas en la universidad analizada. La implementación de los planes de mejoras como reforzamientos dependería de la situación y recursos disponibles de la universidad.</p> <p>Palabras clave: Ergonomía, enfermedades profesionales, condición laboral, salud ocupacional, Universidad, Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Proceso de Administración de Recursos Humanos
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Gestión de Recursos Humanos

Título	La planta hotelera de la ciudad de Asunción, Paraguay, y su capacidad para el desarrollo del Turismo de Reuniones, mediante el análisis de sus páginas webs, en el año 2022
Autores (Alumnos)	Rodolfo León
Docente Asesor	Hernán Suty
Resumen	<p>La investigación tiene como propósito determinar la capacidad hotelera de la Ciudad de Asunción para el desarrollo del Turismo de Reuniones, la misma se basó en un estudio cuantitativo, de tipo no experimental, corte trasversal y descriptiva, la población estuvo constituida por un total de 110 establecimientos de alojamientos, de los cuales se tomó una muestra no probabilista e intencional de 36 establecimientos que cumplían con los criterios de inclusión de ser un establecimiento de alojamiento turístico, ubicado en la ciudad de Asunción, registrado en REGISTUR y con estado en funcionamiento. La técnica de recolección de datos fue mediante la observación y análisis documental cuyos instrumentos estuvieron constituidos por documentos oficiales y páginas web, así como una ficha de registro estructurada compuesta por 04 variables, clasificadas en: datos generales (3), Servicios ofrecidos (6), capacidad de instalaciones y equipamientos (4) y tipos de reuniones (3). Los resultados principales muestran que de los 36 hoteles analizados solo 26 de ellos (72%) ofrecen algún servicio relacionado con el Turismo de Reuniones, los principales servicios ofrecidos son banquetes –A&B e internet (100%), seguido de personal de apoyo para los eventos (88%) y servicios audiovisuales (85%), el total de capacidad es de 5937 participantes aproximadamente y los tipos de reuniones desarrolladas son principalmente el de Negocios (92%), por lo que se concluye que la capacidad hotelera de la ciudad de Asunción es bastante amplia y permite cubrir la demanda de este segmento de mercado.</p> <p>Palabras claves: Turismo de reuniones, capacidad hotelera, Segmento MICE.</p>
Línea de Investigación	Gestión de Turismo y Hotelería.
Carrera / Materia/ 2022	Virtual Lic. en Gestión de Hotelería y Turismo

Título	Factores que influyen en la elección de alojamientos en la zona de la Triple Frontera: Foz de Yguazú, Puerto Yguazú y Ciudad del Este, año 2022
Autores (Alumnos)	María Liz Barijhó
Docente Asesor	Lic. Hernán Suty
Resumen	<p>El presente trabajo de investigación indaga sobre los factores que influyen en la elección de alojamientos en la zona de la Triple Frontera: Foz de Yguazú, Puerto Yguazú y Ciudad del Este en el año 2022. El trabajo se basa en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. La población de estudio la constituyen un aproximado de 1.600.000 turistas que visitan la zona de la Triple Frontera. El tamaño de la muestra fue de 97 turistas, con un nivel de confianza del 90%, un margen de error del 10% y un grado de heterogeneidad del 50%. La recolección de los datos fue a través de una encuesta llevada a cabo en el mes de octubre del 2022, compuesta por 7 preguntas semi estructuradas. Los criterios de inclusión considerados fueron: ser turistas, pernoctar en algún medio de alojamiento en la zona de la Triple Frontera, durante los días 1al 23 de octubre y acceder de manera voluntaria a la encuesta. Se excluyen los residentes locales, turistas que se encuentran de paso por la zona y aquellos que no se alojan en un sistema de alojamiento turístico. Los principales resultados muestran que el mayor porcentaje de turistas que visitó la zona de la Triple Frontera en el periodo de estudio fue el paraguayo (79.3%), las principales motivaciones se centran en actividades de ocio y vacaciones (67.9%), el mayor porcentaje de los turistas se encontraban alojados en Ciudad del Este (47%) y siendo el precio (53.8%), la cercanía a los principales atractivos (43.1%) y la calidad (42.5%) los factores principales que determinaron la elección del alojamiento. Se concluye por tanto que estos son los factores predominantes al momento de elegir donde hospedarse en la zona de la Triple Frontera, por lo que es conveniente siempre cuidar la calidad del servicio y la relación precio calidad en los establecimientos de alojamiento turísticos.</p> <p>Palabras Claves: Triple Frontera, factores decisivos, alojamientos, destinos turísticos.</p>
Línea de Investigación	Hotelería
Carrera / Materia / 2022	Virtual Lic. en Gestión de Hotelería y Turismo

Título	Mercosur: Homologación de certificaciones internacionales
Autores (Alumnos)	Arturo Misael González Arandi, Adriana Carolina Sánchez Urresta, Damaris Nicole Sánchez Urresta.
Docente Asesor	Verónica Benítez Galeano
Resumen	<p>Considerando lo expuesto sobre la importancia que tiene la Homologación de Certificaciones Internacionales para la comercialización de los productos a nivel externo, el realizar un trabajo en éste sentido en forma individual no sería la mejor decisión, por ello los foros que se vienen dando por los países pertenecientes a Mercosur para lograr una gran fuerza de aceptación, especialmente en la Unión Europea, mercado en el cuál Paraguay aún no es considerado como un país con un Sistema Productivo Sustentable, motivo por el cual resulta eminentemente necesario y elemental que en Mercosur , se tome las decisiones necesarias y urgentes para consolidar éstas certificaciones internacionales, las mismas que en resumen una vez aceptadas, serían el punto de partida para la incursión en el Comercio Internacional más importante en los mercados mucho más exigentes e importes del mundo. La recolección de datos fue realizada por medio de una revisión bibliográfica, la misma fue caracterizada por el análisis de documentos, informes y artículos relacionados a la homologación de certificaciones internacionales. Teniendo en cuenta que la investigación responde a un enfoque cualitativo, la misma se centró en la búsqueda de datos, análisis documentales y estadísticos previos con características similares a nuestra temática de estudio con la finalidad de lograr realizar las interpretaciones y comparaciones planteadas.</p> <p>Palabras claves: Homologación, Mercosur, Certificación.</p>
Línea de Investigación	Normativas y Aspectos legales del Comercio
Carrera / Materia / 2022	Virtual Lic. en Comercio Internacional

Título	Maquila: Beneficios para los inversionistas nacionales y extranjeros
Autores (Alumnos)	Gabriela Monserrat Aguilera Ruiz, Daniela Fariña Giménez, Anika Sofia Zarske Ens.
Docente Asesor	Verónica Benítez Galeano
Resumen	<p>Se propone una investigación cualitativa con un diseño no experimental de tipo documental con la finalidad de identificar los beneficios que otorga el régimen de maquila a los inversionistas nacionales y extranjeros. La población estuvo constituida por un conjunto de documentos, informes, artículos relacionados al régimen de maquila y los beneficios que otorga en la república del Paraguay, siendo la técnica utilizada la revisión de fuentes secundarias de información como los informes y los artículos referentes. Se ha encontrado que el régimen de maquila ofrece una serie de beneficios para inversionistas tanto nacionales como extranjeros contribuyendo así que este tipo de industrias se instalen en el territorio paraguayo.</p> <p>Palabras claves: Maquila- Inversionistas- Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Comercio Exterior y Logística
Carrera / Materia / 2022	Virtual Lic. en Comercio Internacional

Título	Análisis de las carreras universitarias de contabilidad en Paraguay vigentes al 2020
Investigadores	Ariel La Paz Lillo, Katherin Arrúa, Sabel Gallardo.
Resumen	<p>La formación de un profesional contable requiere el conocimiento y dominio de técnicas que le permitan desempeñar su labor en concordancia con las necesidades actuales. Para analizar las características de formación de los contadores en el Paraguay, este estudio presenta un marco ontológico, y un enfoque cualitativo para la revisión de información disponible públicamente sobre el perfil de egreso y plan de estudios de la oferta universitaria actual. Los resultados del análisis muestran características importantes en cuanto al objetivo educativo, competencias técnicas/transversales, de productos y dominios que sobresalen en la formación del profesional contable. Además, se compara el perfil de egreso y las áreas de formación contempladas en los planes de estudio. Se observa una formación generalista, con predominio de habilidades técnicas de contabilidad y auditoría, además de las áreas de administración y operación, pero escasez de asignaturas que permitan hacer frente al cambio digital que hoy día domina el comercio y la economía mundial. La formación del contador en Paraguay debería acompañar el crecimiento y desarrollo que se requiere en diferentes áreas en donde su aporte es fundamental, en ese sentido es importante analizar las habilidades que deben adquirir en su proceso de formación.</p> <p>PALABRAS CLAVE: contabilidad, contaduría, malla curricular, perfil de egreso.</p>
Línea de Investigación	Formación e impacto social
Carrera / Materia / 2022	FACEA

Título	“Hecho en Paraguay”, pero ¿es preferido por los Paraguayos?
Investigadores	<p>Michael J. Pisani, Universidad Central de Michigan. Alcides G. Cáceres Zárate, Investigador Independiente. Katherine Arrua, Universidad Americana. Vit Bubak, Universidad Paraguayo Alemana. Gabriel Pereira, Universidad Americana. Ana Lucía Mendoza, Investigador Independiente. Silvio Eduardo Becker, Universidad Americana.</p>
Resumen	<p>Desde abril hasta principios de julio de 2022, 486 consumidores paraguayos, en su mayoría de clase media y alta, compartieron sus opiniones sobre las preferencias de consumo de productos importados frente a los nacionales. Este breve informe destaca los resultados de tres áreas de exploración: etnocentrismo, animosidad y xenocentrismo del consumidor. En resumen, los consumidores paraguayos son relativamente abiertos a los productos fabricados en el extranjero, menos que los brasileños pero más que los peruanos. Los consumidores paraguayos no son excesivamente hostiles hacia los productos fabricados en Argentina, Brasil, China o Estados Unidos. Sin embargo, si se compara relativamente, los productos de China y EE. UU. suscitan menos animosidad entre los consumidores paraguayos que los productos de Argentina o Brasil. Además, los consumidores paraguayos pueden “reducir” el valor de los productos de origen local (xenocentrismo del consumidor) frente a los productos extranjeros debido a la creencia de que los productos producidos en Paraguay son inferiores.</p>
Línea de Investigación	Comportamiento del consumidor: perspectiva social, ética, jurídica y ambiental
Carrera / Materia / 2022	FACEA

Título	Autoevaluación de carreras del área de Ciencias Comerciales de la Universidad Americana
Investigadores	Katherin Arrua, Viviana Jiménez.
Resumen	<p>El objetivo de este estudio es describir el proceso de evaluación de la calidad académica para las carreras del área de Ciencias Comerciales, como un procedimiento dinámico y complejo que permite el mejoramiento continuo en la Universidad Americana, mediante el compromiso y la participación de toda la comunidad académica, esto asegura y promueve la cultura de calidad en todos los estamentos que conforman este nivel educativo. Se analiza el proceso de autoevaluación teniendo en cuenta los criterios establecidos por la ANEAES, como etapa inicial de la evaluación y certificación de la calidad académica de las carreras de grado. Por último, se concluye que la evaluación y acreditación de calidad académica fortalece a las carreras y a la institución permitiendo la aplicación de un plan de mejoras y la instalación de la cultura de calidad que arroja como tal el mejoramiento continuo que lleva a la excelencia en la educación superior.</p> <p>Palabras clave: Autoevaluación, Ciencias Comerciales, calidad académica, Educación Superior, Acreditación.</p>
Línea de Investigación	Formación e impacto social
Carrera / Materia / 2022	FACEA

Título	Condiciones de los estudiantes de la educación superior en tiempo de COVID-19
Investigadores	<p>María De las Nieves Montiel, Instituto de Educación Superior (INAES, Paraguay).</p> <p>Roberto Fonseca Feris, Universidad Americana (Paraguay).</p> <p>Katherin Arrúa Jacquet, Universidad Americana (Paraguay).</p>
Resumen	<p>Este estudio tiene el objetivo de describir las condiciones psicológicas y pedagógicas de los estudiantes de educación superior para enfrentar la formación bajo la modalidad a distancia en el contexto de la pandemia por el virus COVID-19. La metodología responde al enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal, de tipo descriptivo. La recolección de los datos se realizó mediante la aplicación de un cuestionario cerrado, la muestra consistió en 426 estudiantes. El tipo de muestreo fue no probabilístico, por muestras en cadena o por redes. Los hallazgos demuestran que la pandemia Covid-19 afectó emocionalmente la mayor parte de la población encuestada, floreciendo actitudes como la ansiedad, frustración, cansancio, falta de motivación, aburrimiento, no obstante, adoptaron medidas de contención emocional y desarrollaron habilidades blandas. En general, cuentan con los recursos tecnológicos necesarios, así como los espacios físicos y las habilidades para el desarrollo de las clases virtuales; sin embargo, les cuesta comprender las guías didácticas y consideran extensos los trabajos orientados por los docentes. Igualmente, se ha encontrado una población minoritaria que no cuenta con las condiciones requeridas para el desarrollo de la educación a distancia.</p> <p>Palabras clave: Educación Superior, Instituciones de Educación Superior (IES), Pandemia, COVID-19, Condiciones pedagógica.</p>
Línea de Investigación	Desarrollo humano y organizacional
Carrera / Materia / 2022	FACEA

Título	De la presencialidad a la virtualidad. Impacto de la pandemia de COVID-19 en los estudiantes de educación superior, Asunción, 2020
Investigadores	<p>María De las Nieves Montiel, Instituto de Educación Superior (INAES, Paraguay).</p> <p>Roberto Fonseca Feris, Universidad Americana (Paraguay).</p> <p>Katherin Arrúa Jacquet, Universidad Americana (Paraguay).</p>
Resumen	<p>Se presenta una aproximación a las condiciones de los estudiantes de las IES (Instituciones de Educación Superior) durante la migración de la educación presencial a la educación a distancia en tiempos de pandemia COVID-19. El estudio respondió a un enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental, transversal. La recolección de los datos se realizó a través de una encuesta que se aplicó a la muestra compuesta por 426 estudiantes. El tipo de muestreo fue no probabilístico, en cadena o por redes. Los resultados demostraron que los estudiantes cuentan con el apoyo de sus familias para enfrentar los gastos relacionados a su formación como pago de internet, telefonía y cuotas mensuales de la institución formadora. No obstante, un número menor se encuentra afectado por la crisis económica. El 74 % de los estudiantes contaron con los recursos tecnológicos (computadora o teléfono) para el desarrollo de las actividades formativas, y el 78,4 % con el espacio físico adecuado en el hogar, sin embargo, la dificultad principal fue el acceso a internet, donde el 41,8 % manifestó que es regular. Por otro lado, el 24 % de los estudiantes expuso no tener condiciones para acceder a internet</p> <p>Palabras clave: Educación superior, estudiantes, pandemia de Covid-19, educación a distancia.</p>
Línea de Investigación	Diseño y Educación
Carrera / Materia / 2022	FACEA

Título	Adaptación y transición en estudiantes de Educación Superior ante la pandemia del COVID-19
Investigadores	María De las Nieves Montiel, Instituto de Educación Superior (INAES, Paraguay). Roberto Fonseca Feris, Universidad Americana (Paraguay). Katherin Arrúa Jacquet, Universidad Americana (Paraguay).
Resumen	<p>La transición de los estudiantes de educación superior ante la pandemia del COVID-19 es parte de la dinámica educativa actual. En este artículo se analizan las condiciones socioeconómicas y pedagógicas de los estudiantes en dos etapas: al inicio de la emergencia sanitaria y transcurrido un año. Se emplea una metodología de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental-longitudinal de tendencia. La recolección de los datos se realizó mediante la aplicación de un cuestionario cerrado y la muestra se conformó por 426 estudiantes en el año 2020 y 480 estudiantes en el año 2021. El muestreo fue no probabilístico, por muestras en cadena en tres instituciones de Paraguay: Universidad Americana, Instituto Nacional de Educación Superior Dr. Raúl Peña y Conservatorio Nacional de Música. Con los resultados se demostró que los estudiantes al transitar de un año a otro de la pandemia se adaptaron mayoritariamente a las condiciones socioeconómicas y pedagógicas; se apreciaron mejoras en el acceso a los equipos tecnológicos, el acceso al servicio de internet y las habilidades académicas, así como en el manejo de los recursos digitales y la plataforma; sin embargo, la calidad de la conexión y los constantes cortes de la energía eléctrica tomaron notoriedad como dificultades.</p> <p>Palabras claves: estudiantes; universidad; pandemia COVID-19; calidad de la educación; recursos financieros</p>
Línea de Investigación	Desarrollo humano y organizacional
Carrera / Materia / 2022	FACEA

Título	Vocación turística de los puestos de ventas de hierbas medicinales del Paraguay, en el Mercado Municipal de la ciudad de Limpio, en el periodo 2021.
Autores (Alumnos)	Carolina Beatriz Espínola-Portillo, Fabiola Sánchez-Bobadilla, Hernán Isidro Suty Segovia
Docente Asesor	Hernán Isidro Suty-Segovia
Resumen	<p>La investigación pretende determinar si los puestos de ventas de plantas medicinales, del Mercado Municipal de la ciudad de Limpio cuentan con potencialidad turística para ser valorizados como atractivos y sirvan de herramienta para la reducción de la pobreza contribuyendo así a los ODS 2030. El estudio es de tipo cualitativo, diseño no experimental, corte transaccional y exploratoria. La técnica, una entrevista semiestructurada compuesta por diecisiete preguntas para comerciantes y ocho a expertos, en junio de 2021. Como criterios de inclusión la participación voluntaria, ser dueño o encargado de los puestos y ser especialista en Planificación Turística y Cultura. Los resultados demuestran la existencia de interés y el potencial de los puestos, prácticas y saberes de la cultura del pohã ñana, siempre que se ejecuten acciones tales como: adecuación del espacio para recepción de visitantes, su integración al mercado municipal, concienciación, capacitación y promoción con fines turísticos sobre el uso de las plantas medicinales.</p> <p>Palabras clave: Puestos de ventas, hierbas medicinales, potencial turístico.</p>
Línea de Investigación	Inteligencia Turística
Carrera / Materia / 2022	Licenciatura en Gestión de Turismo y Hotelería

Título	Optimización del Facebook en alojamientos del departamento de Paraguarí en Paraguay, 2021
Autores (Alumnos)	Rosa Beatriz Bareiro Paredes
Docente Asesor	Hernán Isidro Suty Segovia
Resumen	<p>La investigación reside en analizar si las publicaciones en las páginas del Facebook de los prestadores de servicios de alojamiento del departamento de Paraguarí cumplen con algunos criterios para optimizar su presencia en red social y obtener mayor cantidad de seguidores. Se basó en un estudio cuantitativo de corte transversal y nivel descriptivo. La población estudiada consistió en 16 establecimientos inscriptos a octubre de 2021 en REGISTUR. Como criterios de inclusión se estableció que brinden alojamiento, cuenten con la red social Facebook, y no ser posadas turísticas. Se utilizó como instrumento de recolección de datos una lista de cotejo (13 criterios distribuidos en 3 variables): Publicaciones de Estado (6), Publicaciones de Imágenes (4) y Publicaciones de Enlaces (3). Los resultados más resaltantes denotan que las páginas del Facebook son usadas mayormente para subir imágenes (77%), en menor medida consideran importante la publicación de estados (37%) y es casi nulo el uso de enlaces –vinculación a otros sitios webs (7%). Se concluye que no se consideran los aspectos principales para optimizar la presencia de las empresas en la red social Facebook, probablemente por desconocimiento de las utilidades y usos de la misma, de manera a aumentar la visibilidad de sus establecimientos.</p> <p>Palabras Claves: redes sociales; servicios; turismo; industria turística; sector terciario; Paraguay.</p>
Línea de Investigación	Técnicas de Mercado
Carrera / Materia / 2022	Licenciatura en Gestión de Turismo y Hotelería

Título	Impactos generados por la actividad turística en el desarrollo local del Municipio de Yaguarón, desde el año 2010 al 2020.
Autores (Alumnos)	Cáceres Ocampos, Yudith del Carmen.
Docente Asesor	Sutty Segovia, Hernán Isidro, Sánchez Bobadilla, Fabiola, Leiva Ojeda, Miguel Ardenis
Resumen	<p>La presente investigación tiene como objetivo determinar el impacto generado por la actividad turística respecto al desarrollo local del municipio de Yaguarón desde el año 2010 al 2020. La misma es un estudio con enfoque mixto, de diseño no experimental con corte transversal, el tipo de investigación es exploratoria-descriptiva. La recolección de datos se basó en las técnicas de entrevista y encuesta, con sus respectivos instrumentos, la guía de preguntas y el cuestionario estructurado. La población estuvo conformada por actores locales –referentes en el ámbito turístico de la localidad – y prestadores de servicios turísticos dueños de establecimientos de alojamientos, alimentos y bebidas, guías locales y artesanos. Los principales resultados demuestran que gracias al desarrollo de las actividades turísticas en la localidad los pobladores, se han visto beneficiados principalmente gracias a la generación de ingresos (40%), capacitaciones (20%) y creación de nuevos puestos de trabajo (15%), así mismo se ha revalorizado la historia y cultura local y contribuido al arraigo de la población más joven, esto se ha debido principalmente gracias a la puesta en marcha de proyectos para la puesta en valor del Cerro Yaguarón (25%) y la creación de circuitos turísticos (25%). No obstante, también se deben considerar algunos impactos negativos producto de la actividad turística, reflejados especialmente en la contaminación (31%) y la inseguridad (31%). Por lo que se estima que es necesario considerar todos los factores involucrados en el desarrollo local, como ser: el medioambiente, la sociedad, cultura y economía local, para contribuir con los objetivos de desarrollo sostenible.</p> <p>Palabras clave: Impactos, desarrollo local, actividad turística.</p>
Línea de Investigación	Inteligencia Turística
Carrera / Materia / 2022	Licenciatura en Gestión de Turismo y Hotelería

Título	Análisis del impacto de la falta de normativas jurídicas en cuanto a la utilización de criptomonedas en el Paraguay
Autores (Alumnos)	Liz Johana Benítez Cuenca (Contaduría Pública) Karen Ayelen González Armoa (Contaduría Pública) Leila Estela Serafini González (Contaduría Pública) María Raquel Ibarra de Ramírez Miguel Ángel Alegre Brítez (Externo) Chap Kau Kwan Chung.
Docente Asesor	Álvaro Gabriel Benítez Quiñonez
Resumen	<p>El trabajo tiene como objetivo analizar el impacto de la falta de normativas jurídicas en cuanto a la utilización de Criptomonedas en el Paraguay. Se enfocó a una investigación cualitativa de corte transversal, exploratorio y descriptivo. La recolección de datos se realizó en el 2022 mediante la revisión bibliográfica de documentos (libros, tesis y artículos científicos). Los criterios de inclusión fueron: fuentes bibliográficas relacionadas al tema de las Criptomonedas y otros aspectos relacionados a ella, tanto en el contexto nacional como internacional. Los resultados más relevantes fueron: las Criptomonedas no dependen de ningún estado puesto que no existe una legislación que regule su uso y su valor podría llegar a ser nulo de un día para otro. Asimismo, es considerado muy cambiante y de alta volatilidad, donde sumando a las fallas informáticas eventuales pueden generar poca transparencia sirviendo de esta manera a la posibilidad de fraudes y evasión de impuestos. Se concluye que Paraguay tiene posibilidades de avanzar económicamente a través de los nuevos medios virtuales, siempre y cuando cuente con leyes jurídicas que regule su uso en el mercado nacional.</p> <p>Palabras clave: Criptomonedas, Bitcoins, leyes jurídicas, Paraguay</p>
Línea de Investigación	Legislación
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Titulo	El impacto de la deforestación y la necesidad del análisis ambiental The impact of deforestation and the need for environmental analysis
Autores (Alumnos)	Nancy Patricia Villalba Gaona (Contaduría Pública) Yoselin Marisol Aguilera Arriola (Contaduría Pública) Ángeles Gabriela Ferreira Galeano (Contaduría Pública) María Raquel Ibarra de Ramírez Myrna Ruiz Díaz Chap Kau Kwan Chung
Docente Asesor	Ruth Carolina Cañete Caballero
Resumen	<p>La deforestación, se produce como consecuencia de la tala masiva de árboles u otro uso distinto de la tierra, en la actualidad es uno de los diez principales problemas del ambiente, provocado principalmente por el hombre como la agricultura, la ganadería, la urbanización y por fenómenos naturales sunamis, incendios forestales y parásitos. Así, la conservación de áreas verdes se torna tan necesaria y favorable para la conservación de la biodiversidad. Entre las consecuencias principales de la deforestación se citan el cambio climático, desertificación, contaminación atmosférica, degradación del suelo, déficit alimentario, pérdida del hábitat. Es transcendental que las instituciones públicas y privadas trabajen con los diferentes actores sociales de manera articulada y que todas las personas tomen conciencia de su papel en el cuidado del medioambiente. Con el fin de mermar los daños causados por la deforestación, dentro de este contexto, se analizan aspectos conceptuales, causas y acciones principales como la reforestación para el mantenimiento de bosques, prácticas sustentables de agricultura y ganadería como también la concientización para el cuidado y conservación de árboles y bosques.</p> <p>Palabras clave: Deforestación; reforestación; tala de árboles; bosques; oxigeno; problemática ambiental</p>
Línea de Investigación	Auditoría
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Título	La Norma Internacional de Control de Calidad y las Normativas impositivas vigentes en el Paraguay año 2022.
Autores (Alumnos)	Susana Gabriela Riveros Figueredo Yessica Carolina Páez Báez Celia Anahí Aveiro Brítez Sandra Margarita Benítez Sandoval Jessica Araceli Fleitas Paredes Alejandra Lorena Bruyn Jara Gisselle Belén Coronil Mendoza
Docente Asesor	Rossana Villalba
Resumen	<p>Este trabajo investigativo tiene como objetivo, analizar la Norma Internacional de Control de Calidad y la aplicación en las Normativas impositivas vigentes en el Paraguay año 2022.</p> <p>La metodología de la investigación fue de diseño no experimental, descriptivo, enfoque cualitativo, con corte transversal.</p> <p>Con la finalidad de cumplir con el objetivo propuesto en la investigación se realiza la revisión bibliográfica que se encaró de la siguiente manera mencionar las normativas o reglamentaciones seguido de un breve comentario sobre el tema y así desarrollando en forma narrativa una exposición de los temas con ejemplificaciones, conceptos en lo referente a las normas de Auditoría y aplicación en Paraguay.</p> <p>Se concluye, el presente análisis demuestra la aplicación de la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC), mediante las acciones de Estado Paraguayo, conforme a las leyes, reglamentos emanados por el Ministerio de Hacienda.</p>
Línea de Investigación	Auditoría
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Título	Hacia la construcción de una arquitectura sostenible en Paraguay Towards the construction of a sustainable architecture in Paraguay
Autores (Alumnos)	Ruth Carolina Cañete Caballero Ruth Isabel Sosa Toledo José David Pereira Martínez María Raquel Ibarra de Ramírez Chap Kau Kwan Chung Myrna Ruiz Diaz Vega
Docente Asesor	Ruth Carolina Cañete Caballero
Resumen	<p>La construcción de edificios junto con el transporte y la industria son las principales causantes de la emisión excesiva de dióxido de carbono afectando la sostenibilidad del planeta tierra, considerándose como una de las grandes amenazas provocadas principalmente por el hombre. Ante este impacto negativo al medioambiente, se tornan imprescindibles los arquitectos, ingenieros y todo profesional del área con consciencia ambiental y respetuosos con la naturaleza, que mediante la incorporación de métodos y estrategias sustentables para la construcción generen cambios en la sociedad y mejoren la calidad de vida de la población. Con este artículo se busca promover una arquitectura más ecológica, mediante conceptos, normativas, estrategias de arquitecturas sostenibles que mejoren el diseño, eficiencia y la calidad de las edificaciones a través del uso racional de los recursos naturales especialmente energía y agua, gestión de residuos hacia la mitigación del impacto ambiental directo e indirecto. Palabras claves: construcción; medio ambiente; impacto ambiental; conservación; degradación del suelo; sostenible.</p>
Línea de Investigación	Auditoria
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Titulo	Proyecto de responsabilidad social universitaria enfocada al asesoramiento de posadas turísticas para el acceso al préstamo financiero línea de crédito fidecomiso concedido por el banco nacional de fomento, Paraguay.
Investigadores	María Raquel Ibarra de Ramírez Mariela Edith Gómez Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>El objetivo del estudio es asesorar a posadas turísticas para el acceso al préstamo financiero Línea de Crédito Fidecomiso concedido por el Banco Nacional de Fomento (BNF) en el Paraguay. Se basó en un estudio de intervención cuasi-experimental en 14 posadas turísticas localizadas en el territorio nacional. El proceso de asesoría consistió en tres fases a saber: basal (incluyendo una charla informativa virtual y una encuesta a los participantes); intervención (armado de las carpetas) y; final (obtención de la lista de beneficiados al crédito bancario). Se tuvo en cuenta tres variables en el instrumento de recolección de datos: socio demográfico de los participantes y del establecimiento; préstamos bancarios del BNF y percepción de utilidad sobre la charla informativa. Los resultados más relevantes fueron: 100% de los participantes son propietarios/dueños de las posadas; 93% forman parte del Gremio de Posadas Turísticas en Paraguay; 42,8% aseguran de necesitar de asesoría de gestión; 92,8% confirman tener la necesidad de realizar un préstamo para ampliar la infraestructura del local; 78,5% aseguran de necesitar de un gestor que ayude en el proceso de tramitación en el BNF y; 85,7% mencionan a la Universidad Americana como su gestor ideal. Se concluye que 2 posadas turísticas fueron beneficiadas con la Línea de Crédito Fidecomiso concedido por el BNF. Finalmente, la organización, coordinación y difusión del proyecto estuvieron a cargo de docentes y estudiantes de las carreras de Contaduría Pública, Gestión de Turismo y Hotelería y Gestión de Recursos Humanos de la Universidad Americana como parte de la extensión universitaria de impacto regional.</p> <p>Palabras clave: responsabilidad social universitaria; extensión universitaria; instituciones bancarias; créditos bancarios.</p>
Línea de Investigación	Contabilidad general, financiera y de gerencia
Carrera / Materia / 2022	Contaduría Pública

Título	Impacto del Marketing en el Ámbito Religioso
Investigadores	Mara Magali Espínola Núñez
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>El objetivo general de la investigación es analizar el Impacto del Marketing en el Ámbito Religioso. Se basó en un enfoque cualitativo de diseño no experimental, corte transversal y descriptivo. Se entrevistó a 20 personas por conveniencia mediante una guía de 10 preguntas abiertas enviada vía email en el 2022. Los resultados más relevantes fueron: 19 de los entrevistados practican la religión cristiana; confirman que su motivación proviene tanto del ámbito individual como grupal y la mayoría aceptan el uso del Marketing en la religión. Se concluye que el Marketing y la Religión se complementan y pueden ir de la mano, aunque se tengan objetivos diferentes, ambos tienden a cubrir las necesidades del ser humano expandiendo conocimientos e informaciones necesarias para su uso.</p>
Línea de Investigación	Sistemas y Métodos de Mercadeo
Carrera / Materia / 2022	Ingeniería en Marketing y Publicidad

Título	Análisis de los sitios web de las revistas digitales académicas y científicas paraguayas, año 2021
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung (UA) Martha Gómez Rojas (UP)
Resumen	<p>Objetivo: analizar los sitios web de las revistas digitales académicas y científicas paraguayas.</p> <p>Diseño/Metodología/Enfoque: Se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental, de corte transeccional, nivel exploratorio-descriptivo. Un total de 32 revistas fueron analizadas en mayo 2021. El instrumento fue un check list compuesto por 2 variables, 5 dimensiones y 18 indicadores adaptado de Abadal y Ruis y Web Accessibility Initiative.</p> <p>Resultados/Discusión: existencia de una gran brecha digital entre Adecuación al medio digital (64%) y Difusión e impacto (9%), otros con mayor frecuencia de respuestas obtuvieron la Accesibilidad/Usabilidad (72%), Ergonomía (67%), facilidad del acceso a la revista y apartados (100%), uso del PDF (97%), traductores de idiomas (53%) y uso del Facebook (41%). La única limitación fue la imposibilidad de analizar el 100% de las revistas por problemas técnicos de sus enlaces.</p> <p>Conclusiones: las revistas se encuentran en la primera etapa del proceso de adaptación tecnológica, y tendrán que ajustarse a las necesidades del momento cumpliendo con la dimensión de la difusión e impacto en un futuro cercano. Originalidad/Valor: Se centra en un estudio exploratorio y su revisión contiene un alcance de buscar la eficiencia de las revistas nacionales, en términos de adecuación al medio digital, difusión e impacto, enfocadas al área social.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Histórica revisión sistemática sobre el comercio electrónico en ISI – Web of Knowledge, 1997-2006.
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>El objetivo del estudio es realizar una histórica revisión sistemática sobre el comercio electrónico en ISI – Web of Knowledge, 1997- 2006. Se enfocó en una investigación cualitativa basado en el análisis documental mediante la revisión bibliográfica de las producciones relacionadas con los factores críticos de éxito del comercio electrónico. Se analizó 67 artículos clasificados en tres tipos de estudios: campo (50), casos (9) y conceptual (8). Los atributos analizados fueron: de campo (autor, año de publicación, título del artículo, país, sector y tipo, problema y objetivos del estudio, base teórica, tamaño de la muestra, métodos estadísticos, variables dependientes e independientes, técnicas de recolección de datos y conclusiones), de casos (autor, año de publicación, título del artículo, país, sector y tipo, números de casos, problema y objetivos del estudio, base teórica, caso pilotos, técnica de recolección de datos y conclusiones) y los conceptuales (autor, año de publicación y título de artículo y aportes). Los resultados más relevantes fueron: los estudios empíricos o de campo (75%) sobrepasan en términos de cantidades a los demás tipos de estudios (casos y conceptuales), con 13% y 12% respectivamente. Se concluye que existe una escasa cantidad de producciones en Latinoamérica sobre el e-commerce entre 1997-2006.</p>
Línea de Investigación	Administración y Gestión Empresarial
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Evolución de las Normas Internacionales de Información Financiera, periodo 2010-2020
Docente Asesor	Miguel Ángel Alegre Brítez (UNA) Chap Kau Kwan Chung (UA)
Resumen	<p>Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) tienen por finalidad que los estados financieros sean más precisos y estén en concordancia con los procesos contables. El objetivo es describir la evolución de las NIIF, periodo 2010-2020. Se realizó un análisis documental y entrevistas a 6 expertos de dichas normas, el instrumento contuvo 4 preguntas abiertas. Algunos resultados relevantes fueron: 1. La adopción y aplicación de las NIIF es largo y difícil, será necesario tomar acciones para adecuar los estados financieros a ellas y; 2. Las NIIF son un medio para mejorar la transparencia, la eficiencia y la seguridad de las transacciones. Se concluye que existe varios tipos de mecanismos para llegar a obtener un mayor entendimiento de las NIIF. Por lo tanto, las NIIF se han convertido en una herramienta importante para generar información más precisa, transparente y adecuada para comparar los estados financieros.</p>
Línea de Investigación	Administración Financiera
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Fundamentación Metodológica del Grupo Focal en la Educación Superior
Docente Asesor	Miguel Ángel Alegre Brítez (UNA) Chap Kau Kwan Chung (UA)
Resumen	<p>El objetivo es describir la fundamentación metodológica del grupo focal como una técnica de recolección de datos dentro en un estudio de investigación científica. La investigación tuvo un enfoque cualitativo con diseño fenomenológico. Se seleccionaron 10 personas para el grupo focal, 5 hombres y 5 mujeres, profesionales de distintas disciplinas que trabajan en educación superior de Paraguay con 10 años de experiencia como mínimo en educación e investigación científica. El instrumento de recolección de datos estuvo conformado por 5 preguntas abiertas y realizada en noviembre del 2020. El resultado más relevante trata sobre la importancia de realizar correctamente el grupo focal donde se requiere de mucha paciencia, recursos humanos y sobre todo el know how de cómo implementarlo. Se concluye que el grupo focal es una técnica muy utilizada en cualquier ámbito y su correcta implementación podrá enriquecer el trabajo académico, científico como empresarial.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Percepción De Los Contadores Públicos Sobre La Auditoría Forense Y La Prevención De Lavado De Activos En La Ciudad De Asunción-Paraguay, Año 2020
Autor Docente	Chap Kau Kwan Chung (UA) Miguel Ángel Alegre Brítez (UNA)
Resumen	<p>El objetivo de esta investigación fue describir la percepción de los contadores públicos sobre la auditoría forense y la prevención del lavado de activos en la ciudad de Asunción, Paraguay, año 2020. En cuanto a la metodología se tomó una muestra no probabilística e intencional de 475 contadores públicos de la ciudad mencionada para conocer su percepción sobre el objeto de estudio. A estos se les aplicó un cuestionario conformado por 10 preguntas cerradas. Dicho cuestionario fue confeccionado mediante Formulario de Google. El procesamiento de los datos se hizo con Microsoft Excel 365 aplicando estadística descriptiva. Como resultados principales se tienen: a) El 78% de los encuestados no tienen conocimiento sobre el rol del auditor forense y b) El 47 % creen que en la Auditoría Forense se requiere de profesionales con conocimientos especializados. La conclusión es que los contadores públicos de Asunción perciben como importante la auditoría forense en la prevención del lavado de activos.</p>
Línea de Investigación	Administración Financiera
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Administración de Empresas

Título	Percepción sobre el uso de las redes sociales como estrategia de marketing para las empresas
Autor Alumnos	Diana Elizabeth Colman Areco Esteban Ariel Insfrán Fernández Carlos Manuel Espinoza Miranda
Autor Docente	Chap Kau Kwan Chung Silvio Eduardo Becker
Resumen	<p>El presente trabajo tiene como objetivo general determinar el uso de las redes sociales como estrategia de marketing. El mismo se abordó desde un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. La muestra que se analizó estuvo conformada por 90 personas las cuales responden al tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, siendo el criterio de inclusión el uso frecuente de las redes sociales. El instrumento de recolección de datos estuvo constituido por un cuestionario compuesto por 10 preguntas cerradas y 1 abierta, que fue enviado a través de la aplicación WhatsApp a los participantes. Los resultados más relevantes fueron: el 71.1% de los encuestados considera que las redes sociales influyen de alguna manera en la vida diaria y en el comportamiento de compra, el 90% cree que la publicidad en redes es útil y efectiva como estrategia de comunicación. Las redes sociales con mayor impacto y uso son, en el siguiente orden de importancia: Instagram, Facebook y WhatsApp. Se concluye que las redes sociales sirven de apoyo estrategia de marketing para las empresas.</p>
Línea de Investigación	Técnica de información del Marketing
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Marketing

Título	Percepción sobre el uso de las redes sociales como estrategia de marketing para las empresas
Autores (Alumnos)	Isabel Nohemi Caceres Malena Ailén Méndez Gómez Adán Mauricio Alarcón Meza
Autor Docente	Chap Kau Kwan Chung Silvio Eduardo Becker
Resumen	<p>La Secretaría Nacional de Tecnologías de la Información y Comunicación SENATICS, la empresa First Análisis y Latamclick presentaron el análisis de las PYMES que utilizan las redes para publicitar sus emprendimientos y por esta razón que hoy mostramos algunos datos. Nos encontramos que el 84% de las pequeñas empresas no aprovechan el comercio electrónico. A pesar de esto, se evidencia que, solo el 16% de las pequeñas empresas o microempresas está aprovechando el uso de la publicidad, una muy baja tasa. Las posibilidades y ventajas de contar con publicidad sea cual sea el tamaño de la empresa son enormes y ha demostrado ser indispensable en la actualidad para el crecimiento de las empresas. La información se recolectó mediante una guía de preguntas validada por la profesora del área. La misma se basó en 9 preguntas realizadas a 10 microempresarios, donde el 90% afirmaron realizar publicidad a sus emprendimientos y 10% no lo hace. No obstante el 40% es activo en redes sociales y 20% no lo es o trata de serlo. Se concluye que, el 90% de los encuestados cuenta con redes sociales para la promoción de su emprendimiento, aun así solo el 40% , una baja tasa, de los microempresarios es activo en las publicaciones que realiza. La inactividad o falta de redes sociales como parte de la estrategia de marketing se debe más bien a fuerzas internas que externas, es decir, la falta de know-how para desarrollar las promociones, la falta de recursos para la creación de publicaciones, falta de tiempo para manejar las redes sociales y poco personal para la realización de varias tareas son algunos de los factores que impiden la actividad constante en redes. Las posibilidades y ventajas de realizar constante promoción de la microempresa son enormes y el uso de redes sociales ha demostrado ser indispensable en la actualidad. El marketing online ha experimentado un crecimiento asombroso en los últimos años y se considera uno de los elementos principales de cualquier tipo de empresa.</p>
Línea de Investigación	Técnica De Información Del Marketing
Carrera / Materia / 2022	Lic. en Marketing

Título	Cosméticos Naturales y su impacto en el mercado de Asunción
Autores (Alumnos)	Melanie Wlk Joana Lujan Villalba Acosta
Autor Docente	Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>El objetivo de este estudio de investigación es determinar el impacto comercial de los productos de cosméticos naturales en el mercado de Asunción. Se basó en un enfoque cualitativo de diseño no experimental, corte transversal y descriptivo. Se realizó tres entrevistas profundas de una media hora cada una cuyos criterios de inclusión fueron: gerentes de empresas de productos cosméticos naturales. El instrumento de recolección de datos estuvo compuesto por 10 preguntas abiertas y realizada vía Zoom. Los resultados más relevantes fueron: 1. los principales factores que determinan la demanda de los cosméticos naturales en Asunción y, 2. la percepción de los consumidores en la compra de estos productos. Se concluye que el rubro de venta de cosméticos naturales en el mercado de Asunción tiene una tendencia de crecimiento y se posiciona como una alternativa innovadora en la industria de cosméticos.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia/ 2022	Administración de empresas

Título	Aspectos motivacionales que impactan en el desempeño laboral de los estudiantes universitarios
Autores (Alumnos)	Fiorella Soto Larramendia Vanessa Sanabria Avila
Autor Docente	Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>Esta investigación busca identificar e informar a la comunidad estudiantil de la Universidad Americana acerca de los distintos aspectos motivacionales sociales que generen un aumento en la productividad del personal en las empresas. La investigación se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental de corte transversal y descriptivo. Se tomó una población de 59 estudiantes de la Universidad Americana – sede Asunción que realizan algún servicio en una empresa. Los datos fueron extraídos de la dicha Universidad, además la muestra tomada para el análisis fue de 25 estudiantes. El instrumento empleado consistió en unas encuestas de 10 preguntas con respuestas de opción múltiple y de forma reflexiva a los estudiantes de la carrera de Administración e Ing. Comercial de la materia de Desarrollo Organizacional. Los datos obtenidos de las encuestas fueron procesados mediante gráficos estadísticos, donde las preferencias que poseen estudiantes con respecto a los distintos tipos de incentivos, se destacaron las capacitaciones del 44%, reconocimientos del 20% y horarios flexibles del 28%. Concluyendo a través de los estudiantes lo indispensable que son los aspectos motivacionales en el crecimiento laboral.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia / 2022	Administración de empresas

Título	La Automatización en los Bancos del Paraguay
Autores (Alumnos)	Ana Lucia Vargas Stumpfs Marcos Staple
Docente Asesor	Chap Kau Kwan Chung
Resumen	<p>El propósito de la investigación realizada es demostrar como se utiliza la automatización en los bancos del Paraguay. Se ha basado en un enfoque cualitativo de diseño no experimental, corte transversal y descriptivo. Fueron encuestados 3 bancos reconocidos en el país residiendo en Asunción. El instrumento utilizado para recolección de datos fue de 5 preguntas, enviadas a través de la red social WhatsApp. Los resultados se vieron reflejados que la automatización en los bancos ha sido de gran efectividad y ha generado un rendimiento amplio en las operaciones bancarias. Solo un porcentaje menor se puede observar que la automatización han un lo ven como arriesgado y costoso de implementarlo, por ello, prefieren un mecanismo simple pero moderno sin generar mayores gastos. Con la finalización de esta investigación, podemos determinar que la automatización en los bancos de Paraguay está siendo un punto muy importante para el desarrollo e innovación de las diferentes operaciones bancarias, logrando así una nueva forma de trabajo mirando a un futuro con mayores oportunidades de crecimiento y conocimiento en los que será la era digital.</p>
Línea de Investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Carrera / Materia/ 2022	Administración de empresas