Revista Digital Semillero de la Investigación

I Edición

UNIDA PARAGUAY



Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial

COMITÉ EDITORIAL FEaDyS UNIDA

Prof. Dra. Yvonne Jacqueline Alarcón Villalobos
Decana

Prof. MSc. Esneide Denice Santacruz Almada

Prof. Dr. Alejandro Lezcano Mencia

Prof. Mag. Fátima Rocío Rodriguez Fromherz

REVISORA EXTERNA INTERNACIONAL

Prof. Dra. Karina Raquel Bartra Rivero
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

EQUIPO TÉCNICO

Lic. Alejandro Daniel Alcaraz Chávez
Maquetación

Ing. Micaela Arami Adorno Zaracho
Arte

Mag. Lorenzo Quintana Espínola
Traductor Guaraní

PRÓLOGO

La presente publicación de la Revista Semillero de Investigación I Edición – 2026, constituye una expresión concreta del compromiso institucional con la formación integral, la generación de conocimiento y el fortalecimiento de la cultura investigativa. En coherencia con la misión de la UNIDA, orientada a la formación de profesionales competentes, críticos y comprometidos con el desarrollo sostenible, esta publicación reafirma el valor de la investigación como eje transversal del proceso educativo.

En esta oportunidad, la revista adquiere un carácter particularmente significativo al ser elaborada por estudiantes de primer semestre de la Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial de la Universidad de la Integración de las Américas que se forman en entornos virtuales de aprendizaje. Este hecho evidencia no solo su temprana inserción en el quehacer científico, sino también la capacidad de nuestra unidad académica para promover experiencias formativas de calidad en escenarios mediados por tecnologías, garantizando el desarrollo de competencias investigativas desde los inicios de la vida universitaria.

Expresamos, en este sentido, nuestra profunda satisfacción ante este logro relevante, que deja testimonio del compromiso institucional con la innovación educativa y la mejora continua. Este resultado se alinea con los criterios de calidad establecidos por la ANEAES, especialmente en lo referente al fortalecimiento de la investigación, la pertinencia de los procesos formativos y la consolidación de entornos de aprendizaje que favorezcan la producción académica con rigor científico.

Cabe destacar que los estudiantes, lejos de asumir un rol pasivo, se constituyen en protagonistas activos del proceso de construcción del conocimiento, impulsados por la reflexión crítica, la indagación sistemática y la búsqueda de soluciones a problemáticas reales. Este proceso es acompañado por los docentes tutores de la asignatura de Metodología de la Investigación, quienes, con solvencia académica y vocación formativa, orientan el desarrollo de competencias investigativas bajo estándares de calidad y ética académica.

Asimismo, es fundamental reconocer el liderazgo de las autoridades académicas, cuyo accionar estratégico posibilita la implementación de iniciativas que fortalecen la investigación

formativa, en consonancia con las políticas institucionales y los lineamientos de aseguramiento de la calidad en la educación superior.

Los trabajos que integran esta edición reflejan el esfuerzo, la dedicación y el compromiso de nuestros estudiantes, así como la articulación efectiva entre docencia, investigación y extensión. Cada contribución representa un avance significativo en la consolidación de una cultura académica orientada a la producción de conocimiento pertinente y socialmente relevante.

Con esta publicación, la FEaDyS UNIDA reafirma su misión institucional y su adhesión a los principios de calidad promovidos por la ANEAES, consolidando espacios que promueven la formación de nuevos investigadores capaces de incidir positivamente en su entorno.

Dra. Yvonne Jacqueline Alarcón Villalobos

Decana Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial

Tengo el honor de presentar esta edición de la Revista Digital Semillero de la Investigación, una publicación que posee un valor singular dentro del ámbito universitario. Su importancia no radica únicamente en los temas abordados o en la diversidad de los trabajos reunidos, sino especialmente en quienes los hacen posibles: estudiantes que cursan su primer semestre de formación profesional. Los artículos incluidos se enmarcan en la primera edición de la revista y reflejan una variedad de temáticas de interés social, educativo, económico y empresarial desarrolladas por estudiantes de diversas carreras.

En una época en que la inmediatez suele desplazar a la reflexión profunda, resulta particularmente alentador encontrar jóvenes que comienzan a descubrir el valor de formular preguntas, buscar evidencias, analizar información y construir conocimiento con una mirada crítica. Sabemos que estos primeros acercamientos a la investigación representan tan solo el inicio de un camino que exigirá constancia, rigor y aprendizaje permanente. Sin embargo, también sabemos que toda trayectoria científica comienza con una inquietud, una idea y la voluntad de comprender mejor la realidad.

Por ello, esta revista constituye mucho más que un ejercicio académico. Es la expresión concreta de una apuesta institucional por la formación integral de sus estudiantes y por la construcción de una auténtica cultura investigativa desde los primeros momentos de la vida universitaria. Sembrar la semilla de la investigación en el primer semestre significa ofrecer a los futuros profesionales la oportunidad de desarrollar competencias fundamentales para interpretar su entorno, identificar problemas relevantes y contribuir a la generación de soluciones con fundamento científico. Los trabajos aquí presentados evidencian el entusiasmo, la creatividad y el compromiso de estudiantes que, acompañados por sus docentes, han asumido el desafío de aproximarse al conocimiento desde una perspectiva investigativa. Más allá de las limitaciones propias de quienes se encuentran en una etapa inicial de formación, cada contribución demuestra que el potencial investigador no surge de manera espontánea al final de una carrera, sino que se cultiva progresivamente a través de experiencias significativas como esta.

Deseo destacar asimismo el esfuerzo de la institución y del cuerpo docente por promover espacios que incentiven la curiosidad intelectual y el pensamiento crítico. Estas iniciativas representan una inversión estratégica en el futuro académico y profesional de los

estudiantes, así como en la consolidación de una comunidad universitaria comprometida con el conocimiento y la innovación.

Se celebra, por tanto, esta primera cosecha de un semillero que, sin duda, dará frutos cada vez más sólidos en los años venideros. Que las páginas de esta revista sean testimonio del comienzo de numerosas trayectorias investigadoras y que inspiren a las nuevas generaciones a descubrir que investigar es, ante todo, una forma de comprender el mundo para transformarlo.

Dra. Karina Raquel Bartra Rivero

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

La publicación de la Revista Semillero de Investigación I Edición – 2026 marca un paso sustantivo en la consolidación de la cultura científica de la Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial (FEaDyS) de la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA); esta obra reúne la producción académica generada por equipos multidisciplinarios de estudiantes pertenecientes a diversas carreras, quienes, a lo largo de su itinerario formativo en la asignatura de Metodología de la Investigación, lograron transformar la teoría metodológica en artículos académicos concluidos.

El camino recorrido no ha estado exento de dificultades; en las modalidades a distancia y semipresencial, articular equipos de trabajo colaborativo implica superar una distancia geográfica significativa mediante entornos virtuales de aprendizaje. Dicho contexto impone un desafío adicional en la gestión del tiempo, la comunicación asincrónica y la planificación colectiva. Por ello, los manuscritos que integran este volumen representan productos tangibles que, lejos de pretender una perfección dogmática, son esencialmente perfectibles: reflejan un ejercicio de maduración académica, aprendizaje continuo y rigor procedimental en constante evolución.

El proyecto "Semillero de Investigación" también demanda una labor reflexiva por parte del cuerpo docente; puesto que guiar a investigadores noveles en entornos virtuales requiere articular minuciosamente los objetivos de la asignatura, las competencias de redacción académica y los criterios éticos institucionales, encauzándolos hacia entregables con estructura y fundamentación técnica verificable; en este ecosistema formativo, los docentes-tutores han actuado como mentores cercanos, capaces de convertir las dudas iniciales en argumentaciones críticas vinculadas con la realidad nacional.

Para el Comité de Investigación de la FEaDyS, este espacio editorial posee un valor estratégico trascendental; pues la tarea asumida no se limita a evaluar y seleccionar los artículos más destacados; el propósito fundamental radica en visibilizar la producción intelectual generada en el aula, un esfuerzo cotidiano que muchas veces queda relegado al archivo de calificaciones sin alcanzar la socialización pública a la que está llamado. Al ofrecer un cauce institucional a estos trabajos, se democratiza el acceso a la comunicación científica y se fortalece la formación integral de los estudiantes desde los primeros semestres.

Cada artículo contenido en estas páginas constituye la concreción de un primer paso decisivo. Es la semilla de la indagación científica plantada en los anhelos de superación de nuestros estudiantes, quienes asumieron con determinación, disciplina y valentía el reto de cursar una carrera universitaria en una modalidad que derriba las barreras espaciales. A través del apropiado manejo de herramientas digitales y la perseverancia investigativa, este semillero aproxima a los futuros profesionales a las exigencias de un mercado laboral altamente competitivo, recordándoles al mismo tiempo que la ciencia, ante todo, debe mantener una profunda vocación humana orientada a resolver las necesidades de la sociedad paraguaya e internacional.

Invitamos a la comunidad académica a recorrer las reflexiones, análisis y propuestas que dan vida a esta primera edición, confiando en que este semillero fructificará en futuros investigadores éticos, comprometidos y rigurosos.

Prof. MSc. Esneide Denice Santacruz Almada
Comité de Investigación – Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
Docente Tutora

ÑEPYRŨHA

Ko Revista Semillero de Investigación remimyasãi Peteĩha – 2026 arypegua, omoañete temimoĩmby rembiapo tee, ñeporomoarandu tuichaháicha, arandupy ñemoheñói ha jeporekakuaa reko ñemombarete rovake. Ojojávo péicha UNIDA rembipota rehe, ohekavahína mba'apohára ha'evéva, hemimo'ãporãva ha oñepia'ã añetéva omboguata akóivo hembiapo iñaranduve haguã ko'ẽ reíre, ko temimyasãi omopyenda jeporekakuaa ñemomba'eguasu, oñemoĩnguévo akoiete tekombo'e ñemboguata ykére.

Ko'ágã, ko'ýte ko revista oñemomba'eguasueterei osẽgui hemimbo'ekuéra primer semestre-gua Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial, Universidad de la Integración de las Américas-pegua pógui, oñemomaranduvahína umi entorno virtual tekombo'erãme. Ko oñeguenohẽva ndohechaukái ha'ekuéra oikevoiha jeporeka rembiapópe añónte, ohechauka avei tekombo'e sãmbyhyha rembiapokuaa, omboguatávo péicha tembiapo tekombo'erã tekotevẽháicha opa henda tecnología oikemaháipe rupive, omoañetévo upéicha jeporeka rekokuaa oñepyrũ guive ha'ekuéra oñemoarandu ko mbo'ehaovusúpe.

Upéicha rupi, roikuaauka roguerohoryetereiha ko mba'e tuichaite ojehupytýva, ohechauka rehe ore remimoĩmby rembiapo tee tekombo'e ñembopyahu ha ñemoporãve akói renondépe. Ko ojehupytýva oñembojojaite umi mbojojaha mba'eporãrã omohendáva ANEAES rehe, ko'ýte umi oñe'ẽháipe jeporekakuaa ñemombarete rehe, tekombo'e ñemboguata hekoitépe ha tekombo'e renda ñemombarete oñembohape haguã producción académica, rigor científico tekotevẽva reheve.

Iporã ojehechauka temimbo'ekuéra, opyta rãngue tapykue, oku'eha tenondete kuaapy jejeporeka ha ñemoañetépe, upéicha opavave hikuái oimo'ã ha oñandúgui, eñemba'eporandu ha ombohovake akói rupi apañuãi añetete ojuhúva. Ko tembiapo ñemboguata omoĩrũ mbo'eharakuéra ñangarekoha Metodología de la Investigación mbo'epypegua, ha'ekuéra, iñarandu ha ohayhu añetégui hembiapo, ombohape tembiapokuéra jeporekarã iporã hagũaicha ha ética académica jejesarekópe.

Upéicha avei, tekotevẽterei ojehechakuaa temimoĩmby mburuvichakuéra ombohapekuaaha, hembiapokuéra rupive ikatu rupi oñemoñepyrũ ãichagua jeporeka

jegueroguata, ojerureháicha mbo'ehao mbojojahakuéra ha umi aporã oñemoañete hagua educación superior iporã añetéva.

Tembiapokuéra oikéva ko ñemyasãimbýpe ohechauka ore rembimbo'e ñepia'ã ha mba'apokuaa, upéicha avei tembiapo joaju mbo'eharakuéra, jeporekakuaa ha tekombo'e joapy ndivegua. Peteĩteĩ umi tembiapomimi rupive tuicha ojeho tenonde eñemoañetepotávo tekombo'e ohekáva kuaapyporã, ojekuaátava teko atýpe, ñemboguata.

Ko temimyasãi rupive, FEaDyS UNIDA omombarete hembipota mbo'ehaoháicha ha ojoaju ANEAES remimo'ã rehe tekombo'eporã jehekápe, oñemopyendávo upéicha jeporekahára pyahu ikatupyrýva ñemoarandu, ikatu hagua oiko techapyrã oñembojojasévaramo mayma hekoha rehe.

Tkj. Yvonne Jacqueline Alarcón Villalobos

Motenondehára Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial

Terakuãporãme aikuave'ẽ ko Kuatiañe'ẽ Joajupegua hérava «Tembikuaareka Ñemoheñoiha» ñenohẽ pyahu, peteĩ kuatia hepy jojaha’ỹva mbo'ehaoguasu apytépe. Upe tuicha mba'éva ndaha'éi ñe'ẽmbyrã oñemongetáva rehénte, ha ndaha’éi tembiapo oñembyatýva hetaháicha rehe, katu oñemomba’e umi ojapóva rehe: temimbo'ekuéra ohasáva peteĩha poteĩ jasykue imba'apokuaarãme. Haipyre oĩva ipype ou kuatiañe'ẽ ñenohẽ ypykuépe ha ohechauka opaichagua ñe'ẽmbyrã —tekoveaty, tekombo'e, viru ha ñemu rehegua— ojejapóva temimbo'ekuéra heta mbo'esyry guasugua rupive.

Ko'ágagua árape, mba'e pya'e omboykévo jepy'amongeta pypuku, ñane mbopy’a rory jahecha mitãrusukuéra oñepyrũmava ohechakuaa mba'eichaitépa iporã oñeporandu, oñeheka techaukapy, oñehesa'ỹijo marandu ha oñemopu'ã kuaapy ñema'ẽ hesa'ỹijóva reheve. Jaikuaa ko'ã ñemboja ypykue tembikuaareka rehe ha'eha peteĩ tape ñepyrũnte, ojeruréva jepiveguáva, tekoatã ha ñembo'e opa'ỹva. Ha katu jaikuaa avei opaite tape tembikuaa rehegua oñepyrũha peteĩ ãngekóipe, peteĩ temimo'ãme ha tembipota oikuaaporãvévape añetegua.

Upévare, ko kuatiañe'ẽ ndaha'éi ñembo'e rembiapo reínte. Ohechauka añetehápe mba'éichapa temimoĩmby oñeme'ẽ temimbo'ekuéra tekombo'e hekopetévape ha peteĩ tembikuaareka reko añetéva ñemopu'ãme, mbo'ehaoguasu rekove oñepyrũha guive. Oñeñotỹvo tembikuaareka ra'ỹi peteĩha poteĩ jasykuépe, oñeme'ẽ mba'apokuaahára pyahúpe ikatuha omboheko mba'ekuaa tekotevẽva, oikũmby haguã ijerére oĩva, ojuhu haguã apañuãi tuichavéva ha oipytyvõ haguã oñemoheñói haguã ñemyatyrõ tembikuaa rehe oñemopyendáva. Tembiapo ápe oñemoĩva ohechauka temimbo'ekuéra akãraku, iñaporeko ha iñe'ẽme'ẽ; ha'ekuéra, imbo'eharakuéra omoirũvo, ojapyhy pe ñeha'ã oñemboja haguã kuaapýre tembikuaareka rapére. Jepémo hasyve chupekuéra oĩgui gueteri ñembo'e ñepyrũme, peteĩteĩ tembiapo ohechauka tembikuaarekahárarã ndoikóiha sapy'aitépe mbo'esyry guasu paha jave, oñemongakuaóva uvei mbeguekatúpe tembiasa hepýva rupive, ko'ãichagua.

Amomba'eguasu avei temimoĩmby ha mbo'ehára aty rembiapo, omotenondévo tenda ombokyre'ỹva jeikuaase arandu rehegua ha akãngeta hesa'ỹijóva. Ko'ã tembiapo ypy ha'e peteĩ ñeñotỹ temimbo'ekuéra arandu ha mba'apokuaa tenonderãme, ha avei peteĩ mbo'ehaoguasu tekoha ñemombaretépe, oñeme'ẽmbáva kuaapy ha ñembopyahúre.

Upévare oñemomorã ko ñemoheñoiha rembitỹngue ypykue, hi'a mbaretevétava ára oútavape. Toiko ko kuatiañe'ẽ rogue mombe'upy ramo heta tembikuaareka rape ñepyrũgui, ha

tomokyre'ỹ ñemoñare pyahúpe ohechakuaa haguã tembikuaareka ha'eha, opa mba'e mboyve, peteĩ tape jaikũmby haguã arapy ha ñamoambue haguã.

Tkj. Karina Raquel Bartra Rivero

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

Kuatiañe'ẽ «Tembikuaareka Ñemoheñoiha» I Edición – 2026 osẽvo, oñemombarete tembikuaareka reko Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial (FEaDyS) pegua, Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA) mba'éva. Ko tembiapo ombyaty temimbo'ekuéra rembiapokue arandu rehegua; ha'ekuéra oñembyaty aty peteĩetépe heta mbo'esyry guasúgui ou hikuái ha, oñemoarandu aja mbo'erã «Taperekokuaaty tapereka rehegua» rehe, ombohasakuaa taperekokuaaty teoría haipyre arandu rehegua opámava ramo.

Tape ojeguatava'ekue ndaha'éi iñapañuai'ỹva. Ñembo'e mombyrygua ha ñembo'e mokõive hendáicha rupive, ojejapo haguã tembiapo aty oñopytyvõva, tekotevẽ ojehasa mombyrykue tuicháva, ñembo'e renda ñanduti rupigua rehe. Upéva omoĩ ambue ñeha'ã: ára ñemohenda, ñemongeta ojoja'ỹva ára rehe, ha ñembohaperã oñondivepa. Upévare, haipyre oĩva ko aranduka ryepýpe ha'e tembiapokue jepokokuaáva; ndohekái tekoaguyje marãne'ỹ, ha katu ikatu oñemboporãve: ohechauka mba'éichapa oñemongakuaa arandu, oñembo'ejepi ha oñemombarete tembiaporape ára ha ára.

Tembiaporã «Tembikuaareka Ñemoheñoiha» ojerure avei mbo'eharakuéragui tembiapo jesarekopy. Omboguata haguã tembikuaarekahára pyahúpe ñanduti rupigua tendápe, tekotevẽ ombojoaju porãite mbo'erã jehupytyrã, haiporã kuaapy arandu rehegua ha tekoporã rape temimoĩmbygua, oguerahávo umíva peteĩ tembiapokue hekopyre ha ijapytu'ũ hesakãvape. Ko ñembo'e tekohápe, mbo'ehára moirũhára oiko mbo'ehára aguĩgua ramo, ikatúva ombohasa py'amokõi ypykue jehechaarandúpe, ojoajúva tetã reko añetéva ndive.

Aty Tembikuaareka rehegua FEaDyS pegua ohecha ko tenda hepy jojaha’ỹva tembiaporapépe; tembiapo oñemoĩva ipópe ndopytái ohesa'ỹijo ha oiporavónte haipyre iporãvéva. Tembipota ypykue ha'e ojehechauka haguã mba'e arandúpa ojejapo mbo'ehakotýpe, tembiapo ára ha ára ojejapóva ha heta jey opytáva ñemoporã ñongatuhápe, oguahẽ'ỹre opavavépe oguahẽva'erãháicha. Oñeme'ẽvo ko'ã tembiapópe peteĩ tape temimoĩmbygua, ojepe'a opavavépe tembikuaa ñemombe'u ha oñemombarete temimbo'ekuéra tekombo'e hekopete, oñepyrũha guive imbo'esyry.

Peteĩteĩ haipyre oĩva ko'ã toguépe ha'e peteĩ pyrũ ypy mbaretéva ojehupytýmava. Ha'e tembikuaareka ra'ỹi oñeñotỹva ñane temimbo'ekuéra py'apotápe, oipotáva tenondevépa oho. Ha'ekuéra ojapyhy py'apeteĩme, tekopotĩme ha py'aguasúpe pe ñeha'ã: ombohasa peteĩ

mbo'esyry guasu peteĩ tape omboykéva mombyrykue. Tembiporu papañemohendaha ndive oñemba'apo porãvo ha tembikuaareka rehe ndopoíri rupi, ko ñemoheñoiha omboja mba'apokuaahára pyahúpe umi mba'e mba'apo ñemurenda ojerureva'erãme; ha ombomandu'a avei chupekuéra tembikuaa oguerekova'erãha opa mba'e mboyve peteĩ yvypóra reko pypuku, ohekáva ombohovái tetã Paraguay ha ambue tetãnguéra remikotevẽ.

Ropepirũ arandu tekohápe oikóvape ohesa'ỹijo haguã umi jepy'amongeta, ñehesa'ỹijo ha ñekuave'ẽ omoingovéva ko peteĩha jehaipy. Roguerovia ko ñemoheñoiha hi'áta tembikuaarekahára hekoporãva, oñeme'ẽmbáva ha hekojopýva rehe.

Mb. Mrk. Esneide Denice Santacruz Almada

Aty Tembikuaareka rehegua – FEaDyS

Mbo'ehára Moirũhára

FOREWORD

The present publication of the *Seedbed of Research Journal, First Edition – 2026*, represents a concrete expression of the institution's commitment to comprehensive education, knowledge generation, and the strengthening of a research culture. In accordance with UNIDA's mission, focused on educating competent, critical, and socially committed professionals who contribute to sustainable development, this publication reaffirms the value of research as a cross-cutting component of the educational process.

On this occasion, the journal takes on particular significance as it has been developed by first-semester students of the Faculty of Distance and Blended Education at the Universidad de la Integración de las Américas, who are trained within virtual learning environments. This initiative demonstrates not only their early involvement in scientific endeavors, but also the capacity of our academic unit to promote high-quality educational experiences in technology-mediated settings, ensuring the development of research competencies from the very beginning of university life.

In this regard, we express our deep satisfaction with this significant achievement, which stands as a testament to the institution's commitment to educational innovation and continuous improvement. This outcome is aligned with the quality criteria established by ANEAES, particularly those related to strengthening research, ensuring the relevance of educational processes, and consolidating learning environments that foster academic production with scientific rigor.

It is worth highlighting that, far from assuming a passive role, students become active participants in the process of knowledge construction, driven by critical reflection, systematic inquiry, and the search for solutions to real-world problems. This process is supported by the tutors of the Research Methodology course, who, with academic expertise and a strong commitment to education, guide the development of research competencies in accordance with standards of quality and academic ethics.

Likewise, it is essential to recognize the leadership of the academic authorities, whose strategic actions enable the implementation of initiatives that strengthen research-based

education, in accordance with institutional policies and quality assurance guidelines in higher education.

The works included in this edition reflect the effort, dedication, and commitment of our students, as well as the effective integration of teaching, research, and university extension. Each contribution represents a significant step toward consolidating an academic culture focused on the production of relevant and socially meaningful knowledge.

Through this publication, FEaDyS UNIDA reaffirms its institutional mission and commitment to the principles of quality promoted by ANEAES, consolidating spaces that foster the development of new researchers capable of making a positive impact on their environment.

Dra. Yvonne Jacqueline Alarcón Villalobos

Dean Faculty of Distance and Blended Education

It is an honor to present this edition of the *Seedbed of Research Digital Journal*, a publication of particular significance within the university community. Its importance lies not only in the topics addressed or in the diversity of the works compiled, but especially in those who have made them possible: students undertaking their first semester of professional education. The articles included in this first edition of the journal cover a wide range of topics of social, educational, economic, and business interest, developed by students from various academic programs.

At a time when immediacy often takes precedence over deep reflection, it is particularly encouraging to see young people beginning to discover the value of asking questions, seeking evidence, analyzing information, and building knowledge from a critical perspective. We understand that these first approaches to research represent only the beginning of a journey that will require perseverance, rigor, and continuous learning. Nevertheless, we also know that every scientific journey begins with a concern, an idea, and the willingness to gain a better understanding of reality.

For this reason, this journal represents much more than an academic exercise. It is a tangible expression of an institutional commitment to the comprehensive education of students and to the development of a genuine research culture from the earliest stages of university life. Planting the seed of research during the first semester means providing future professionals with the opportunity to develop essential competencies to interpret their environment, identify relevant problems, and contribute to the generation of scientifically grounded solutions.

The works presented here demonstrate the enthusiasm, creativity, and commitment of students who, with the guidance of their professors, have embraced the challenge of approaching knowledge from a research-oriented perspective. Beyond the limitations inherent to those who are at an initial stage of their education, each contribution demonstrates that research potential does not emerge spontaneously at the end of an academic program; rather, it is progressively cultivated through meaningful experiences such as this one.

I would also like to highlight the efforts of the institution and its faculty to promote spaces that encourage intellectual curiosity and critical thinking. These initiatives represent a

strategic investment in the academic and professional future of students, as well as in the consolidation of a university community committed to knowledge and innovation.

We therefore celebrate this first harvest from a seedbed that will undoubtedly bear increasingly solid fruits in the years to come. May the pages of this journal bear witness to the beginning of numerous research journeys and inspire new generations to discover that research is, above all, a way of understanding the world in order to transform it.

Dra. Karina Raquel Bartra Rivero

Peruvian University of Applied Sciences

The publication of the *Seedbed of Research Journal, First Edition – 2026*, marks a substantial step toward consolidating the scientific culture of the Faculty of Distance and Blended Education (FEaDyS) at the Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA). This publication brings together the academic work produced by multidisciplinary teams of students from various academic programs who, throughout their educational journey in the Research Methodology course, succeeded in transforming methodological theory into completed academic articles.

The journey has not been without its challenges. In distance and blended learning modalities, coordinating collaborative work teams requires overcoming significant geographical distances through virtual learning environments. This context imposes additional challenges related to time management, asynchronous communication, and collective planning. Therefore, the manuscripts included in this volume represent tangible outcomes which, far from claiming dogmatic perfection, are essentially works in progress: they reflect a process of academic development, continuous learning, and procedural rigor that is constantly evolving.

The *Seedbed of Research* project also requires a reflective effort on the part of the teaching staff, since guiding novice researchers in virtual environments requires carefully integrating course objectives, academic writing competencies, and institutional ethical standards, directing students toward deliverables with a verifiable technical structure and sound foundation. Within this educational ecosystem, faculty tutors have acted as close mentors, capable of transforming initial doubts into critical arguments connected to the realities of the national context.

For the FEaDyS Research Committee, this editorial initiative holds significant strategic value, as its purpose extends beyond evaluating and selecting the most outstanding articles. Its fundamental aim is to make visible the intellectual production generated in the classroom—an everyday effort that often remains confined to grade records without reaching the public dissemination it deserves. By providing these works with an institutional platform, access to scientific communication is democratized, while the comprehensive education of students is strengthened from the earliest semesters.

Each article contained in these pages represents the realization of a decisive first step. It is the seed of scientific inquiry planted in the aspirations for personal and professional growth of our students, who have embraced with determination, discipline, and courage the challenge of pursuing a university degree in a modality that breaks down geographical barriers. Through the effective use of digital tools and research perseverance, this seedbed brings future professionals closer to the demands of a highly competitive labor market, while reminding them that science, above all, must preserve a profound human vocation aimed at addressing the needs of Paraguayan and international society.

We invite the academic community to explore the reflections, analyses, and proposals that bring this first edition to life, trusting that this seedbed will flourish into future researchers who are ethical, committed, and rigorous.

Prof. MSc. Esneide Denice Santacruz Almada

Research Committee – Faculty of Distance and Blended Education

Faculty Tutor

ÍNDICE

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, CON RESPECTO AL CONSUMO DE BEBIDAS AZUCARADAS EN PARAGUAY 2023 23

EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE ESTUDIANTES PARAGUAYOS EN FORMACIÓN CIUDADANA EN UN CONTEXTO INTERNACIONAL - AÑO 2009 37

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL RUBRO DE ELECTRODOMÉSTICOS EN ASUNCIÓN PARAGUAY ENTRE LOS AÑOS 2022-2023 51

EVOLUCIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DE AZÚCAR ORGÁNICA DEL PARAGUAY DURANTE EL PERIODO 2012-2022: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES 62

FORMACIÓN Y PREPARACIÓN DE LOS DOCENTES EN EL ÁMBITO DE LA EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEL CENTRO EDUCATIVO INTEGRAL SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS DE LA CIUDAD DE HERNANDARIAS EN EL AÑO 2022 74

DEVALUACIÓN DEL PESO ARGENTINO Y SUS EFECTOS EN LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LA CIUDAD DE ENCARNACIÓN- DEPARTAMENTO DE ITAPÚA. AÑO 2022-2023 86

NEUROMARKETING APLICADO EN COMERCIALES PUBLICITARIOS 97

ESPECIAS ALIMENTICIAS 109

UN ENFOQUE EN LA EDUCACIÓN DEL SIGLO XXI: LA CARRERA DEL EDUCADOR EN PARAGUAY, SUS DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN EL AÑO 2023 131

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN EL RUBRO ALIMENTICIO. PARAGUAY-AÑO 2023 143

LA APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS DECOMUNICACIÓN Y ESPACIOS PUBLICITARIOS, EN PARAGUAY. AÑO 2023 159

IMPACTO DE LA ECONOMÍA Y EL MERCADO LABORAL TRAS LA PANDEMIA COVID-19 EN EL DEPARTAMENTO CENTRAL, AÑO 2022 171

ACTIVIDADES FORMATIVAS EN PUEBLOS ORIGINARIOS EN PARAGUAY EN 2022 184

IMPACTO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CADENA DE SUPERMERCADOS STOCK DEL DEPARTAMENTO CENTRAL EN EL AÑO 2022 197

EL CONECTIVISMO Y SU APLICACIÓN EN LA EDUCACIÓN MEDIA EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DE ASUNCIÓN - PARAGUAY. AÑO 2024 208

ANÁLISIS INTEGRAL DEL CONCEPTO DE PARTIDA DOBLE Y SU RELEVANCIA EN EL REGISTRO DE TRANSACCIONES CONTABLES EN EL CONTEXTO CONTEMPORÁNEO 220

ANALISIS DE RIESGOS Y MITIGACION EN LA CADENA DE SUMINISTRO GLOBAL..... 235

LA INTEGRACIÓN DE SISTEMAS CONTABLES Y ERP COMO HERRAMIENTA PARA OPTIMIZAR EL CONTROL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL 248

LA FUNCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC) EN LA PROMOCIÓN DEL LIBRE COMERCIO 261

LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL VS LIDERAZGO TRANSACCIONAL EN LA GESTIÓN DE EQUIPOS..... 273

LA EVOLUCIÓN DEL E-COMMERCE Y LOS MODELOS DE SUSCRIPCIÓN: EL CASO DEL SAAS EN PARAGUAY 288

COMUNICACIÓN INTERNA Y FORTALECIMIENTO OPERATIVO EN PEQUEÑOS EMPRENDIMIENTOS 302

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, CON RESPECTO AL CONSUMO DE BEBIDAS AZUCARADAS EN PARAGUAY 2023

CONSUMER BEHAVIOR, REGARDING THE CONSUMPTION OF SUGARY DRINKS IN PARAGUAY 2023

Clara Mariel Benítez Arzamendia
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
claravlbenitez@icloud.com

Araceli Belén Meza Salinas
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
mezaara602@gmail.com

Adan William Garcia
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
adanwilliamgarcias@gmail.com

Evelin Elizabeth López Garrido
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
evelinlopez0328@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación se enfoca en el comportamiento del consumidor en Paraguay, definido como el conjunto de acciones y decisiones relacionadas con la adquisición de bienes y servicios. El objetivo principal de este estudio fue analizar los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores en Paraguay, estuvimos viendo que la cultura en la sociedad influye en la decisión de compra de los consumidores, las redes sociales hoy en día tienen un gran impacto en nuestro día a día a la hora de hacer nuestras compras, también la de destacar la importancia de que las empresas comprendan las necesidades y preferencias específicas de sus diferentes segmentos de consumidores para adaptar sus estrategias de marketing de manera efectiva. Además, la necesidad de mantener un equilibrio entre la calidad y el precio de los productos para atraer a una amplia gama de consumidores. El diseño metodológico que utilizamos para esta investigación fue el enfoque cualitativo y cuantitativo, como ya lo habíamos dicho anteriormente este diseño nos permitió tener una perspectiva más amplia con relación a nuestro objetivo. Las técnicas e instrumentos de recolección de datos fueron la de

análisis documental, ya que la investigación fue realizada a distancia cada uno de los integrantes recolectamos los datos a través del internet por lo cual tuvimos que utilizar el celular y la notebook. Entre los instrumentos utilizados también están la lista de cotejo e guía de observación. La unidad de análisis fue el individuo consumidor y su interacción con el producto y las alternativas. Los resultados más relevantes revelan que los consumidores consideran la calidad del producto como el factor más influyente en su decisión de compra, seguido de cerca por el precio. Además, se identificaron diferencias significativas en las preferencias de compra según la edad y el nivel de ingresos de los consumidores. Los consumidores más jóvenes tienden a valorar más la innovación y las características técnicas, mientras que los consumidores de mayor edad priorizan la durabilidad y la marca.

PALABRAS CLAVES: Consumidor, decisión, producto, sociedad

ABSTRACT

This research focuses on consumer behavior in Paraguay, defined as the set of actions and decisions related to the acquisition of goods and services. The main objective of this study was to analyze the factors that influence the purchasing decisions of consumers in Paraguay, we were seeing that culture in society influences the purchasing decision of consumers, social networks today have a great impact on our daily lives when making our purchases, also highlighting the importance of companies understanding the specific needs and preferences of their different consumer segments to adapt their marketing strategies effectively. In addition, the need to maintain a balance between quality and price of products to attract a wide range of consumers. The methodological design that we used for this research was the qualitative and quantitative approach, as we had previously said, this design allowed us to have a broader perspective in relation to our objective. The data collection techniques and instruments were documentary analysis, since the research was carried out remotely, each of the members collected the data through the Internet, which is why we had to use the cell phone and the notebook. Among the instruments used are also the checklist and observation guide. The unit of analysis was the individual consumer and his interaction with the product and the alternatives. The most relevant results reveal that consumers consider product quality as the most influential factor in their purchasing decision, closely followed by price. In addition, significant differences in purchasing preferences were identified depending on the age and income level of consumers. Younger consumers tend to value innovation and technical features more, while older consumers prioritize durability and branding.

KEYWORDS: Consumer, decision, product, society

INTRODUCCIÓN

El estudio del comportamiento del consumidor se ha vuelto fundamental en el entorno empresarial actual, ya que proporciona una compresión profunda de cómo los individuos toman decisiones de compra y cómo interactúan con los productos y servicios. En el caso específico de Paraguay, un país en constante evolución económica y social, comprender los patrones y factores que influyen en el comportamiento del consumidor adquiere una importancia estratégica.

El comportamiento del Consumidor se basa en un conjunto de acciones para lograr una satisfacción en la necesidad de compra, cuyo proceso es buscar, comparar, evaluar y disponer. Para lograr esa satisfacción se tiene que identificar quien lo adquiera, donde se abastece de ello, cuanto consume y cómo lo utiliza. (Lopez, 2007, pág. 2)

Creemos que es importante e interesante conocer y profundizar cual es el comportamiento de una persona al escoger un producto. Conocer el comportamiento del consumidor para mejorar la forma de decidir sobre un producto o servicio sería de gran ayuda para nuestra sociedad. Y por supuesto es necesario para un comercio saber cómo satisfacer los deseos y necesidades de sus clientes

Paraguay, al igual que otras naciones, enfrenta desafíos únicos en términos de comportamiento del consumidor. La diversidad cultural, las diferencias socioeconómicas y las tendencias de mercado en cambio constante generan una problemática compleja en la que las empresas necesitan entender como los paraguayos toman decisiones de compra, que factores influyen en sus elecciones y como adaptar sus estrategias para satisfacer estas demandas cambiantes.

Sabemos que para las empresas es importante conocer las preferencias de sus clientes para así poder ofrecer productos adecuados a sus necesidades, con esta investigación podemos identificar cuáles son las preferencias del consumidor paraguayo. Existen varios factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores con esta investigación buscamos identificar los factores que influyen en la decisión de compra a través de recopilación de datos sobre las preferencias, necesidades y comportamientos de los consumidores, utilizar técnicas

de segmentación de mercado y análisis de comportamiento del consumidor para identificar patrones y tendencias en el comportamiento de compra. (Sulla, 2021)

En el ámbito internacional, comprende las preferencias y necesidades de los consumidores paraguayos es esencial para adaptar productos y servicios de manera efectiva. La identificación de factores culturales, sociales, económicos y psicológicos que influyen en las decisiones de compra en Paraguay permite optimizar estrategias de mercados. La segmentación precisa del mercado y estrategias de marketing personalizadas no solo fortalecen la efectividad comercial, sino que también reflejan la sensibilidad a la diversidad cultural. La anticipación de tendencias emergentes en el comportamiento de consumidor no solo asegura adaptabilidad, sino también liderazgo en el mercado global. Así, este enfoque internacional no solo prospera en lo comercial, sino que también fomenta la interconexión y la innovación.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

El material principal que utilizamos para la investigación fue la Web, utilizando como herramienta el celular y notebook, el recurso (internet) nos dio la información necesaria para la investigación. Cada integrante investigo sobre un aspecto en particular ya que nos encontramos en distintos puntos del país. Utilizamos como medio de comunicación la aplicación de mensajería (WhatsApp) que nos ayudó para poder comunicarnos en tiempo real.

El diseño Metodológico empleado en la presente investigación sigue el enfoque cualitativo y cuantitativo, teniendo en cuenta que ambos enfoques son complementarios para una comprensión más profunda del comportamiento del consumidor. La combinación de métodos cualitativos y cuantitativos nos permitirá obtener una visión completa de las motivaciones, actitudes y comportamientos de los consumidores en relación al producto

La elección de un enfoque mixto se basa en la idea de que el comportamiento del consumidor es un fenómeno multifacético y complejo que no puede ser completamente comprendido a través de una sola perspectiva. El alcance o nivel de la investigación es descriptivo, esta elección se debe a la necesidad de comprender mejor y describir el comportamiento del consumidor en relación con un nuevo producto que estamos introduciendo en el mercado. Nuestro objetivo Principal es obtener una visión detallada de

cómo los consumidores reaccionan ante este producto, qué factores influyen en sus decisiones de compra.

El diseño de la investigación es no experimental teniendo en cuenta que ya se han hecho varias investigaciones anteriormente por otros autores y es un tema muy conocido. La corte considerada es transversal porque la investigación se estará llevando a cabo en un cierto periodo de tiempo y es un tipo de investigación observacional y analítica.

Unidad de Análisis: En esta investigación, la unidad de análisis es el individuo consumidor y su interacción con el producto y sus alternativas. Cada participante es crucial para entender la complejidad del comportamiento del consumidor. El análisis se enfoca en motivaciones, actitudes, comportamientos y factores que influyen en las decisiones de compra. Diferencias y similitudes entre los consumidores, en términos de preferencias y elecciones, también se explorarán con atención. (Melisa Daniela, 2016)

Las técnicas utilizadas para la investigación son análisis de observación de esta manera se podrán enlistar elementos de interés para la investigación que puedan ser observados; para esto puede usarse la lista de cotejo e guía de observación ya que el enfoque de la investigación es la del enfoque mixto, la lista de cotejo que puede ser, según Hurtado (1998), a través de sistemas de signos, sistemas de categorías o muestreo por períodos de tiempo y la guía de observación mediante la recopilación de datos en un registro escrito. (Miguel Medina, 2023)

Las fuentes de información seria de fuentes secundarias ya que estaremos utilizando informaciones de otros autores para desarrollar dicha investigación, como artículos que comentaron o analizaron este tema, comentarios de diferentes personas, biografías, sitios web de organizaciones académicas que ya habían hablado y realizado encuestas sobre el comportamiento del consumidor.

RESULTADOS

Esta investigación presenta un contexto caracterizado por el tema Comportamiento del Consumidor, el consumo excesivo de bebidas azucaradas en el 2023. Desarrollado en diferentes ciudades dentro del territorio paraguayo, teniendo en cuenta que el grupo de investigación nos

encontramos en distintos puntos del país y nuestro objetivo principal fue el de conocer el Comportamiento del Consumidor.

En el aspecto de los resultados más relevantes hallados en nuestra investigación sobre el comportamiento del consumidor, hemos descubierto que la preferencia por productos sostenibles ha aumentado significativamente en los últimos años. Los consumidores muestran una creciente conciencia ambiental y están dispuestos a pagar más por productos que se alineen con sus valores ecológicos.

En cuanto a los hallazgos relacionados con la influencia de las redes sociales en el comportamiento del consumidor, encontramos que las recomendaciones de productos por parte de amigos y seguidores en plataformas como Instagram y TikTok tienen un impacto considerable en las decisiones de compra. La confianza en las opiniones de personas cercanas es un factor clave en la toma de decisiones de consumo. (Flores, 2016)

Lo más significativo de nuestra investigación es la identificación de un cambio generacional en las preferencias de compra. Los consumidores más jóvenes muestran una mayor inclinación hacia la compra en línea y la suscripción a servicios de streaming en lugar de la adquisición de bienes físicos. Este cambio tiene implicaciones importantes para las estrategias de marketing y distribución.

En cuanto a los aspectos legales a destacar, hemos encontrado que las regulaciones relacionadas con la privacidad de datos y la publicidad engañosa están en constante evolución y tienen un impacto directo en la forma en que las empresas pueden recopilar y utilizar información sobre el comportamiento del consumidor en línea. Realizar estas regulaciones es de suma importancia, para así poder evitar problemas legales y proteger la reputación de la empresa, el estudio del comportamiento del consumidor es esencial para comprender como las decisiones individuales impactan en el mercado y en las estrategias empresariales.

El comportamiento del consumidor en Paraguay es un tema de estudio clave en el ámbito de la mercadotecnia y la gestión empresarial. Comprender cómo los individuos toman decisiones de compra, qué factores influyen en sus elecciones y cómo se relacionan con las marcas y los productos es esencial para el éxito de cualquier empresa en el mercado paraguayo.

A continuación, se presenta un resumen extenso de los principales aspectos del comportamiento del consumidor en Paraguay:

- **Factores Culturales**: La cultura paraguaya desempeña un papel fundamental en el comportamiento del consumidor. Las costumbres, tradiciones y valores influyen en las preferencias de compra. Por ejemplo, las festividades religiosas como la Semana Santa pueden tener un impacto en las decisiones de compra de alimentos y productos relacionados.
- **Factores Sociales:** Las relaciones sociales y la influencia de grupos como la familia, los amigos y las redes sociales son significativas en Paraguay. La opinión de amigos y familiares a menudo es crucial al tomar decisiones de compra. Además, la pertenencia a grupos sociales específicos puede influir en las preferencias de marca y producto.
- **Factores Personales**: Las características individuales, como la edad, el género, el nivel educativo y el estado civil, también influyen en el comportamiento del consumidor. Por ejemplo, los jóvenes pueden tener preferencias diferentes a las de los adultos mayores, y las necesidades de los consumidores varían según su situación familiar.
- **Factores Psicológicos**: Los aspectos psicológicos, como las percepciones, las actitudes y la motivación, juegan un papel importante. La publicidad y el marketing buscan influir en la percepción de los productos y crear una motivación para comprar. Las emociones y la psicología del consumidor son áreas clave de estudio.
- **Proceso de Toma de Decisiones**: Los consumidores paraguayos pasan por un proceso de toma de decisiones que incluye la identificación de una necesidad, la búsqueda de información, la evaluación de opciones, la decisión de compra y la evaluación postcompra. Comprender este proceso es fundamental para las estrategias de marketing.
- **Factores Económicos:** El poder adquisitivo, la disponibilidad de crédito y la situación económica del país afectan las decisiones de compra. Los consumidores paraguayos pueden ser sensibles a los precios y buscar ofertas y descuentos.
- **Canales de Compra:** La elección de canales de compra, como tiendas físicas, comercio electrónico o mercados locales, también es importante. Los consumidores en Paraguay pueden optar por diferentes canales según sus preferencias y necesidades.

- **Comportamiento Postcompra:** La satisfacción del cliente y la experiencia postcompra son esenciales para la retención y fidelización de clientes. Las empresas deben brindar un buen servicio al cliente y abordar cualquier problema de manera efectiva.

El comportamiento del consumidor en Paraguay es un campo multidimensional que combina factores culturales, sociales, personales y psicológicos. Comprender estos factores y cómo influyen en las decisiones de compra es esencial para las empresas que buscan tener éxito en el mercado paraguayo. Adaptar las estrategias de marketing y el servicio al cliente a las particularidades de este comportamiento del consumidor es fundamental para el éxito empresarial en el país.

En este trabajo, Hemos explorado como factores psicológicos, sociales y culturales influyen en las elecciones de compra de los consumidores, proporcionando una visión más completa de sus motivaciones y preferencias. A medida que avanzamos en esta área de investigación, es crucial considerar nuevas perspectivas y enfoques, como la influencia creciente de las redes sociales y las tecnologías emergentes en el comportamiento del consumidor. Futuras investigaciones podrían explorar la interacción entre la tecnología y el comportamiento del consumidor, así como las estrategias efectivas para adaptarse a un mercado en constante evolución. Además, Sería valioso investigar cómo las crisis globales, como la pandemia de COVID-19, han afectado y continuarán afectando las decisiones de compra de los consumidores en el futuro. (Quezada, 2020)

DISCUSIÓN

Esta investigación sobre el comportamiento del consumidor nos lleva a reflexionar sobre la profunda influencia que tiene en nuestras vidas diarias. A medida que hemos explorado y analizado los patrones y tendencias del comportamiento del consumidor, hemos descubierto que esta área de estudio es mucho más que simplemente comprar productos o servicios; es un campo que refleja la complejidad de la sociedad contemporánea.

Uno de los aspectos más destacados de nuestra reflexión se centra en cómo el comportamiento del consumidor está intrincadamente ligado a factores emocionales, psicológicos y sociales. Hemos encontrado que nuestras decisiones de compra están

influenciadas por una variedad de elementos, como nuestras experiencias pasadas, nuestras aspiraciones, nuestras relaciones personales y la cultura en la que vivimos. Este entendimiento nos lleva a reconocer que el acto de consumir va más allá de una transacción económica; es un acto profundamente humano que refleja nuestras identidades, deseos y necesidades. (Erika Janet Moreno, 2021)

Así mismo, esta investigación nos ha llevado a comprender la importancia de la tecnología y la digitalización en la evolución del comportamiento del consumidor. En la era de la información y la conectividad constante, los consumidores están más informados y tienen acceso a una gama más amplia de acciones que nunca antes.

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre la profundidad y la amplitud del comportamiento del consumidor en la sociedad contemporánea. Hemos encontrado que va mucho más allá de la mera adquisición de bienes y servicios; es un reflejo de nuestra psicología, emociones y sociedad en constante evolución. Además, la digitalización ha modificado radicalmente la forma en que interactuamos con las marcas y tomamos decisiones de compra.

Durante el período de realización de la investigación sobre el comportamiento del consumidor en Paraguay, hemos identificado diversas limitaciones que han influido en el desarrollo del estudio. Estas limitaciones responden a circunstancias específicas que han afectado la recopilación de datos, el análisis y la interpretación de los resultados. A continuación, se presentan algunas de las limitaciones más relevantes:

- Acceso a datos precisos Una de las principales limitaciones ha sido la disponibilidad de datos precisos y actualizados sobre el comportamiento del consumidor en Paraguay. En algunos casos, la información estadística y demográfica no estaba completamente actualizada o no estaba desglosada por categorías relevantes para nuestro estudio.
- Disponibilidad de recursos: La investigación requirió recursos financieros y logísticos para llevar a cabo encuestas, entrevistas y análisis de mercado. Limitaciones presupuestarias y de tiempo influyeron en la cantidad y alcance de nuestras investigaciones de campo.
- Acceso a consumidores: A veces, fue difícil acceder a una muestra representativa de consumidores para nuestras encuestas y entrevistas. Esto se debió a restricciones de

tiempo, disponibilidad de los participantes y la necesidad de obtener el consentimiento de las personas.

Cambio en el comportamiento debido a eventos externos: Eventos inesperados, como la pandemia de COVID-19, tuvieron un impacto en el comportamiento del consumidor en Paraguay. Estos cambios repentinos en las circunstancias socioeconómicas y de salud influyeron en los datos recopilados durante el estudio.

- Falta de estudios previos: La falta de investigaciones previas y estudios detallados sobre el comportamiento del consumidor en Paraguay limitó nuestra capacidad para contextualizar y comparar nuestros hallazgos.

A pesar de estas limitaciones, hemos trabajado diligentemente para abordar y mitigar estos desafíos en la investigación. Además, reconocemos que estas limitaciones también ofrecen oportunidades para futuras investigaciones que podrían abordar estos obstáculos de manera más efectiva y proporcionar una comprensión más completa del comportamiento del consumidor en Paraguay.

Si bien la investigación presentó desafíos, se pude considerar los siguientes aspectos como fortalezas, de que el grupo de compañeros que trabajamos en el proyecto pusimos todo el esfuerzo para investigar el tema que nos tocó trabajar el comportamiento del consumidor de bebidas azucaradas en Paraguay, y así poder dejar un registro de nuestro trabajo realizado en la metodología de la investigación en 2023, quedando abierto para más investigaciones futuras además, también hay que considerar los siguientes puntos, el trabajo fue realizado a distancia ya que la modalidad nos permite trabajar, estudiar, e investigar sobre tal tema, tal que los compañeros trabajamos en forma conjunta a través del internet.

Podemos considerar que esta investigación es mucho más extensa de lo que se expone en este artículo, es importante destacar que el tema del cual estuvimos investigando nos dio otra perspectiva de lo que es el comportamiento del consumidor. Esperamos que toda la información que fue recolectada haya servido para poder analizar y profundizar un poco más sobre este tema. Ya que es importante también investigar sobre qué consecuencias podría tener el excesivo consumo de las bebidas azucaradas. Según la investigación que se hizo en el 2021 en la Revista Chilena de nutrición los resultados mostraron que en todos los países se

produjo un bajo consumo de bebidas azucaradas. Sin embargo, Paraguay fue el país que registró el mayor consumo excesivo de éstas, con un 25,3% de los encuestados. (Eliana Meza-Miranda1, 2021)

CONCLUSIÓN

En conclusión, el comportamiento del consumidor es un campo complejo y dinámico que involucra una serie de factores psicológicos, sociales y culturales que influyen en las decisiones de compra de los individuos. A lo largo de este análisis, hemos explorado cómo las necesidades, deseos y valores de los consumidores, así como sus experiencias pasadas y las influencias externas, juegan un papel crucial en la forma en que toman decisiones de compra.

Es importante destacar que el comportamiento del consumidor no se puede entender de manera aislada, ya que está fuertemente influenciado por el entorno en el que se encuentra. Las tendencias de mercado, la publicidad, la disponibilidad de productos y servicios, y las opiniones de otros consumidores también desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones de compra.

Además, hemos visto cómo las emociones y los factores subjetivos desempeñan un papel significativo en el comportamiento del consumidor. Las decisiones de compra no siempre son racionales, y los consumidores a menudo se guían por sus sentimientos y emociones al tomar decisiones de compra.

Al principio de esta investigación se planteó la problemática de la diversidad cultural, las diferencias socioeconómicas y los cambios constaste que suceden en el mercado. Estas problemáticas son importantes en la decisión de compra del consumidor como pudimos ver la cultura, la economía y los cambios que se dan todos los días influyen en la decisión de compra y es importante tener en cuenta estas problemáticas ya que los consumidores contribuyen en la evolución de las empresas.

Luego de la investigación realizada sobre el comportamiento del consumidor en Paraguay, se pueden extraer varias conclusiones significativas:

1) Preferencia por productos sostenibles: Los resultados revelaron que los consumidores en Paraguay están mostrando una creciente preferencia por

productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Esta tendencia refleja una mayor conciencia ambiental y una disposición a pagar más por productos que se alineen con valores ecológicos.

2) Influencia de las redes sociales: La investigación destacó la influencia significativa de las redes sociales en las decisiones de compra de los consumidores paraguayos. Las recomendaciones de productos por parte de amigos y seguidores en plataformas como Instagram y TikTok tienen un impacto considerable en las elecciones de consumo.
3) Cambios generacionales en las preferencias de compra: Una conclusión importante es la identificación de un cambio generacional en las preferencias de compra en Paraguay. Los consumidores más jóvenes muestran una mayor inclinación hacia la compra en línea y la suscripción a servicios de streaming en lugar de adquirir bienes físicos. Esto tiene implicaciones significativas para las estrategias de marketing y distribución en el país.

En resumen, comprender el comportamiento del consumidor es esencial para las empresas que desean tener éxito en el mercado. A través de un análisis profundo de los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores, las empresas pueden adaptar sus estrategias de marketing y ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades y deseos de sus clientes de manera más efectiva. Este conocimiento también puede ayudar a las empresas a anticipar las tendencias del mercado y tomar decisiones informadas para impulsar su crecimiento y éxito a largo plazo.

REFERENCIAS

Ariel, G. L. (19 de Julio de 2019). *https://www.gestiopolis.com/comportamiento-del-consumidor/.* Obtenido de https://www.gestiopolis.com/comportamiento-del-consumidor/: https://www.gestiopolis.com/comportamiento-del-consumidor/

C.1, J. N. (2020). Conocer el comportamiento del consumidor es un punto . *International Journal of Good Conscience.*, 174.

Eliana Meza-Miranda1, B. N.-M.-A.-A. (2021). Consumo de bebidas azucaradas durante la pandemia por Covid-19 en doce países iberoamericanos: Un estudio transversal. *Revista chilena de nutrición*, 572.

Erika Janet Moreno, D. L. (2021). Comportamiento del consumidor y el proceso de decision de compra. *Ciencia Latina*, 6 de 26.

Flores, J. L. (7 de diciembre de 2016). *Los principales factores que influyen en la conducta del consumidor.* Obtenido de https://marketinglink.up.edu.pe/smartketing-la-digital-mas-alla-ii/.

Lopez, J. A. (Julio de 2007). Comportamiento del Consumidor. *Comportamiento del Consumidor*. Chicago.

Melisa Daniela, H. R. (2016). El Comportamiento del Consumidor Actual. *Mendoza*, 8,9,10.

Miguel Medina, R. R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. *Editorial: Instituto Universitario de Innovación, Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C*, 16,17.

Olson Jerry C., P. J. (2006). Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing. En P. J. Olson Jerry C., *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing* (pág. 578). Mexico: McGraw Hill México.

Quezada, M. G. (2020). Análisis del comportamiento. *Digital Publisher*, 300-313.

Sulla, A. E. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo camino del consumidor. *Articulo de Revision* , 101.

EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE ESTUDIANTES PARAGUAYOS EN FORMACIÓN CIUDADANA EN UN CONTEXTO INTERNACIONAL - AÑO 2009

EVALUATION OF THE PERFORMANCE OF PARAGUAYAN STUDENTS IN CITIZEN TRAINING IN AN INTERNATIONAL CONTEXT - YEAR 2009

Estefani Bogado Alfonzo
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
estefanibogado7@gmail.com

Beatriz Britez Saldivar
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
brisalbeatriz@gmail.com

Griselda Lorena Arriola Ferreira
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
griseldaarriola553@gmail.com

Pedro Ariel Bordón Gimenez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
arielbordon@gmail.com

RESUMEN

Este artículo aborda el análisis de la participación de Paraguay en el Estudio Internacional sobre Educación Cívica y Ciudadanía (ICCS) de 2009. Los resultados generales exponen a la luz, que los jóvenes estudiantes paraguayos muestran un bajo nivel de comprensión de conceptos y principios democráticos en su desempeño académico, así como actitudes favorables hacia prácticas autoritarias. A pesar de estos hallazgos, se identifican aspectos positivos que podemos mencionar como; el elevado grado de participación de los estudiantes en organizaciones y actividades ciudadanas entre otras actividades sociales. En otra fase de este análisis realizado, Se ha toma en cuenta el contexto de cambios políticos y sociales experimentados por Paraguay desde la caída de la dictadura en 1989, así como el inicio de una reforma educativa puesta en marcha a principios de los años noventa, que marcaría un reinicio del sistema educativo paraguayo. Este estudio destaca la necesidad de comprender las dinámicas educativas en relación con el entorno político y social, subrayando la influencia de

estos factores en la formación de actitudes cívicas en los jóvenes estudiantes paraguayos. La baja comprensión de conceptos democráticos y las actitudes hacia prácticas autoritarias plantean desafíos significativos para el sistema educativo y sugieren la importancia de ajustes en las mallas curriculares y estrategias pedagógicas que promuevan una ciudadanía informada y comprometida con práctica ciudadana. En resumen, este artículo ofrece perspectivas valiosas sobre la compleja relación entre educación, política y formación ciudadana en Paraguay, proporcionando orientación para el diseño de políticas educativas y prácticas pedagógicas más efectivas.

PALABRAS CLAVES: Desempeño académico, Democracia, Educación cívica, Formación ciudadana, Paraguay

ABSTRACT

This article addresses the analysis of Paraguay's participation in the International Study on Civic Education and Citizenship (ICCS) of 2009. The general results expose that young Paraguayan students show a low level of understanding of democratic concepts and principles in their academic performance, as well as favorable attitudes towards authoritarian practices. Despite these findings, positive aspects are identified that we can mention such as; the high degree of participation of students in organizations and civic activities among other social activities. In another phase of this analysis carried out, the context of political and social changes experienced by Paraguay since the fall of the dictatorship in 1989 has been taken into account, as well as the beginning of an educational reform launched in the early nineties. that would mark a restart of the Paraguayan educational system. This study highlights the need to understand educational dynamics in relation to the political and social environment, underlining the influence of these factors in the formation of civic attitudes in young Paraguayan students. The low understanding of democratic concepts and attitudes towards authoritarian practices pose significant challenges for the educational system and suggest the importance of adjustments in curricula and pedagogical strategies that promote informed citizenship committed to civic practice. In summary, this article offers valuable perspectives on the complex relationship between education, politics and citizen training in Paraguay, providing guidance for the design of more effective educational policies and pedagogical practices.

KEYWORDS: Academic performance, Citizenship training, Civic education, Democracy, Paraguay

INTRODUCCIÓN

En este artículo elabora un análisis sobre la participación de estudiantes paraguayos en el Estudio Internacional sobre Educación Cívica y Ciudadana *(ICCS, International Civic and Citizenship Education Study en inglés)* en 2009, una investigación dirigida por la Asociación Internacional para la Evaluación de los Logros Educativos *(IEA, International Association for the Evaluation of Educational Achievement, IEA)*. El motivo que ha impulsado la realización de esta investigación sobre el análisis realizado internacionalmente fue la necesidad de conocer y comparar a nivel internacional el desempeño de los jóvenes paraguayos en materia de formación ciudadana, la formación ciudadana que se considera el conjunto de normas o estándares comprendidos durante el proceso formativo en el nivel escolarizado que promueve la participación cívica, responsabilidad social, valores democráticos, pensamiento crítico y compromiso en la sociedad.

La participación de Paraguay en este estudio fue el resultado de un proceso que se inició en 2006 con la creación del Sistema Regional de Evaluación y Desarrollo de Competencias Ciudadanas (SREDECC). Desde sus primeros pasos, Paraguay formó parte de este sistema junto a Chile, Colombia, Guatemala, México y República Dominicana. Este análisis podrá aportar de manera muy importante a la Educación Paraguaya, ya que podrá ayudar a formular soluciones a las a problemáticas directamente vinculadas con la formación ciudadana como son: La participación estrechamente en los procesos económicos, sociales, culturales y políticos que afectan a sus vidas.

Los objetivos fundamentales que tendría el resultado de este análisis son: vincular experiencias de aprendizaje entre los demás países, con el fin de generar articulación curricular en temáticas de formación ciudadanía. Promover la activa y responsable organización de la comunidad con el objetivo de estimular la participación en su entorno educativo. Así también el sentido de pertinencia en la comunidad educativa, mediante la creación de espacios de socialización y participación ciudadana.

El estudio resulta de gran relevancia para el sector educativo nacional. Por un lado, significa un proceso de aprendizaje significativo para el equipo de especialistas del Ministerio de Educación y Cultura al integrarse en este proyecto. Por otro lado, la información que se

generada a partir del estudio es valiosa y pertinente. Esta información debería desempeñar un papel crucial en la revisión de las políticas educativas y en el fortalecimiento de la educación ciudadana de niños, niñas y adolescentes. Esto es especialmente importante considerando que el Estado paraguayo busca consolidarse dentro de un modelo democrático hasta nuestros días.

La formación ciudadana es fundamental en el contexto internacional y para muchos escritores por varias razones importantes, principalmente para lograr un buen estado democrático. Podemos mencionar que es esencial para empoderar a los ciudadanos para participar en la toma de decisiones políticas, promover los derechos humanos, resolver conflictos de manera pacífica, abordar problemas globales y fomentar la comprensión y la tolerancia en un mundo interconectado. Ayuda a construir una comunidad global más informada y comprometida, lo que es esencial para abordar los desafíos y las oportunidades que se presentan a nivel internacional.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para este trabajo de investigación se ha tomado como material principal todas las informaciones recolectadas mediante encuestas y entrevistas de un importante grupo estudiantes que están terminando la secundaria de los respectivos países participantes, dichas informaciones constituyen la herramienta fundamental diagnosticar la formación ciudadana que poseen los estudiantes con el propósito de obtener respuestas objetivas para describir las variables estudiadas y así poder analizar su influencia y como finalmente se relación con los resultados.

El diseño metodológico de esta investigación se basa en un enfoque cualitativo que se enfoca en proporcionar una descripción verbal y una comprensión detallada de la Formación Ciudadana. Este enfoque se aplica específicamente a estudiantes de último año de secundaria en diversos países participantes. Al utilizar métodos cualitativos, se busca capturar la riqueza y la complejidad de las experiencias y percepciones de estos estudiantes en relación con la Formación Ciudadana.

El diseño de investigación empleado es de naturaleza no experimental, ya que su enfoque se centra en medir y recopilar información sobre conceptos o variables sin intervenir en situaciones controladas. Esta metodología se ajusta a un estudio transversal, dado que se

recopilaron datos en un solo momento, teniendo en cuenta que esta se desarrolla durante el último semestre del año 2023. La investigación se desarrolla en el contexto de la educación secundaria, sin manipulaciones experimentales.

Para esta investigación se considera como unidad de análisis todos los estudiantes de último año de secundaria en diversos países participantes en el último semestre del 2009, puesto que ellos serán los futuros ciudadanos que participarán en la toma de decisiones políticas, promover los derechos humanos, resolver conflictos de manera pacífica, abordar problemas globales y fomentar la comprensión etc.

Para realizar este trabajo se utilizó la técnica basada en el método de revisión bibliográfica y como instrumento principal la lista de cotejo o fija, para conocer el nivel de conocimiento cívico que cubre contenidos relacionados con la sociedad civil y el sistema, principios cívicos, participación cívica, conducta de los estudiantes que abarcan los valores, actitudes, intenciones y conductas de los mismos.

La investigación presentada ocupa fuentes de información secundaria teniendo en cuenta que se ha utilizado los materiales contenidos en el análisis sobre la participación de estudiantes paraguayos en el Estudio Internacional sobre Educación Cívica y Ciudadana *(ICCS, International Civic and Citizenship Education Study en inglés)* en 2009 dirigido y elaborado por la Asociación Internacional para la Evaluación de los Logros Educativos.

RESULTADOS

Esta investigación presenta un contexto caracterizado por el tema de analizar el rendimiento de estudiantes paraguayos en formación ciudadana desarrollado en un contexto internacional teniendo en consideración la necesidad de conocer y comparar a nivel internacional el desempeño de los jóvenes paraguayos, vale decir que esta investigación se realiza en el año 2009, cuyo objetivos principales serían: vincular experiencias de aprendizaje entre los demás países, Incentivar la organización activa y responsable de la comunidad, para fomentar la participación en su entorno educativo. Promover el sentido de pertinencia en la comunidad educativa, mediante la creación de espacios de socialización y participación ciudadana.

El conocimiento en formación ciudadana de los estudiantes paraguayos es deficiente, ya que el 38.5% se ubica en el nivel más bajo, el 34.8% en el nivel 1, el 20.1% en el nivel 2 y solo el 6.6% alcanza el nivel 3 de logro. En comparación con otros países latinoamericanos, Paraguay se sitúa en la 5ta. posición en cuanto al puntaje promedio, detrás de Chile, Colombia, México, y Guatemala. A nivel internacional, Finlandia tiene el puntaje más alto, seguido por Dinamarca, Corea, China, Suiza y Polonia.

En Paraguay, se observa una notable tendencia donde las niñas superan a los niños en el puntaje promedio de formación ciudadana, una dinámica que se refleja en diversas naciones. Destaca que los estudiantes de instituciones privadas registran, en promedio, puntuaciones más elevadas en esta materia. Este fenómeno resalta la posible influencia del entorno educativo en el desarrollo de habilidades ciudadanas. Ofreciendo una perspectiva valiosa sobre las disparidades y dinámicas educativas en el país (SREDECC, 2010).

El rendimiento en la prueba de conocimiento cívico está vinculado al nivel educativo de los padres, siendo más alto cuando al menos uno de ellos tiene un nivel educativo superior. Sorprendentemente, los estudiantes que muestran una fuerte preferencia por un partido político obtuvieron las puntuaciones más bajas en conocimiento cívico, lo que sugiere que una adhesión política temprana no se correlaciona con un mayor conocimiento cívico.

En cambio, aquellos que tienen "en alguna medida" preferencia por partidos políticos obtienen las puntuaciones más altas, tanto en Paraguay como a nivel internacional (SREDECC, 2010).

En el análisis de percepciones y actitudes, las instituciones educativas emergen como la entidad más confiable para los estudiantes, obteniendo un 88% de confianza. Este nivel de confianza supera significativamente a otras instituciones, como los medios de comunicación, el gobierno, las personas en general y los partidos políticos, que se sitúan como las entidades de menor confianza. Estos datos, provenientes de un estudio realizado por SREDECC en 2010, destacan la preeminencia de las casas de estudio como pilares fundamentales en la construcción de la confianza estudiantil.

En cuanto a la igualdad de género, los estudiantes paraguayos reflejan opiniones similares al promedio internacional, pero con algunas diferencias. Mayoritariamente, los

varones (88%) y las niñas (85%) en Paraguay creen que las mujeres deberían priorizar la educación de los hijos, en contraste con el promedio internacional, donde menos niños (57%) y niñas (42%) comparten esta opinión. Además, la mayoría respalda la igualdad de derechos étnicos, superando el promedio internacional. En cuanto a la homosexualidad, más del 50% se opone al matrimonio entre personas del mismo sexo, pero también se oponen a la idea de que la moral del país se ve afectada por la presencia de homosexuales y lesbianas, según datos de la SREDECC en 2010.

La participación de los estudiantes paraguayos, se observa que la misma es superior al promedio internacional en actividades de la escuela, pero limita sus expectativas de participación política a votar y obtener información sobre los candidatos al igual que el nivel internacional. Cabe mencionar también que llama la atención el menor porcentaje de niñas que tiene expectativas de postularse en unas elecciones políticas (sólo 35% contra 48% de los varones) (SREDECC, 2010).

El estudio también revela que los estudiantes paraguayos sienten orgullo y deseo de vivir en el país (superior al promedio internacional). En cuanto a la figura de la autoridad en un 70% de estudiantes están de acuerdo que centrar el poder en una persona garantiza el orden y la seguridad (una dictadura). También consideran aceptable que un funcionario público consiga empleos a sus amigos en 51% y desobedecer la ley cuando no se le hace daño a nadie en un 62% (SREDECC, 2010).

A partir de estos resultados se puede decir que crea una figura de “joven divido”, aquel que participa en actividades en la escuela, organizaciones juveniles, religiosos, grupos de voluntariado y no en las actividades políticas. Aun así, expresan orgullo de su país con los deseos de vivir mejor.

La característica central del joven dividido, expresan valores de compromiso comunitario y convivencia alejados del individualismo, del autoritarismo y del conformismo, y por otro, Revelan carencias en el conocimiento de derechos y deberes cívicos, además de dificultades para discernir valores fundamentales de la convivencia democrática, reflejando una preocupante incapacidad en ambos aspectos. (Ayala de Garay & Schvartman, 1987). También el estudio reflejó actitudes de intolerancia y de incapacidad de establecer diálogos y disensos.

De acuerdo a los objetivos propuestos inicialmente, los resultados reflejan una deficiencia en materia de formación ciudadana en los estudiantes paraguayos, que indican como principal responsable a la transición de la dictadura y sus secuelas que siguen instalados en la sociedad, esto debería ser indicador principal para la realización de próximas investigaciones y que sirvan como instrumento para crear reformas educativas capaces de erradicar estas ideologías y fortalecer la formación ciudadana y lograr un buen estado democrático.

DISCUSIÓN

La evaluación del rendimiento de los estudiantes paraguayos en formación ciudadana en un contexto internacional en el año 2009 revela una situación preocupante, sin embargo, también nos presenta una oportunidad para reflexionar y tomar medidas efectivas para mejorar la educación cívica en Paraguay. La formación es fundamental para construir una sociedad participativa y justa, y debe ser prioridad en el sistema educativo del país; asimismo es necesario promoverla participación activa de los estudiantes en su comunidad, a través de proyecto y actividades que les permitan conocer y ejercer sus derechos y deberes como ciudadano.

Durante el proceso de evaluación del rendimiento de los estudiantes paraguayos en formación ciudadana en contexto internacional en el año 2009, Se presentó una limitación importante en cuanto a disponibilidad de los datos, la falta de representatividad de las muestras, la falta de uniformidad en los métodos de evaluación, la ausencia de información contextual y el posible cambió en las circunstancias a lo largo del tiempo son limitaciones importantes que se presentaron en la investigación.

Si bien la investigación presentó desafíos, se puede considerar los siguientes aspectos como fortalezas a; las pertinencias del tema, un marco metodológico sólido, la comparación internacional, la información sobre factores determinantes. Y considerar algunas debilidades de la investigación como: las limitaciones representativas de las muestras, falta de seguimiento longitudinal, dificultades en la comparación con otros países y la ausencia de análisis cualitativo.

En la etapa de culminación de la investigación muestra que los estudiantes paraguayos, en su desempeño académico, tienen una baja comprensión de conceptos y principios democráticos, así como actitudes favorables hacia prácticas autoritarias, demostrando así una insuficiente preparación en formación ciudadana. Esta investigación evidencia la necesidad y plantea implementar medidas para mejorar el rendimiento en este campo. Se enfatiza en la importancia de una educación cívica y ciudadana consiente y comprometido con su comunidad y su país.

Existe una amplia discusión sobre objetivos, contenidos y métodos en el campo de la educación cívica y la formación ciudadana a nivel global, actores como (Ben-Porath, 2012), planteaba que la diversidad en las naciones democráticas constituye un desafío para académicos y educadores. Este reto implica la necesidad de desarrollar enfoques educativos que no solo reconozcan las diferencias, sino que también establezcan bases comunes para el funcionamiento efectivo dentro de un marco democrático.

Fernández & Sundstrom (2011) se preguntan sobre el tipo de educación cívica que debería promover la escuela. El interés académico y político en este tema se origina en la globalización, la internacionalización, las migraciones masivas y el crecimiento de la diversidad social. Estos fenómenos subrayan la necesidad de capacitar a las personas para desenvolverse en un mundo cada vez más interconectado, culturalmente diverso y dinámico.

Osler (2011) distingue dos enfoques en la educación cívica: la tradicional, centrada en la nación-estado, y la cosmopolita, que resalta una identidad humana compartida y fomenta la solidaridad a nivel global. En la línea cosmopolita, Villafranca (Vilafranca Manguán & Buxarrais Estrada, 2009) analizan la propuesta de educación ciudadana de Martha Nussbaum como una propuesta de educación para la ciudadanía mundial Siguiendo la perspectiva de Nussbaum, una educación cívica de calidad se orienta hacia la ciudadanía global: "En lugar de enfocarse exclusivamente en la educación para la democracia o la formación nacional, la educación cosmopolita busca fomentar la coexistencia en una sociedad cada vez más diversa" (p. 115).

CONCLUSIÓN

A lo largo de esta evaluación, se ha observado como los jóvenes han adquirido conocimientos fundamentales sobre los derechos y responsabilidades ciudadanas, así como sobre la importancia de una participación activa y consciente en la sociedad. Es importante destacar que la formación ciudadana no solo se limita al ámbito nacional, sino que también tiene implicaciones a nivel internacional. Durante esta evaluación se han constatado la capacidad de los estudiantes para comprender y analizar tema de relevancia internacional como los derechos humanos, la igualdad de género. En conclusión, la evaluación de los estudiantes paraguayos en formación ciudadana en un contexto internacional evidencia un notable avance en su compresión y conocimientos sobre la importancia de su rol como ciudadanos globales. Sin embargo, es necesario continuar trabajando en el fortalecimiento de ciertos aspectos para garantizar una formación integral y preparar a los jóvenes para afrontar los desafíos de un mundo globalizado.

Esta investigación al principio se planteó problemáticas que radicaban en la carencia de información actualizada y en profundidad sobre la evaluación de la formación ciudadana en el país. Esta falta de datos dificulta la toma de decisiones informadas y la responsabilidad ciudadana. La investigación buscó abordar este problema mediante la recopilación y análisis de datos sobre la evaluación existente, así como la identificación de la fortaleza y debilidad en la formación ciudadana de los estudiantes paraguayos con esta formación se propone posibles mejoras en el sistema educativo para garantizar una educación cívica de calidad y acorde a los estándares internacionales.

Luego de la investigación realizada, se puede llegar a la conclusión principalmente de los siguientes puntos:

a) **Conciencia de derecho y responsabilidades:** la formación ciudadana en un contexto internacional implica desarrollar una conciencia de derecho y responsabilidades de los ciudadanos en el ámbito global. Esto incluye la compresión de los derechos humanos universales, la importancia de la participación ciudadana y compromiso con el desarrollo humano.

b) **Promoción de la diversidad y la inclusión:** La formación ciudadana en un contexto internacional también implica promover la diversidad y la inclusión. Esto implica fomentar el

respeto y la valoración de las diferencias culturales, étnico, religiosas y de género, así como el reconocimiento de la riqueza que aporta la diversidad de la sociedad.

c) **Desarrollo de las habilidades interculturales:** En un contexto internacional es fundamental desarrollar habilidades interculturales. Esto implica el desarrollo de la capacidad de comunicarse y colaborar de manera efectiva con personas de diferentes culturas. Estas habilidades son esenciales para comentar la paz y la Cooperación internacional.

En conclusión, la formación ciudadana en un contexto internacional es crucial para desarrollar una conciencia global en los ciudadanos. Esto implica la compresión de los derechos y responsabilidades universales, promoviendo la diversidad y la inclusión, así como el desarrollo de las habilidades interculturales. Al adquirir conocimiento y habilidades en estos aspectos los cuidados están mejor preparados para afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades en un mundo cada vez más interconectados. Es importante destacar que la formación ciudadana no es proceso estático, sino que debe ser continuo y adaptarse a los cambios y desafíos que surge a nivel global. La formación ciudadana es un contexto internacional no solo es esencial para el desarrollo personal de los individuos, si no también es fundamental para el progreso de la sociedad en su conjunto. Es a través de esta formación que se promueven valores universales y se fomenta la cooperación y el diálogo entre diferentes culturas, sentando las bases para un futuro mejor incluso y sostenible.

REFERENCIAS

Ayala de Garay, M., & Schvartman, M. (1987). *El joven dividido: La educación y los límites de la conciencia cívica. Asunción: Centro Interdisciplinario de derecho social y economía política (CIDSEP).*

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2006). *Sistema Regional de Evaluación y Desarrollo de Competencias Ciudadanas: Plan de Operaciones. Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo.*

Ben-Porath, S. (2012). *Citizenship as shared fate: Education for membership in a diverse democracy. Educational Theory, 4 (62), 381-395.*

Fernández, C., & Sundstrom, M. (2011). *Citizenship Education and Liberalism: A state of the debate analysis 1990-2010. Stud Philos Educ, 1 (30), 363-384.*

International Association for the Evaluation of Educational Achievement (IEA). (s/f). (2012). *www4.gu.se.* Obtenido de http://www4.gu.se/compeat/ ieaguidebook/ieasect2.pdf

Osler, A. (2011). *Teacher interpretations of citizenship education: national identity, cosmopolitan ideals, and political realities. Journal of Curriculum Studies, 1 (43), 1-24.*

Schulz, W., Ainley, J., Fraillon, J., & Losito, B. (2010). *Initial Findings from the IEA International Civic and Citizenship Education Study. Amsterdam: International Associationfor the Evaluation of Educational Achievement (IEA).*

Sistema Regional de Evaluación y Desarrollo de Competencias Ciudadanas (SREDECC). (2012). *www.sredecc.org.* Obtenido de http://www.sredecc.org/imagenes/que_es/documentos/SREDECC_febrero_2010.pdf

Sistema Regional de Evalución y Desarrollo de Competencias Ciudadanas (SREDECC). (2010). *Informe Nacional Paraguay: Estudio Internacional de Educación Cívica y Ciudadana ICCS 2009. Bogotá: SREDECC.*

Vilafranca Manguán, I., & Buxarrais Estrada, R. (2009). *La educación para la ciudadanía en clave cosmopolita. La propuesta de Martha Nussbaum. Revista española de pedagogía, 242 (67), 115-130.*

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL RUBRO DE ELECTRODOMÉSTICOS EN ASUNCIÓN PARAGUAY ENTRE LOS AÑOS 2022-2023

CUSTOMER LOYALTY IN THE FIEL OF HOUSEHOLD APPLICANCES IN ASUNCIÓN PY– PERIOD 2022/2023

Thania Paola Delmás da Costa
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
Thaniadelmasdacosta@hotmail.com

Cristhian Darío Alcaraz Céspedes
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
cespedesalcaraz13@gmail.com

Celeste Silvana Varela de Guane
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
csvs_976@hotmail.com

Maximino Iván Molinas Gómez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
maximinomolinas11@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la fidelización de clientes en el rubro de electrodomésticos en Asunción, Paraguay entre los años 2022-2023, que se define como las acciones que permiten convertir a un producto es especial ante los consumidores y convertirlos en clientes recurrentes del mismo. Por eso el objetivo en el presente trabajo fue identificar y conocer las distintas estrategias existentes para lograr la fidelización de los clientes en el rubro de electrodomésticos, el enfoque utilizado fue el cualitativo, la unidad de análisis fue el rubro de actividades correspondientes al sector electrodomésticos. Las técnicas de datos utilizadas se describen como de análisis documental, los instrumentos aplicados fueron provenientes de fuentes secundarias como la lista de cotejo y fichas de lectura. Como resultado significativo se puede mencionar que las estrategias empleadas por las empresas para lograr la fidelización de los clientes son la experiencia omnicanal, la personalización de la experiencia de compra,

involucrar a los empleados en el proceso, otorgar descuentos, ventajas en las membresías y seguimiento de flujos de ventas. Se concluye que se hace necesario, por parte de las empresas, invertir en estrategias de marketing, capacitación de empleados, y personalización de la experiencia por parte de los compradores para alcanzar la fidelización y ser más competitivos.

PALABRAS CLAVES: Experiencia, Fidelización, Membresía, Rubro

ABSTRACT

This research deals with customer loyalty in the household appliances industry in Asuncion, Paraguay between the years 2022-2023, which is defined as the actions that make it possible to convert a product is special to consumers and turn them into recurring customers of the same. Therefore, the objective of this study was to identify and learn about the different existing strategies to achieve customer loyalty in the household appliances sector, the approach used was qualitative, the unit of analysis was the activities corresponding to the household appliances sector. The data techniques used are described as documentary analysis, the instruments applied were from secondary sources such as the checklist and reading cards. As a significant result it can be mentioned that the strategies used by the companies to achieve customer loyalty are the omnichannel experience, personalization of the shopping experience, involving employees in the process, granting discounts, advantages in memberships and tracking sales flows. It is concluded that it is necessary for companies to invest in marketing strategies, employee training, and personalization of the experience on the part of buyers to achieve loyalty and be more competitive.

KEYWORDS: Experience, Loyalty, Membership, Item.

INTRODUCCIÓN

¿Qué entendemos por fidelización de clientes? La fidelización de clientes se refiere al conjunto de acciones que permiten que la marca de un producto cualquiera, frente a la competencia, se convierta en especial ante los ojos de los consumidores y, en consecuencia, éstos la buscan, comparan y se convencen de que el bien o servicio más conveniente convirtiéndolos así, en clientes recurrentes del mismo.

Por ello, comprendemos que la fidelización de los clientes, a más de ser un desafío el conseguirla para las empresas, se hace necesario que nosotros, como futuros profesionales del área de ingeniería comercial y marketing, aprendamos las estrategias de la misma, las que estaremos aplicando día a día en nuestros respectivos lugares de trabajo.

Con la presente investigación, apuntamos identificar y conocer las distintas estrategias existentes para lograr la fidelización de los clientes en el rubro de electrodomésticos en la ciudad de Asunción en el periodo correspondiente entre los años 2022 y 2023; para ello enfocaremos nuestra atención en analizar cuáles son las pautas básicas que utilizan las empresas del sector al momento de aplicar, el proceso de creación de contenidos relevantes y la propuesta de valor a sus clientes potenciales (avatar).

Las empresas crecen y permanecen en el mercado, debido a la fidelidad de sus clientes; no obstante, no siempre se tiene en cuenta ni se le da la importancia debida a la misma dentro del proceso de ventas, siendo ésta una de las principales problemáticas encontradas en nuestro país, traducida en la falta de seguimiento, calidad del servicio brindado, compromiso y mínima investigación sobre el comportamiento de los clientes.

El rubro electrodoméstico tiene en cuenta el importante papel de las estrategias de marketing, ya que es a fundamental para el éxito en este negocio, dado lo competitivo del mercado. Esto es posible mediante una organizada implementación de dichas estrategias en pos de mejorar la gestión de ventas y por ende su posicionamiento con respecto a la competencia y poder sacar ventajas con las competencias.

Cabe destacar que el tratamiento de la fidelidad de los clientes, para con los productos existentes en el mercado, ha sido objeto de numerosos estudios y análisis tanto en el contexto

internacional como en el nacional destacándose, en los mismos, el hecho de haber sido realizados para identificar si tal comportamiento es en respuesta a la calidad del servicio o a la confianza y satisfacción que infunden en el consumidor y si éste puede alcanzar finalmente los resultados óptimos que se le ofrecieron.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Los materiales utilizados en ésta investigación son netamente fuentes extraídas de publicaciones encontradas en páginas de sitios en *internet;* siendo abundante la acumulación de informaciones, que hacen alusión directa al tema propuesto, por ende, se hizo necesario escarbar en distintos enlaces para reflejar el papel de la fidelización de clientes en el rubro, en auge después de la pandemia.

El diseño metodológico empleado en la presente investigación sigue el enfoque *cualitativo*, teniendo en cuenta que esta estrategia nos permite un estudio de la fidelización del cliente en el rubro de electrodomésticos en Asunción en el periodo comprendido 2022-2023. El alcance de la investigación es *descriptivo*, ya que tienen como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado.

El diseño de la investigación es *no experimental* pues para la realización del trabajo se hace necesario la observación del comportamiento de fidelización de los clientes en el rubro de electrodomésticos. El corte es considerada *transversal* teniendo en cuanta que los datos recogidos se corresponden a los análisis bibliográficos obtenidos de estudios previos y experiencias documentadas en el contexto nacional en el periodo 2022-2023.

Para esta investigación se considera a la unidad de análisis el rubro de actividades correspondientes al sector electrodomésticos que realicen sus actividades de ventas y mercadeo en la ciudad de Asunción puesto que, es esa unidad, es donde la aplicación correcta de las estrategias para fidelizar a clientes y el mantenimiento de la rentabilidad de la empresa hace que la investigación sea creíble, viable y aceptable.

La técnica utilizada es la del análisis documental, ya que la información recabada y relevante proviene de los materiales escritos y analizados con criterios objetivos para su clara

compresión; los instrumentos empleados provienen de fuentes secundarias como son la lista de cotejo y fichas de lectura respectivamente, dado el amplio contenido existente sobre el tema; el procedimiento a seguir se basa en los datos de fuentes secundarias obtenidas de sitios y páginas de internet.

Partimos del hecho de que nuestro trabajo es de análisis de fuentes documentales, no tenemos contacto directo con el objeto de estudio, por ello la fuente secundaria es la que empleamos. Estas son páginas, enlaces y contenidos de *Internet, Artículos, Ensayos, Publicaciones Periodísticas,* de manera a resumir las informaciones de búsqueda sobre la fidelización de clientes en el rubro de electrodomésticos.

RESULTADO

Esta investigación presenta un contexto enfocado a la fidelización de clientes en el rubro de electrodomésticos, desarrollado en la ciudad de Asunción, teniendo en consideración un lapso de tiempo de 12 meses, entre el año 2022 – 2023. Además, el objetivo principal fue identificar las estrategias utilizadas por las empresas dedicadas a dicho rubro en el proceso de fidelización de los clientes para que, a partir de ahí, podamos conocer sus mecanismos de aplicación para que las actividades comerciales sean rentables, sustentables y con enfoque de crecimiento constante.

Los resultados más relevantes hallados son las estrategias claves empleadas como las de ofrecimiento de una experiencia *omnicanal,* en donde la atención se centra en la experiencia en sí del cliente, haciendo uso de los canales que el marketing brinda, facilitando la recopilación y empleo de los datos obtenidos que servirán para promociones futuras y mejorar la calidad del servicio. Se resalta la importancia de la experiencia que la omnicalidad ofrece sin importan el canal utilizado. Como ejemplo efectivo encontramos el uso de los e-mails, entendidas como herramientas efectivas y con los cuales se actualiza periódicamente a los clientes sobre promociones o productos nuevos en el mercado. (https://www.treble.ai/blog/como-fidelizar-cliente, s.f.)

La experiencia del cliente es la clave en el proceso de fidelización y esto se logra mediante la personalización de cada experiencia, con ésta estrategia se busca soluciones reales según sean necesidades y deseos; para ello es necesario analizar la cartera de clientes (base de datos)

y a partir de ahi ofrecer recomendaciones y comunicación personalizada, empleando toda la información que sea relevante para el cliente, demostrano verdadera preocupación por su satisfacción y como resultado, la fidelización está asegurada. (https://www.activecampaign.com/es/blog/fidelizacion-de-clientes, s.f.)

Otra estrategia sería la de involucrar al empleado a través de premios que lo motiven a acceder a más clientes en sus transacciones, llevandólo a un mayor entusiasmo y por ende mejor atención de los mismos. Esto aumenta el compromiso del empleado al ser consciente de las potenciales recompensas que sus acciones tendrán creando un flujo positivo y consolidando la fidelización con el producto y la empresa. (https://www.treble.ai/blog/como-fidelizar-cliente, s.f.)

Se puede optar por brindar a los clientes algo más que solo descuentos, es prioritario atender a sus necesidades y esto se logra creando “programas de fidelización por medio del llenado de encuestas o referir a otros”. Lo positivo de este tipo de estrategia es que a más de generar contenido de valor para el cliente, aumenta su fidelización otorgándole beneficios como sería la atención preferencias, regalos varios, insignias que no necesariamente impliquen compras recurrentes. (Qué son las métricas de marketing y cuáles miden el éxito (rdstation.com), s.f.)

En este lineaminento de estrategias, es necesario reconocer que los clientes no responden de igual manera, por más que sientan cierta afinidad con el producto por ello, ofrecer diferentes niveles de membresía por lealtad es una herramienta válida para incrementar la fidelidad. Proporcionar paquetes premium, con beneficios reales, atractivos y extras, tras un pago un poco mayor, puede ser un buen aliciente para muchos clientes. (https://www.treble.ai/blog/como-fidelizar-cliente, s.f.)

Finalmente, con la estrategia de seguimiento de flujo de ventas, se puede comprender como interactúa el cliente con el producto siendo una excelente fuente de información para el diseño de futuras campañas de marketing de las empresas ya que se puede atender el comportamiento de los compradores identificando quienes tienen probabilidades reales de ser clientes fieles y captarlos.

Una vez que la empresa se enfoca en lo que es realmente importante para salir a flote, en este caso se dice de forma resumida “EL CLIENTE ES EL PATRÓN”, esto hace que el resultado de la fidelización sea positivo para la empresa, un cliente satisfecho siempre te recomienda a una persona, pero un cliente insatisfecho se multiplica por 10 en cuanto a la no recomendación, por esto este tema es tan importante, más aún en un rubro tan solicitado como es el de los electrodomésticos.

Lo más significativo que notamos es como las empresas que no invierten en las estrategias de marketing, innovando, buscando lo que el cliente quiere y le satisface; sino logran capacitar a los empleados, crear un laso entre cliente/empresa en base a buenas experiencias con el personal, el producto y la post venta, el trabajo de fidelización será ir contra corriente debido a lo competitivo del mercado del rubro de electrodomésticos que es la actualidad.

En el aspecto porcentual, encontramos que, el 91% de los clientes vuelven a realizar compras cuando obtuvieron una buena experiencia ya sea con el vendedor o el producto, puesto que la tasa del éxito de una venta a un cliente existente es de 60 a 70%, mientras que con un nuevo cliente es del 5 a 20%; además, las empresas del rubro que hacen posible una experiencia calidad alta pueden reducir su costo en el manejo de atención al cliente hasta en un 33 %. (Fidelización del cliente: Qué es, importancia y beneficios (questionpro.com), s.f.)

Los aspectos legales a destacar son cuanto siguen; Según cita la Ley Ley Nº 1334 / DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO, el consumidor cuenta con 54 Artículos que lo respaldan en cuanto adquiera un producto y/o servicio que fuere y según representa la Empresa. Cabe aclarar que las empresas tienen un reglamento interno legal, regulado por el ente externo encargado del proceso. (Ley Ley Nº 1334 / DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO), s.f.)

Si un cliente decide comprar un electrodoméstico, y a su vez asume vía escrita, que todo reclamo será en base a las directrices de reclamos de garantía por falla de fábrica, anomalía, etc. el cliente no podrá recurrir a mecanismos legales según la ley citada para obtener solución o beneficio económico a través de una demanda. Las citaciones de los Artículo 6° al 14 son puntos claros que deben manejar la empresa y el cliente. La empresa para su defensa, el cliente

para su denuncia en caso de recurrir e instancias legales. Las empresas que siguen al pie de la letra lo mencionado en la legislación, logran que la fidelización del cliente es realmente rentable u sustentable.

De acuerdo al objetivo planteado, hemos deducido que las empresas dedicadas al seguimiento y búsqueda de fidelización de clientes, con las estrategias aceptados legal, comercial y competitivamente en el rubro de electrodomésticos en la ciudad de Asunción en el periodo 2022-2023, han conseguido mantener un alto flujo de ventas y la fidelización de sus compradores colocándolos en lugares de mayor relevancia para los mismos a la hora de acceder a esos productos.

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre el papel de las estrategias de marketing en el proceso de fidelización de clientes, considerando que hemos hallado que las buenas estrategias conllevan al éxito de las empresas del rubro de electrodomésticos de la ciudad de Asunción periodo 2022-2023, siempre cuando implementación se ha realizado en el momento correcto, con las ofertas necesarias, promociones, experiencias de los productos, garantías post vetas entre otros; ya que, fidelizar a los clientes, es un compromiso diario, sin declives ni dar chances a la competencia.

Tomando como referencia lo tratado por Shelley Pursell en un artículo de su blog (mencionado anteriormente) y el análisis que realizó para saber lo necesario sobre la fidelización del cliente, su papel, la importancia y el alcance que tiene una correcta aplicación de estrategias por parte de los dueños de las empresas (con sus colaboradores) para con los clientes existentes y potenciales llegamos a la discusión de los siguientes aspectos.

Durante el tiempo de investigación se nos ha presentado la limitación en cuanto a la información disponible y a partir de ahí, resumir las principales estrategias de fidelización de clientes, esto responde circunstancias como que las empresas del rubro en estudio en Asunción no tienen datos precisos sobre la fidelización, así como un cronograma o un procedimiento textual concreto, simplemente basándose en lo que se presentaba día a día igualmente, evidenciando la falta de interés en hacer públicas las estrategias utilizadas a modo de no dar ventajas a las competencias. Todo esto no llevó a muchos días en la redacción.

Si bien la investigación presentó desafíos, se puede considerar como fortaleza el compromiso asumido por cada integrante del grupo, que se ha hecho de tiempo, en horarios de almuerzos laborales y nocturnos pos-trabajo para poder investigar y aportar su parte en cada etapa conforme avanzaban las semanas; además hay que considerar como debilidad los siguientes puntos: el factor tiempo partiendo del hecho de que cada integrante cumple horarios laborales entre 8 a 12 horas y la escasa información sobre el tema investigado que nos impidió obtener un enfoque más concreto de las estrategias empleada en el rubro.

Finalmente podemos considerar que la investigación se encuentra en una etapa incipiente de desarrollo, recordando que los datos sobre la misma son escasos así como es su limitada disponibilidad; y esperamos aportar con lo realizado de la siguiente manera: ser una fuente para futuras tareas investigativas sobre el tema y lograr así ser una referencia útil para cada persona o empresa que buscan, por medio de la correcta aplicación de estrategias comprobadas en el rubro de electrodomésticos, la fidelización constante de los clientes.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentamos los aspectos concluyentes de la investigación realizada con un diseño no experimental, de corte transversal, con un enfoque netamente cualitativo, haciendo uso de la técnica de análisis documental que nos llevó a estudiar el tema de la fidelización de los clientes dentro del rubro de electrodomésticos, en la ciudad de Asunción, en el periodo comprendido entre los años 2022-2023.

Esta investigación planteó al principio la problemática de poder identificar, primeramente, para posteriormente, conocer las estrategias que existen en el mercado para lograr alcanzar la fidelización de los clientes en el rubro de electrodomésticos en la ciudad de Asunción entre los años 2022-2023, concentrando nuestra atención en analizar aquellas denominadas pautas esenciales o claves empleadas por las empresas de dicho sector económico.

Luego de esta investigación realizada se puede concluir principalmente lo siguiente: 1. Las empresas necesitan invertir en estrategias de marketing orientadas a los clientes, si desean no solo ser competitivas sino permanecer en el mercado; 2. La capacitación de los empleado es de vital importancia para que se establezca la relación cliente/empresa que se traduce en

ventas futuras; 3. Lo fundamental en la fidelización de los clientes es lograr la personalización de la experiencia, ya que al alcanzarla se cubren sus principales necesidades y por ende, sus deseos, obteniendo así todos resultados positivos.

Por último, de manera general consideramos que, si hablamos de lograr la fidelización de clientes en el rubro de electrodomésticos, la clave es hacer uso de las estrategias presentes en el mercado a través del marketing y que toda empresa tiene a su disposición para convertir a un cliente, existente o nuevo, en leal al producto por medio de su experiencia realmente satisfactoria.

REFERENCIAS

Fidelización del cliente: Qué es, importancia y beneficios (questionpro.com). (s.f.).

Fidelización del cliente: Qué es, importancia y beneficios (questionpro.com). (s.f.).

https://www.activecampaign.com/es/blog/fidelizacion-de-clientes. (s.f.).

https://www.treble.ai/blog/como-fidelizar-cliente. (s.f.).

https://www.treble.ai/blog/como-fidelizar-cliente. (s.f.).

https://www.treble.ai/blog/como-fidelizar-cliente. (s.f.).

Ley Ley Nº 1334 / DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO). (s.f.).

Orella, Juan Gilberto ; Cano Radil, Bernardino; Camara: Diputados. (15 de SETIEMBRE de 1998). LEYES PARAGUAYAS. Obtenido de LEYES PARAGUAYAS: https://www.bacn.gov.py

Pursell, S. (03 de ABRIL de 2023). HubSpot. Obtenido de HubSpot: https://blog.hubspot.es/service/guia-fidelidad-cliente

Qué son las métricas de marketing y cuáles miden el éxito (rdstation.com). (s.f.)

EVOLUCIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DE AZÚCAR ORGÁNICA DEL PARAGUAY DURANTE EL PERIODO 2012-2022: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

EVOLUTION OF PARAGUAY'S ORGANIC SUGAR EXPORTS DURING THE PERIOD 2012-2022: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Alanis Ayelen Diarte Stanley
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
alanisstan@gmail.com

Claudia Elizabeth Ferreira Almada
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
claudiarodrigo@hotmail.es

Jazmín Consuelo Ayala Roa
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
jazminayalaroa@gmail.com

Héctor Osmar Alderete Mendoza
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
h.ctorosmar94@gmail.com

RESUMEN

Este estudio se enfoca en analizar la evolución de la oferta exportable de azúcar orgánica de Paraguay durante el período 2012-2022, con el objetivo de identificar desafíos y oportunidades en este sector crucial para el desarrollo económico del país. Se adopta un enfoque cualitativo y descriptivo, utilizando fuentes secundarias confiables, bases de datos de comercio internacional y documentos académicos. La población se centra en las exportaciones de azúcar orgánica de Paraguay en el período mencionado. Los resultados muestran un crecimiento constante en la producción de azúcar, destacando la posición de liderazgo de Paraguay en el mercado de azúcar orgánica a nivel mundial. A pesar de desafíos como la competencia con Brasil y el contrabando, se identifican oportunidades en el aumento de la demanda global de azúcar y los precios. Para aprovechar estas oportunidades, Paraguay debe diversificar sus mercados de exportación y mejorar la competitividad de su industria azucarera. Para concluir, esta investigación subraya la importancia de la industria azucarera para el

desarrollo económico de Paraguay y destaca la necesidad de políticas que fortalezcan su posición en los mercados internacionales.

PALABRAS CLAVE: Competitividad industrial. Desafíos en exportación. Desarrollo económico de Paraguay. Exportaciones de azúcar orgánica. Oportunidades de mercado.

ABSTRACT

This study focuses on analyzing the evolution of Paraguay's organic sugar exports during the period 2012-2022, with the aim of identifying challenges and opportunities in this crucial sector for the country's economic development. A qualitative and descriptive approach is adopted, using reliable secondary sources, international trade databases, and academic documents. The population centers on Paraguay's organic sugar exports during the mentioned period. The results show steady growth in sugar production, highlighting Paraguay's leadership position in the global organic sugar market. Despite challenges such as competition from Brazil and smuggling, opportunities are identified in the increasing global demand for sugar and rising prices. To capitalize on these opportunities, Paraguay should diversify its export markets and enhance the competitiveness of its sugar industry. In conclusion, this research underscores the importance of the sugar industry for Paraguay's economic development and emphasizes the need for policies that strengthen its position in international markets.

KEYWORDS: Competitive industry. Export challenges. Paraguay economic development Organic sugar exports. Market opportunities.

INTRODUCCIÓN

La dinámica de la economía global ha impulsado una creciente interdependencia entre las naciones, generando una competencia en constante evolución en el ámbito de las exportaciones (Países Bajos. Gobierno, NU. CEPAL, Weller, Jürgen, 2000). En este contexto, el presente estudio se centra en analizar la evolución de la oferta exportable de azúcar orgánica del Paraguay en el período comprendido entre 2012 y 2022, con el objetivo de identificar los desafíos y las oportunidades que han surgido a lo largo de esta década. La elección de este tema se fundamenta en la importancia crucial que tienen las exportaciones en el desarrollo económico de los países, y en particular, en el caso de Paraguay, un país con una economía en vías de diversificación y un creciente interés en expandir sus mercados internacionales.

En el contexto nacional, Paraguay ha experimentado una serie de desafíos en relación con su oferta exportable de azúcar orgánica. A pesar de su rica base de recursos naturales y su potencial agropecuario, el país se ha enfrentado a obstáculos como la falta de diversificación, la dependencia de ciertos productos y la necesidad de mejorar la infraestructura logística para maximizar su competitividad en el mercado internacional (Masi, 2019). Estas cuestiones resaltan la necesidad de comprender cómo ha evolucionado la oferta exportable de azúcar orgánica del país a lo largo de los últimos diez años, y cómo se pueden abordar estos desafíos para aprovechar las oportunidades emergentes.

El objetivo central de esta investigación es proporcionar una evaluación exhaustiva de la evolución de la oferta exportable de azúcar orgánica del Paraguay durante el período 2012-2022, con el fin de identificar los factores que han influido en su desarrollo, así como los desafíos y oportunidades que se presentan en el horizonte económico. A través de un análisis detallado de las tendencias, patrones y cambios en las exportaciones paraguayas, se busca establecer una base sólida para la toma de decisiones informadas por parte de los actores involucrados en la política económica y el comercio exterior del país.

La relevancia de esta investigación radica en su enfoque único del rubro azucarero, pero particularmente orgánico del Paraguay y su evolución en un período de tiempo clave para el desarrollo económico del país. A pesar de la creciente literatura sobre comercio internacional y economía, hay una brecha en la comprensión específica de la situación paraguaya en este contexto. Además, la factibilidad del estudio se respalda por la disponibilidad de datos

confiables y la colaboración potencial con instituciones gubernamentales y académicas que tienen un interés directo en promover el crecimiento económico sostenible del país.

En el ámbito internacional, diversas investigaciones han abordado temas relacionados con la evolución y los desafíos que enfrentan las economías en desarrollo, al ser exportadores de productos primarios. Sin embargo, cada país tiene sus particularidades, lo que hace necesario un análisis específico para comprender las dinámicas únicas que influyen en el interés en consumir azúcar orgánica, uno de los rubros de los alimentos internacionales. En este sentido, este estudio busca situar la experiencia de Paraguay en el contexto global y construir sobre las contribuciones previas de autores diversos, enriqueciendo así la comprensión general de las tendencias económicas y comerciales en la región.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

El desarrollo de esta investigación se ha respaldado en una serie de recursos y herramientas esenciales, como el uso de “notebooks”, conexión a internet, buscadores académicos, entre otros. Se han empleado bases de datos de comercio internacional y estadísticas de exportación, las cuales pertenecen a entidades gubernamentales y organismos internacionales. Además, se ha recurrido a documentos académicos, reportes relacionados con el comercio agrícola y la economía de Paraguay. Estos materiales han proporcionado una base sólida para el análisis de la evolución de la oferta exportable de azúcar orgánica en el período 2012-2022.

El enfoque metodológico de esta investigación es cualitativo, centrado en comprender y elaborar una descripción explicita de los factores subyacentes que han influenciado la oferta exportable de azúcar orgánica de Paraguay. El alcance de la investigación es descriptivo, con el objetivo de explorar la evolución de esta oferta a lo largo de la década, identificando desafíos pasados y futuros, así como las oportunidades emergentes. Se ha adoptado un diseño no experimental de corte transversal, que implica analizar datos y tendencias en un único punto temporal a lo largo de varios años.

En cuanto al diseño de investigación, se ha optado por un diseño no experimental y de corte transversal. Esta elección se justifica por la necesidad de capturar un momento específico en el tiempo, abarcando el período 2012-2022, para analizar con detalle los factores que han

influenciado esta evolución en el contexto de la economía global. El diseño no experimental es coherente con la naturaleza descriptiva del alcance de la investigación, permitiendo un análisis en profundidad de los cambios y patrones observados en las exportaciones de azúcar orgánica de Paraguay.

La unidad de análisis de este estudio consiste en las exportaciones de azúcar orgánica de Paraguay durante el periodo 2012-2022. Se examinará la evolución de estas exportaciones, considerando los factores que han influido en su desarrollo, así como los desafíos y oportunidades que se han presentado en el contexto económico y comercial del país. Además, se pretende comprender los patrones, tendencias y cambios en la oferta exportable de azúcar orgánica, permitiendo una evaluación exhaustiva que contribuirá a la toma de decisiones informadas en la política económica y el comercio exterior de Paraguay, esto considerando que no se recolectarán datos que requiera de la determinación de una población o muestra.

Las técnicas de recolección de datos se realizaron a través de un análisis documental profundo de fuentes secundarias. Se han empleado instrumentos como las fichas de lectura para analizar documentos académicos, informes gubernamentales y publicaciones relevantes en el ámbito del comercio y la economía de Paraguay. Estos documentos ofrecen una visión enriquecedora de los factores que han influido en la oferta exportable de azúcar orgánica en los aspectos positivos y negativos.

En términos de fuentes de información, esta investigación se basa exclusivamente en fuentes secundarias, como bases de datos de comercio internacional, documentos académicos y publicaciones relacionadas. Estas fuentes bibliográficas han permitido contextualizar la evolución de la oferta exportable de azúcar orgánica y proporcionar una visión integral de los desafíos y oportunidades enfrentados por Paraguay en este ámbito.

RESULTADOS

Esta investigación plantea un contexto caracterizado por el tema de la oferta exportable de azúcar orgánica del Paraguay: desafíos y oportunidades, desarrollada en la ciudad de Asunción, teniendo en cuenta cómo aspecto temporal el periodo de 2012 a 2022. Lo más resaltante de esto es el objetivo principal, que se enfoca en determinar sus desafíos y oportunidades.

En un contexto más amplio, entre 2008 y 2018, la producción mundial de azúcar mantuvo una estabilidad general, experimentando un crecimiento promedio anual del 2%. Esto se tradujo en un aumento constante de la producción total, que pasó de 163,3 millones de toneladas en 2008 a 194,3 millones de toneladas en 2018. En esta dinámica, Brasil destacó como el principal productor a nivel global, contribuyendo en promedio con el 21% de la producción total. Le siguieron India y la Unión Europea, que aportaron aproximadamente el 16% y el 10%, respectivamente. Tailandia, China y Estados Unidos también jugaron un papel esencial en la producción global, sumando aproximadamente el 65% del total (Masi, 2019).

En el ámbito del Mercosur Ampliado, que incluye a Paraguay, Uruguay, Argentina, Brasil, Venezuela, Chile, Colombia, Bolivia, Perú y Ecuador, la producción de azúcar representó el 22% de la producción mundial en 2018. Ese año, Brasil lideró de manera sobresaliente con el 84% de la producción regional, consolidando su posición tanto a nivel regional como global. Colombia (5%), Argentina (4%) y Perú (2%) siguieron en la lista, aunque a cierta distancia. A pesar de su modesta contribución del 0,1% en la producción regional de azúcar, Paraguay se destacó notablemente como líder en la producción mundial de azúcar orgánico, un nicho de mercado en constante expansión (Masi, 2019).

En lo que respecta a la producción de caña de azúcar en Paraguay, esta ha mantenido un crecimiento constante, con un promedio anual del 3,7% desde 2008. En la campaña agrícola 2017/18, se alcanzaron 6,160,000 toneladas, con una superficie de siembra que ha crecido un 1,2% en promedio anual desde 2008, llegando a abarcar 110,000 hectáreas. El rendimiento también ha experimentado mejoras, registrando su punto máximo en la campaña agrícola 2016/17, con 56,000 kilogramos de caña de azúcar por hectárea (Enciso, 2019).

En el sector azucarero de Paraguay, se observa una diversidad en el tamaño de las unidades económicas. En 2011, el 59% de estas unidades eran micro y pequeñas empresas, mientras que el 41% restante correspondía a grandes empresas. A pesar de esta diversificación, las grandes unidades económicas han generado la mayor parte del empleo en la industria, con un impresionante 94%, en comparación con el 16% generado por las micro y pequeñas. Además, el 99,2% de los ingresos por ventas de bienes se ha concentrado en las grandes unidades económicas (Masi, 2019).

Paraguay, aunque con una participación limitada en la producción de azúcar a nivel regional, ha logrado posicionarse como líder en la producción de azúcar orgánico, lo que ha brindado una fuente adicional de ingresos para los pequeños productores y ha contribuido significativamente a la diversificación de la agricultura familiar de ingresos. No obstante, en las últimas décadas, la industria azucarera nacional ha enfrentado desafíos considerables, como la competencia con el azúcar brasileño de mayor volumen y rendimiento, así como el contrabando desde Brasil (Masi, 2019).

En cuanto a las exportaciones, según el Banco Central del Paraguay (BCP) los datos reflejan un escenario variable. A pesar de la buena acogida del azúcar orgánico paraguayo en los mercados internacionales, las exportaciones totales de azúcar experimentaron una reducción significativa en 2022, registrando 78,000 toneladas, lo que representó una disminución del 20,4% en comparación con el año anterior. En términos de valores, estas exportaciones sumaron USD 49,4 millones, también disminuyendo en un 20,4%. El precio promedio se situó en 633,87 USD por tonelada (Banco Centrar del Paraguay, s.f.).

El informe de Perspectivas Agrícolas 2022-2031 elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos conjuntamente con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, proyecta un aumento continuo en el consumo global de azúcar durante la próxima década. Este crecimiento se atribuye principalmente al aumento demográfico en países de ingresos bajos, lo que impulsará la demanda global de azúcar. En términos de precios, se anticipa una tendencia moderada al alza, lo que brinda oportunidades para que Paraguay fortalezca su posición en los mercados internacionales de azúcar y aborde los desafíos existentes (OCDE FAO, 2022). Estos datos ofrecen un panorama amplio de la evolución de la oferta exportable de azúcar, destacando tanto los desafíos como las oportunidades.

De acuerdo al objetivo de este análisis, se puede señalar que la producción de azúcar en Paraguay ha experimentado un crecimiento constante en la última década, destacándose en la producción de azúcar orgánico, aunque enfrenta desafíos como la competencia con Brasil y el contrabando. Para aprovechar las oportunidades en el aumento de la demanda global y los precios, Paraguay debe enfocarse estratégicamente en diversificar sus mercados de exportación y mejorar la competitividad de su industria azucarera. Se recomienda

investigaciones futuras en estas áreas, para fortalecer su posición en los mercados internacionales.

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre el impacto significativo que la evolución de la oferta exportable de azúcar orgánica del Paraguay puede tener en su desarrollo económico a largo plazo. Considerando que hemos hallado un crecimiento constante en la producción de azúcar, especialmente en el nicho de mercado de azúcar orgánica, es evidente que este sector tiene un gran potencial para contribuir a la diversificación de la economía paraguaya y a la generación de ingresos para los pequeños productores.

Los resultados demuestran que la evolución de la exportación de este producto ha sido en general bastante variable, y particularmente, destacando que el Paraguay produce y exporta, por más que se encuentre a factores como el contrabando en el país vecino, el producto diferenciado, por sus características exclusivas al ser elaborado de forma orgánica.

Investigadores del Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas, destacan en su informe de producción orgánica para el año 2019/2020, que diversos países adquieren productos paraguayos con certificación orgánica, entre los cuales se encuentra la azúcar orgánica e indica que son en mayor medida Estados Unidos, Unión Europea y Japón, además de subrayar el consumo en el mercado nacional (Fleitas & Lovera, 2020).

Ello indica el interés que existe a nivel mundial y la tendencia del mercado internacional al consumo de este producto, como señala también organizaciones internacionales como OCDE/FAO, cuyos estudios sugieren que el mundo va camino a una mayor demanda de alimentos naturales, saludables y orgánicos, lo que también influye en la producción. Sin embargo, como lo demostraron los resultados, todavía queda una importante tarea a nivel nacional de manera a aumentar la producción y diversificar nuestros mercados en relación a ese producto (OCDE FAO, 2022).

Durante el periodo de realización de la investigación se nos han presentado las siguientes limitaciones. Estas responden a circunstancias como la disponibilidad limitada de datos específicos sobre el comercio de azúcar orgánica, lo que nos obligó a basarnos en fuentes

secundarias en su mayoría. Además, hubo desafíos relacionados con la fluctuación en los precios internacionales del azúcar y las condiciones climáticas que afectaron la producción en algunos años. Estas limitaciones subrayan la importancia de contar con datos precisos y actualizados para futuras investigaciones.

Si bien la investigación presentó desafíos, se pueden considerar los siguientes aspectos como fortalezas. En primer lugar, el enfoque cualitativo permitió una comprensión profunda de los factores subyacentes que influyen en la oferta exportable de azúcar orgánica de Paraguay. Además, el uso de fuentes secundarias confiables garantizó la integridad de los datos analizados. Sin embargo, es necesario reconocer como debilidades la falta de acceso a datos primarios y la limitada capacidad para abordar algunas de las limitaciones identificadas.

Finalmente, podemos considerar que la investigación se encuentra en una etapa de contribución al entendimiento de la evolución de la oferta exportable de azúcar orgánica de Paraguay. Esperamos aportar con lo realizado al destacar las oportunidades y desafíos que enfrenta el país en este sector clave. Este estudio pone de manifiesto la importancia de diversificar los mercados de exportación y mejorar la competitividad de la industria azucarera paraguaya para aprovechar las perspectivas de crecimiento global. Además, señala la necesidad de investigaciones futuras que aborden específicamente estas áreas para fortalecer la posición de Paraguay en los mercados internacionales.

CONCLUSIONES

En este apartado, presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre la evolución de la oferta exportable de azúcar orgánica del Paraguay durante el período 2012-2022. Esta investigación representa un esfuerzo por comprender en profundidad cómo se ha desarrollado la industria del azúcar orgánico en el país y cuáles son los desafíos y oportunidades que enfrenta en el mercado global. A través del análisis detallado de datos y tendencias, hemos obtenido información valiosa que arroja luz sobre el panorama económico y comercial de Paraguay en relación con este sector crucial.

Esta investigación al principio se planteó la problemática de comprender cómo ha evolucionado la oferta exportable de azúcar orgánica de Paraguay en la última década y cómo abordar los desafíos que enfrenta para aprovechar las oportunidades emergentes en el

mercado internacional. Desde el inicio, se reconoció que Paraguay, a pesar de su potencial agropecuario y su rica base de recursos naturales, enfrentaba obstáculos significativos, como la falta de diversificación, la dependencia de ciertos productos y la necesidad de mejorar la infraestructura logística. Estas cuestiones sentaron las bases para una investigación que buscaba proporcionar respuestas a estos desafíos y abrir el camino hacia un desarrollo económico sostenible.

Luego de la investigación realizada, se pueden concluir principalmente las siguientes tres conclusiones:

- Paraguay ha experimentado un crecimiento constante en la producción de azúcar, especialmente en el nicho de mercado de azúcar orgánica. Durante la última década, el país ha logrado establecerse como líder en la producción mundial de azúcar orgánico, lo que ha brindado una fuente adicional de ingresos para los pequeños productores y ha contribuido significativamente a la diversificación de la agricultura familiar de ingresos. A pesar de los desafíos, este crecimiento constante es una señal alentadora de la capacidad del país para competir en el mercado internacional.
- A pesar de su modesta contribución en la producción regional de azúcar, Paraguay se ha destacado como líder en la producción mundial de azúcar orgánico, lo que le brinda una ventaja competitiva en un mercado en constante expansión. Esta posición de liderazgo representa una oportunidad única para el país, que debe ser aprovechada para consolidar su presencia en el mercado global y diversificar sus exportaciones.
- Para aprovechar las perspectivas de crecimiento global en el consumo de azúcar, Paraguay debe enfocarse estratégicamente en diversificar sus mercados de exportación y mejorar la competitividad de su industria azucarera. El informe de Perspectivas Agrícolas 2022-2031 elaborado por la OCDE/FAO proyecta un aumento continuo en el consumo global de azúcar durante la próxima década, lo que ofrece oportunidades significativas para el país. Sin embargo, para aprovechar estas oportunidades, es esencial abordar los desafíos existentes y adoptar políticas que promuevan un crecimiento sostenible en la industria del azúcar.

Por último, de manera general, consideramos que esta investigación subraya la importancia de la industria azucarera en el desarrollo económico de Paraguay y resalta la

necesidad de políticas y estrategias que fortalezcan su posición en los mercados internacionales. Paraguay tiene el potencial de convertirse en un actor relevante en la producción y exportación de azúcar orgánico a nivel mundial, y esta investigación proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas que impulsen su crecimiento y contribuyan al bienestar económico del país en el futuro.

REFERENCIAS

Banco Centrar del Paraguay. (s.f.). Obtenido de SICEX: https://www.bcp.gov.py/

Enciso, V. (2019). Producción y Comercialización de la Caña de Azúcar. *Área de Economía Rural de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Asunción*, 18.

Felitas, L. D., & Lovera, M. (2020). *PRODUCCIÓN ORGÁNICA: Cadena de Producción y Comercialización.* Asunción.

Masi, B. S.-F. (2019). *Acuerdo UE – Mercosur. Oportunidades y desafíos para el Paraguay.* , Asunción - Paraguay: Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguay.

OCDE-FAO. (2022). *OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2022-2031.* París: OECD Publishing. Obtenido de https://doi.org/10.1787/820ef1bb-es.

Países Bajos. Gobierno, NU. CEPAL, Weller, Jürgen. (2000). *Reformas económicas, crecimiento y empleo: los mercados de trabajo en América Latina y el Caribe.* Santiago, Chile: CEPAL.

FORMACIÓN Y PREPARACIÓN DE LOS DOCENTES EN EL ÁMBITO DE LA EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEL CENTRO EDUCATIVO INTEGRAL SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS DE LA CIUDAD DE HERNANDARIAS EN EL AÑO 2022

TRAINING AND PREPARATION OF TEACHERS IN THE FIELD OF ENVIRONMENTAL EDUCATION AT THE SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS COMPREHENSIVE EDUCATIONAL CENTER IN THE CITY OF HERNANDARIAS IN 2022

Eileen Fischer Waldbrunner
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
fischereileen7@gmail.com

Gloria Elizabeth Arguello Medina
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
gloriaarguello.unida@gmail.com

María Librada Viveros Balmaceda
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
viverosmaria479@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la Formación y Preparación de los Docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental. Que se define como un campo pedagógico interdisciplinario que busca generar procesos para la construcción de saberes, valores y prácticas ambientales. Por ello el objetivo de este trabajo fue brindar mayor conocimiento a los Docentes de los distintos niveles, para que se pueda promover en los estudiantes la responsabilidad social y ayudar al desarrollo sostenible. El enfoque utilizado fue el cualitativo teniendo en cuenta que se busca conocer la cualidad o calidad del objeto de estudio, se considera como unidad de análisis a los Docentes del Centro Educativo Integral Sagrado Corazón de Jesús de la Ciudad de Hernandarias. Las técnicas de recolección de datos utilizadas se dan por medio del análisis de revisiones bibliográficas y documentales recabadas como así también lecturas de fuentes secundarias de tal manera a obtener materiales e informaciones fidedignas y brindar a los lectores datos reales. Como instrumentos fueron aplicadas las fichas de lectura. Como resultado significativo se puede mencionar la importancia de la Educación Medioambiental en

la Formación y Preparación de los Docentes, pues no solo se centra en la transmisión de conocimientos sino también en el desarrollo de actitudes y valores pro ambientales, que permitan un mayor impacto en los estudiantes. Se concluye que la Formación y Preparación de los Docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental son elementos esenciales para fomentar una Comunidad Educativa informada y comprometida con la sostenibilidad ante los desafíos ambientales.

PALABRAS CLAVES: Docentes, Educación, Formación, Medioambiental, Preparación.

ABSTRACT

This research deals with the Training and Preparation of Teachers in the field of Environmental Education. Which is defined as an interdisciplinary pedagogical field that seeks to generate processes for the construction of knowledge, values and environmental practices. Therefore, the objective of this work was to provide greater knowledge to Teachers at different levels, so that social responsibility can be promoted in students and help sustainable development. The approach used was qualitative, taking into account that it seeks to know the quality or quality of the object of study, the Teachers of the Sagrado Corazón de Jesús Comprehensive Educational Center of the City of Hernandarias are considered as the unit of analysis. The data collection techniques used are through the analysis of bibliographic and documentary reviews collected as well as readings of secondary sources in such a way as to obtain reliable materials and information and provide readers with real data. Reading cards were applied as instruments. As a significant result, we can mention the importance of Environmental Education in the Training and Preparation of Teachers, since it not only focuses on the transmission of knowledge but also on the development of pro-environmental attitudes and values, which allow a greater impact on the students. It is concluded that the Training and Preparation of Teachers in the field of Environmental Education are essential elements to promote an informed Educational Community committed to sustainability in the face of environmental challenges.

KEYWORDS: Education, Environmental, Preparation, Teachers, Training.

INTRODUCCIÓN

La Educación Medioambiental es un campo pedagógico interdisciplinario que busca generar procesos para la construcción de saberes, valores y prácticas ambientales en espacios de la educación formal, no formal e informal, con el objetivo de promover conciencia ecológica y el cuidado del medioambiente. La investigación en este campo es esencial para mejorar la calidad y la efectividad de la Educación Medioambiental y contribuir a un futuro más sostenible.

La Educación Medioambiental se enfrenta a varias problemáticas y desafíos en su esfuerzo por promover la conciencia y la acción en torno a cuestiones medioambientales y sociales, algunas son la falta de integración en los sistemas educativos, la formación y preparación insuficiente de docentes ya que muchas veces no cuentan con los conocimientos suficientes para enseñar temas medioambientales de forma efectiva, faltas de recursos por tal motivo se puede limitar la capacidad de las Instituciones Educativas para implementar programas de educación medioambiental efectivos, la falta de participación de la comunidad educativa, la poca participación y el apoyo de la comunidad muchas veces puede llegar a ser un obstáculo. Superar estas problemáticas requiere el compromiso de las Instituciones educativas, docentes y la comunidad en general.

Nos enfocamos en la Educación Medioambiental con el objetivo de brindar mayor conocimiento a los Docentes de los distintos niveles del Centro Educativo Integral Sagrado Corazón de Jesús, y que por medio de su formación y preparación los Docentes, puedan promover en los niños/as la responsabilidad social, ayudar al desarrollo sostenible, generar cambios en el comportamiento de los alumnos hacia practicas más sostenibles, generar interés para la participación ciudadana, para empoderar a las personas que participen activamente en la toma de decisiones y acciones relacionadas con problemas ambientales y sociales de su comunidad.

La elección de la Educación Medioambiental como tema se basa en la creencia de que la educación es un medio poderoso para crear conciencia, inspirar cambios y fomentar una sociedad más consiente y comprometida con la sostenibilidad y la equidad, siempre de la mano de los Docentes que día a día luchan por una Educación de calidad en nuestro país. La

combinación de desafíos medioambientales y sociales hace que este enfoque sea cada vez más relevante en el mundo actual.

La formación y preparación de docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental es un tema de gran importancia que ha sido objeto de investigación por varios autores. Paul Hart en su libro aborda la formación de docentes en relación con la educación medioambiental y la importancia de la preparación de los educadores para impartir conceptos medioambientales en aula. Lucie Sauvé es una investigadora canadiense especializada en educación ambiental, ha realizado investigaciones sobre la formación de docentes en el contexto de la educación para la sostenibilidad. Su trabajo se centra en la preparación de los docentes para abordar temas críticos relacionados con el medioambiente.

Peter Blaze Corcoran, ha investigado la preparación de docentes para la educación al aire libre y la educación ambiental experiencial. Su trabajo se centra en como los docentes pueden integrar la naturaleza y el entorno en su enseñanza. Estos autores y como muchos otros han contribuido significativamente a la comprensión y preparación de los docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental. Sus investigaciones han ayudado a desarrollar enfoques efectivos y mejores prácticas para la preparación de docentes que puedan enseñar de manera efectiva sobre temas medioambientales y promover la acción en esta área.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para este trabajo se ha utilizado como materiales de páginas web, se han realizado revisiones minuciosas, como así también se ha recurrido a lecturas bibliográficas de artículos, informes y revistas publicadas, siendo las herramientas utilizadas la computadora, el internet, teléfonos celulares y cuadernos de registro. Que son de suma importancia y darán realce al trabajo investigativo realizado.

El diseño metodológico empleado en la presente investigación es un estudio con enfoque cualitativo teniendo en cuenta que busca conocer la cualidad o calidad del objeto de estudio, descubrir coherentemente peculiaridades y reflexionar sobre sus componentes. El alcance o nivel de la investigación es descriptivo ya que tiene como finalidad especificar características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. El

diseño de investigación es no experimental pues en un trabajo en el área de Ciencias Sociales, incluye observaciones directas de cualidades y cantidades de manera sistemática y analítica. La corte considerada es transversal, teniendo en cuenta que en la investigación serán recopiladas informaciones y datos ya realizados o publicados por otros tipos de autores o protagonistas, dichos datos serán recolectados en un periodo determinado del año 2023.

Para esta investigación se considera la unidad de análisis a los Docentes del Centro Educativo Integral Sagrado Corazón de Jesús de la ciudad de Hernandarias, de tal manera a obtener las informaciones necesarias y precisas, sobre la formación y preparación adquirida en el ámbito de la Educación Medioambiental de dichos Docentes, ya que son ellos los protagonistas de impartir conocimientos a los niños y jóvenes de los diferentes niveles en la Institución.

Las técnicas de investigación para la obtención de las informaciones se harán por medio del análisis de revisiones bibliográficas y documentales recabadas durante el periodo del trabajo investigativo. El procedimiento se hará acuerdo a la búsqueda de datos, lecturas de fuentes secundarias y como instrumentos se utilizará las fichas de lectura, pues servirá para organizar la información tomada de las diversas fuentes recopiladas y de esa manera obtener datos importantes.

La investigación presentada ocupa fuentes de información secundaria, teniendo en cuenta que la investigación es netamente bibliográfica, esto significa que se han utilizado materiales ya existentes, enfocados en estudios realizados anteriormente por otros investigadores. De tal manera a obtener materiales e informaciones fidedignas y así brindar a los lectores datos reales y de gran impacto.

RESULTADOS

Esta Investigación presenta un contexto caracterizado por el tema Educación Medioambiental, desarrollado en el Departamento de Alto Paraná, específicamente en la ciudad de Hernandarias, teniendo en consideración la formación y la preparación de los Docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental del Centro Educativo Integral Sagrado Corazón de Jesús en el año 2022. Además, el objetivo principal fue brindar mayor conocimiento

o información a los Docentes de dicha Institución para aumentar la formación y preparación de los mismos en el ámbito de Educación Medioambiental.

Los resultados más relevantes hallados son, la formación y preparación de los docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental, ya que es un tema de gran importancia, pues los educadores desempeñan un papel fundamental en la trasmisión de conocimientos y valores relacionados con la protección del medio ambiente. Se ha observado un creciente interés en la formación de docentes con un enfoque interdisciplinario en la educación ambiental. Esto implica la integración de contenidos ambientales en el currículo escolar, lo que requiere una formación sólida en ciencias, humanidades y pedagogía. (Educación Ambiental, Paul Hart 2013). Las investigaciones realizadas han destacado la importancia de la educación experiencial en la formación de Docentes. Los educadores deben estar preparados para llevar a cabo actividades prácticas, salidas de campo y proyectos relacionados con el Medioambiente para involucrar a los estudiantes de manera significativa, y despertar en los niños/as ese interés en la conservación del Medio Ambiente dentro de su entorno más próximo. (Desarrollar ciudadanos alfabetizados en sostenibilidad a través del aprendizaje al aire libre. Alison Lugg 2007).

La formación de los docentes no solo se centra en la transmisión de conocimientos, sino también en el desarrollo de actitudes y valores pro ambientales. Las investigaciones han demostrado que es esencial que los docentes sean modelos a seguir en términos de actitudes hacia la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente. Pues los mismos deben estar capacitados para ayudar a los estudiantes a comprender la importancia de la práctica de los valores como la responsabilidad, la empatía y la justicia ambiental con relación al medio ambiente. La formación ética y valores es esencial en este contexto. (Análisis crítico de la investigación en educación ambiental. Paul Hart y Kathleen Nolan 1999).

La Educación Medioambiental es un campo en constante evolución, por lo que la formación continua es esencial para los docentes. Los programas de desarrollo profesional y la actualización constante de conocimientos son fundamentales para mantenerse al día con las últimas tendencias y avances en este campo. Las diversas investigaciones también han abordado la importancia de la evaluación de la educación medioambiental y el seguimiento de los resultados. Los docentes deben ser capaces de medir el impacto de sus esfuerzos en la

concienciación y el comportamiento ambiental de sus estudiantes. (Investigación en Educación Ambiental, Calixto Flores 2012).

Los actos que realizamos tienen impacto en el medioambiente, con el transcurrir de los años ha desarrollado cambios irreversibles que influyen en la vida de nuestro planeta. Por tal motivo Nuestra Carta Magna dispone en la Sección II del Ambiente los siguientes dos artículos que quisiéramos destacar: Articulo 7.- Del derecho a un ambiente saludable: Toda persona tiene derecho a habitar en un ambiente saludable y ecológicamente equilibrado. Articulo 8.- De la protección ambiental: Las actividades susceptibles de producir alteración ambiental serán reguladas por la ley. Asimismo, esta se podrá restringir o prohibir aquellas que califiquen peligrosas.

De acuerdo al objetivo de brindar un mayor conocimiento en el ámbito de la Educación Medioambiental a los Docentes, para aumentar su formación y preparación, podemos considerar que los resultados fueron bastante alentadores, porque cada vez más va despertando en ellos el interés por conocer aún más acerca de este tema y de esa manera puedan ir implementándolo en las Instituciones Educativas. Para futuras investigaciones con respecto en el ámbito del Educación Medioambiental, podemos considerar diversas propuestas y enfoques, como por ejemplo investigar la eficacia de los programas de formación de docentes en Educación Medioambiental. Se puede realizar un estudio de seguimiento que analice como los Docentes aplican lo aprendido en su enseñanza y cómo afecta a los estudiantes en términos de conciencia y comportamiento ambiental.

Investigar enfoques pedagógicos innovadores que puedan utilizarse en la Educación Medioambiental, como el aprendizaje basado en proyectos, la pedagogía del lugar, el uso de la tecnología. Por otro lado, analizar las competencias específicas que los docentes necesitan desarrollar para enseñar eficazmente la educación Medioambiental, como la capacidad de facilitar debates sobre temas ambientales controvertidos o diseñar programas de sostenibilidad en la escuela.

Podemos proponer otra propuesta más que sería la investigación de cómo podemos fomentar colaboraciones entre Docentes de diferentes disciplinas para integrar de manera efectiva la educación ambiental en el currículo general. Como así también identificar las

barreras y desafíos que enfrentan los docentes en la implementación de la Educación Medioambiental y proponer soluciones efectivas. Estas propuestas pueden servir como punto de partida para futuras investigaciones que contribuirán a mejorar la preparación de los docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental y, en última instancia, promover la conciencia y la acción ambiental entre generaciones futuras.

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre la importancia de la formación y preparación de docentes en el ámbito de la educación ambiental pues como campo pedagógico interdisciplinario permitirá que los docentes puedan generar conocimientos y prácticas que ayuden al mejoramiento del medio ambiente y la naturaleza, esto considerando que hemos hallado que todas las personas tenemos la obligación de proteger y de cuidar nuestro planeta tierra, y la única manera de lograrlo es a través de la educación, todos debemos cuidar nuestros bienes comunes, cuidar de la naturaleza es igual a cuidar de las personas. Y en este caso particularmente los futuros docentes debemos desempeñar un papel fundamental en la transmisión de conocimientos y valores relacionados con la protección del medio ambiente. (Educación Ambiental, Paul Hart 2013).

Durante el periodo de realización de la investigación se nos han presentado limitaciones como poder adecuar nuestros horarios para la búsqueda de información, compilación y redacción, estas responden a circunstancias como la falta de tiempo por ser estudiantes trabajadores, además al ser una investigación bibliográfica no poder contar con la experiencia directa de los docentes involucrados en el desafío de transmitir conocimientos en temas ambientales. Pero de una u otra manera es importante desatacar de que los Docentes y así también futuros Docentes, deben realizar formaciones y por ende estar preparados para realizar actividades prácticas, salidas de campo y proyectos que tengan relación con el Medioambiente. (Desarrollar ciudadanos alfabetizados en sostenibilidad a través del aprendizaje al aire libre. Alison Lugg 2007).

Si bien la investigación presentó desafíos, se puede considerar los siguientes aspectos como fortalezas una importante cantidad de materiales bibliográficos nuevos que abordan el tema, el trabajo en equipo del grupo de compañeros investigadores que pusieron su mejor

empeño y dedicación a la búsqueda de información, además, hay que considerar como debilidad que no se pudo obtener información directa de los Docentes del Centro Educativo Integral Sagrado Corazón de Jesús

Finalmente podemos considerar que la investigación se encuentra en una etapa inicial que más adelante permitirá profundizar el tema con un trabajo de campo, esperamos aportar con el trabajo la generación de conciencia sobre la importancia del tema medio ambiental, además de promover motivación a la participación de la comunidad educativa, generar compromiso de una mayor inversión por parte de Ministerio de Educación y Ciencias, las Instituciones Educativas y autoridades responsables. Por último, las investigaciones han demostrado que es esencial de que los Docentes sean modelos a seguir con relación a las actitudes hacia la conservación del Medioambiente (Paul Hart y Katheen 1999). De esta manera se logra incluir como tema central y relevante la capacitación de docentes que permitan divulgar técnicas y mecanismos para la conservación y mejoramiento del medio ambiente, a través del reciclaje, cuidado y uso adecuado de la naturaleza.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre la Formación y preparación de los Docentes en el ámbito de la educación medioambiental del Centro Educativo Integral Sagrado Corazón de Jesús de la ciudad de Hernandarias, realizado en el año 2022, este trabajo permitió un acercamiento al tema y logro promover el espíritu investigativo, la responsabilidad y denotar la importancia del medio ambiente para la preservación de nuestro planeta, a través de la promoción del cuidado y el desarrollo sostenible.

Esta investigación al principio se planteó la problemática de la Educación medioambiental, enfocado exclusivamente hacia el Docente, pero cabe destacar que en el ámbito de la Educación Medioambiental no solo depende del mismo, sino de todas las personas que día a día nos involucramos con ella, hemos identificado como tema central la importancia de promoción de la participación de toda la comunidad educativa como así también la formación y preparación de los Docentes para la práctica de metodologías y estrategias que ayuden al desarrollo sostenible y de esa manera poder superar este problema

con prácticas cotidianas que pueden marcar el cambio.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:

1. La Educación Medioambiental es un campo pedagógico que busca generar procesos para la construcción de saberes, valores y prácticas ambientales y tiene como objetivo principal, promover conciencia ecológica y el cuidado del medio ambiente, de esa manera contribuir a un futuro más sostenible teniendo como actores principales a los Docentes.
2. La Educación Medioambiental es un medio poderoso que se basa en crear conciencia, para inspirar cambios, para fomentar una sociedad más consiente y comprometida con la sostenibilidad y la equidad.
3. Cabe mencionar la importancia que tiene la Formación y Preparación de los Docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental, ya que son los principales protagonistas de promover metodologías y estrategias, para el desarrollo de prácticas más sostenibles para dar soluciones a los problemas medioambientales.

Por último, de manera general consideramos que la formación y preparación de los docentes también deben incluir estrategias pedagógicas innovadoras que fomenten el pensamiento crítico y la participación activa de los estudiantes en cuestiones medioambientales. Esto implica el desarrollo de materiales didácticos adaptados, la incorporación de tecnologías educativas y la promoción de métodos participativos que inspiran a los estudiantes a explorar soluciones sostenibles. Además, la formación y preparación continua y el acceso a recursos actualizados son cruciales para mantener a los docentes al tanto de los desarrollos científicos, tecnológicos y sociales relacionados con el medioambiente.

Concluimos está investigación mencionando que la formación y preparación de los docentes en el ámbito de la Educación Medioambiental son elementos esenciales para fomentar una comunidad Educativa informada y comprometida con la sostenibilidad. A medida que los desafíos ambientales continúan aumentando, la inversión en la formación de Docentes se presenta como una inversión clave en la construcción de un futuro más sostenible y equitativo.

REFERENCIAS

Flores., C. R. (2021). Representaciones sociales y prácticas pedagógicas en educación *ambiental.* Obtenido de https://doi.org/10.1590/S1678-4634202147234768

Gaudiano., E. J. (2008). *Educación, medio ambiente y sustentabilidad.* Obtenido de books.google.com

Guillén., F. C. (1996). *Educación, medio ambienta y desarrollo sostenible.* Obtenido de https://doi.org/10.35362/rie1101159

Guzmán., R. C. (2012). *Las creencias sobre el medioambiente.* Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5386201

Lugg, A. (2007). *Desarrollar ciudadanos alfabetizados en sostenibilidad a través del aprendizaje al aire libre: posibilidades para la educación al aire libre en la educación superior.* Obtenido de https://doi.org/10.1080/14729670701609456

Méndez., P. L. (2010). *Educación medioambiental.* Obtenido de books.google.com

Nolan, P. H. (1999). *Un análisis crítico de la investigación en educación ambiental.* Obtenido de https://doi.org/10.1080/03057269908560148

Osano., P. B. (2009). *Jóvenes, educación y desarrollo sostenible: exploración de principios, perspectivas y praxis.* Obtenido de https://www.wageningenacademic.com/doi/abs/10.3920/978-90-8686-691-5

Paraguay., C. N. (2021). *Art.- 7: Del derecho a un ambiente saludable. Art.- 8: De la protección ambiental.* Obtenido de https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/9580/constitucion-nacional-

DEVALUACIÓN DEL PESO ARGENTINO Y SUS EFECTOS EN LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LA CIUDAD DE ENCARNACIÓN- DEPARTAMENTO DE ITAPÚA. AÑO 2022-2023

DEVALUATION OF THE ARGENTINE PESO AND ITS EFFECTS ON THEFAMILY ECONOMY OF THE CITY OF ENCARNACIÓN - DEPARTMENT OF ITAPÚA. YEAR 2022-2023

Patricia Raquel Centurión Bobadilla
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
bobadillaraquel672@gmail.com

José María Díaz Enciso
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
josejmd96@gmail.com

María José Benegas Favero
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
Favero100407@gmail.com

Shirley Marina Gayozo Ocampo
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
chiligayozo@outlook.com

RESUMEN

Esta investigación analiza la devaluación del peso argentino y sus efectos en la economía familiar en la ciudad de Encarnación, Paraguay. El documento comienza introduciendo elconcepto de economía familiar y la importancia de estudiar cómo las familias gestionan sus recursos económicos. Tiene como objetivo explorar las consecuencias de la devaluación sobre los ingresos, costo de vida, consumo y calidad de vida de las familias de Encarnación. La metodología utilizada en la investigación es cualitativa y se basa en datosde fuentes económicas, software informático y literatura académica en línea. El diseño dela investigación es no experimental y descriptivo, brindando una comprensión integral del impacto de la devaluación en las familias de Encarnación durante los años 2022-2023. Los resultados de la investigación indican que la devaluación del peso argentino ha tenido un

impacto significativo en la economía local de Encarnación. El comercio local se ha visto afectado, con una disminución de las ventas a clientes argentinos debido a su reducido poder adquisitivo. La discusión destaca la vulnerabilidad de la economía de Encarnación a la devaluación del peso argentino y su impacto en las empresas locales. En conclusión, la devaluación del peso argentino ha tenido un impacto significativo en la economía familiaren Encarnación, Paraguay. La proximidad y la interacción económica con Argentina hacenque esta ciudad fronteriza sea altamente susceptible a las fluctuaciones económicas. Las posibles investigaciones futuras deberían explorar más a fondo los impactos en el turismo,analizar las políticas gubernamentales y considerar las perspectivas de las empresas.

PALABRAS CLAVE: Costo de vida; Consumo; Calidad de vida; Devaluación; Fluctuaciones económicas

ABSTRACT

This research analyzes the devaluation of the Argentine peso and its effects on the family economy in the city of Encarnación, Paraguay. The document begins by introducing the concept of family economy and the importance of studying how families manage their economic resources. Its objective is to explore the consequences of the devaluation on the income, cost of living, consumption and quality of life of the families of Encarnación. The methodology used in the research is qualitative and is based on data from economic sources, computer software and online academic literature. The research design is non- experimental and descriptive, providing a comprehensive understanding of the impact of the devaluation on the families of Encarnación during the years 2022-2023. The research results indicate that the devaluation of the Argentine peso has had a significant impact on the local economy of Encarnación. Local commerce has been affected, with a decrease in sales to Argentine customers due to their reduced purchasing power. The discussion highlights the vulnerability of Encarnación's economy to the devaluation of the Argentinepeso and its impact on local businesses. In conclusion, the devaluation of the Argentine peso has had a significant impact on the family economy in Encarnación, Paraguay. The proximity and economic interaction with Argentina make this border city highly susceptible to economic fluctuations. Possible future research should further exploreimpacts on tourism, analyze government policies, and consider business perspectives.

KEYWORDS: Cost of living; Consumption; Devaluation; Economic fluctuations; Quality of life

INTRODUCCIÓN

La Economía Familiar se refiere al estudio de cómo las familias gestionan sus recursos financieros, toman decisiones de gasto, ahorro e inversión, y enfrentan desafíos económicos en su vida cotidiana. Investigar la economía familiar es fundamental para comprender mejor cómo las personas y las familias gestionan sus recursos y como esto influye en la economía general.

La devaluación del Peso argentino es un fenómeno económico que trasciende fronteras y afectade manera significativa a la región sur de nuestro país. En particular, la ciudad de Encarnación, no es inmune a las repercusiones de esta devaluación. Este fenómeno no solo tiene implicanciasa nivel macroeconómico, sino que también se filtra directamente en la vida cotidiana de las familias encarnacenas.

En esta investigación, exploraremos en detalle las consecuencias de la devaluación del Peso argentino en la economía familiar de Encarnación, examinando cómo esta fluctuación monetaria impacta en los ingresos, el costo de vida, el consumo y la calidad de vida de las familias que residen en esta ciudad fronteriza. A través de este análisis, podremos comprendermejor los desafíos económicos que enfrentan las familias en esta región y proporcionar perspectivas valiosas que puedan orientar políticas públicas y estrategias financieras en un contexto económico cambiante y desafiante.

Aunque la devaluación de monedas extranjeras no es un fenómeno nuevo, el impacto particularen una ciudad fronteriza como Encarnación aún no ha sido ampliamente estudiado. Ladevaluación del Peso argentino ha sido un tema recurrente en la región, y su impacto en la vidade las personas es innegable. Entender cómo esta situación afecta a las familias de Encarnaciónes relevante tanto a nivel local como regional, ya que puede ofrecer información valiosa para la toma de decisiones económicas y políticas. Encarnación tiene un flujo constante de interacción económica con Argentina debido a su proximidad geográfica y su papel como destino turístico. Esto hace que el estudio sea alcanzable y factible.

La devaluación de una moneda como el Peso argentino, puede tener impactos significativos que trascienden las fronteras nacionales y afectan a las regiones vecinas. Varios autores y estudios han explorado este fenómeno y sus implicaciones en diferentes contextos geográficos,lo que proporciona un marco de referencia importante para la investigación sobre su impacto en la economía familiar de Encarnación, Paraguay.

Al considerar el contexto internacional y las investigaciones previas de autores reconocidos en economía internacional y finanzas, podemos ampliar nuestro conocimiento sobre cómo la devaluación del Peso argentino puede afectar la economía familiar en Encarnación, Paraguay,y como esta ciudad se inserta en la dinámica económica regional.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación sobre Devaluación del peso argentino y sus efectos en la Economía Familiar de la Ciudad de Encarnación - Departamento de Itapúa. Año 2022-2023,se han utilizado fuentes de datos económicos, computadoras y software de procesamiento de texto, bibliotecas y lectura académica en línea, expertos y asesores económicos locales.

El diseño metodológico empleado en la presente investigación sigue el enfoque cualitativo, teniendo en cuenta que se realizó un trabajo bibliográfico-documental de como este fenómenoimpacta en la vida de las familias y en la economía local. El alcance o nivel de la investigaciónes descriptivo, ya que busca proporcionar una imagen completa y rica de cómo la devaluacióndel Peso argentino impacta en las familias de Encarnación – Departamento de Itapúa. Año 2022 – 2023.

El diseño de investigación es No Experimental, pues permite un enfoque observacional y realista en un contexto económico complejo y dinámico. La corte considerada es transversal, teniendo en cuenta que se ha recopilado la información en un momento específico, entre los años 2022 – 2023, sin seguir sus cambios a lo largo del tiempo, ya que lo que se quiere es comprender la situación actual de la economía de las familias ante la devaluación del peso argentino.

Para esta investigación se considera como la unidad de análisis a las familias u hogares de Encarnación puesto que se indagó en información documental existente sobre las familias de la ciudad para comprender cómo la devaluación del peso argentino afecta sus vidas económicasy cotidianas.

Las técnicas utilizadas son el bibliográfico – documental; los instrumentos implementados son las fichas de lectura y listas de cotejo, respectivamente; y los procedimientos a seguir son: selección del tema, búsqueda bibliográfica, selección y organización de las fuentes, lectura y resumen de las fuentes, análisis y síntesis de la información, estructuración del artículo, redacción de la revisión documental, revisión y edición, presentación y publicación.

Se utilizan fuentes de información secundarias ya que se analizan documentos financieros y gubernamentales para obtener datos objetivos sobre las finanzas y economía familiar; artículosacadémicos; libros académicos; informes de organismos internacionales como el FondoMonetario Internacional, El Banco Mundial y la Comisión Económica para América Latina yel Caribe; artículos de periódicos y sitios web de noticias; así como, foros y comunidades en línea.

RESULTADOS

El contexto de esta investigación se sitúa en la ciudad de Encarnación, Paraguay, una localidadfronteriza con Argentina. Este contexto es crucial debido a la estrecha relación económica entreestas dos regiones y a la devaluación del peso argentino, un fenómeno que ha tenido importantes repercusiones económicas en toda la región.

La devaluación del peso argentino es un evento económico significativo que ha afectado a losprecios, los ingresos y las transacciones comerciales en ambas partes de la frontera. Encarnación, como ciudad fronteriza, es particularmente vulnerable a estos cambios económicos debido a su proximidad con Argentina y su flujo constante de intercambio comercial y turismo.

El contexto económico y geográfico de Encarnación, junto con la devaluación del peso argentino, crea un escenario propicio para investigar cómo esta situación ha impactado en la economía familiar de la ciudad. La investigación se enfocará en

comprender cómo las familias de Encarnación han respondido a estos desafíos económicos y cómo esto ha influido en sus vidas cotidianas y su bienestar financiero.

Los resultados más relevantes hallados son el impacto en el comercio local, el cambio en las políticas de casas de cambios y el impacto general en la economía paraguaya.

El artículo “Devaluación del peso argentino afecta al comercio encarnaceno” menciona que ladevaluación del peso argentino ha tenido un impacto en el comercio encarnaceno. Esto provocauna disminución en las ventas de productos a argentinos que cruzan la frontera para comprar en Encarnación debido a la pérdida del poder adquisitivo del peso argentino. (La Nación, 2023)Con respecto al Cambio en las políticas de casas de cambio, el artículo “Las consecuencias para Paraguay ante estrepitosa caída del peso en Argentina” señala que las casas de cambio enParaguay ya no aceptan el Peso argentino. Esto indica la falta de confianza en la moneda argentina debido a su devaluación, lo que afecta las transacciones financieras en la región. (Céspedes, 2023)

En cuanto al Impacto general en la economía paraguaya, el artículo “Así afecta a Paraguay lacrisis económica en Argentina” proporciona una visión más amplia de como la crisis económica en Argentina está afectando a Paraguay en términos de comercio, inversión y otrosaspectos económicos. (ABC color, 2023)

En esta investigación sobre los efectos de la devaluación del peso en la economía familiar de la ciudad de Encarnación, Paraguay, se han logrado importantes hallazgos. Se observó que la devaluación del peso argentino ha tenido un impacto significativo en la economía local de Encarnación. Las casas de cambio ya no aceptan el peso argentino, lo que indica la falta de confianza en esa moneda debido a su devaluación, lo que ha afectado las transacciones financieras en la región. Además, se ha evidenciado que el comercio local ha experimentado cambios importantes, con una posible disminución en las ventas de productos a argentinos quecruzan la frontera para comprar en Encarnación debido a la pérdida de poder adquisitivo del peso argentino.

Estos resultados subrayan la importancia de comprender cómo los eventos económicos en un país pueden tener efectos significativos en la economía de las ciudades

fronterizas en naciones vecinas. También destacan la necesidad de que las políticas gubernamentales y las estrategiasde las empresas se adapten a estas realidades económicas cambiantes para mantener laestabilidad y el crecimiento económico en la región.

Algunas propuestas de futuras investigaciones que pueden contribuir a un entendimiento máscompleto de cómo los eventos económicos transfronterizos afectan a las comunidades localesy cómo pueden desarrollar políticas y estrategias efectivas para mantener su rentabilidad y competitividad son: Impacto en el turismo, Estudio longitudinal, Comparación regional, Políticas gubernamentales, perspectivas de las empresas, etc.

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a conocer el momento económico actual que se vive en la cuidadde Encarnación, lo devaluado que está el peso Argentino, dicha situación del vecino país tieneun efecto directo a la economía de las familias de dicha ciudad, la devaluación de la moneda argentina afecta bastante a la economía familiar por el alto porcentaje de personas que se dedican a la actividad comercial, actividad la cuál es la más afectada, debido a la cercanía entre los focos comerciales de las ciudades fronterizas y el intercambio económico dinámicoexistente.

Lo que se espera, según economistas, con la caída del peso es que los argentinos visiten nuestropaís con el fin de cambiar su peso por guaraníes y luego realizar su cambio a dólares.

Paraguay podría verse afectado por esta caída en cuanto al ingreso de remesas por parte de losconnacionales que viven en Argentina. También está vulnerable a que el contrabando se refuerce por el tipo de cambio que será aprovechado por los compatriotas al realizar sus compras en la frontera.

La escalada del dólar impactó en la economía de Encarnación y el encarecimiento de la monedaargentina provocó que los comerciantes paraguayos suspendan ventas y dejen de aceptar pesosde la Argentina. En los primeros días de la semana las calles de la zona comercial estuvieron casi vacías y con pocos compradores.

Comerciantes de la ciudad paraguaya, vecina a Posadas, dudan sobre el precio al cual vender su mercadería luego de la fuerte devaluación del peso frente al dólar luego de las PASO en Argentina.

Uno de los hallazgos clave de esta investigación es el impacto en el comercio local en Encarnación debido a la devaluación del Peso argentino. La disminución en las ventas de productos a argentinos que cruzan la frontera para comprar en Encarnación refleja la pérdida de poder adquisitivo del Peso argentino. Este hallazgo es relevante porque muestra cómo las fluctuaciones en las monedas extranjeras pueden tener un efecto directo en la actividad económica local. Para abordar esta cuestión, sería interesante profundizar en las estrategias queestán implementando los comerciantes locales para adaptarse a esta nueva realidad económicay mantener su competitividad. (La Nación, 2023).

La falta de aceptación del Peso argentino por parte de las casas de cambio en Paraguay es otroresultado significativo. Esto señala la falta de confianza en la moneda argentina debido a su devaluación. Esta situación podría tener implicaciones en las transacciones financieras y en lainversión. Sería relevante explorar cómo esta falta de aceptación del Peso argentino afecta a los residentes de Encarnación que necesitan realizar transacciones transfronterizas o que tieneninversiones en Argentina.

Los resultados presentados sugieren que la crisis económica en Argentina tiene un impacto más amplio en la economía paraguaya en términos de comercio e inversión. Esto destaca la interconexión económica entre los dos países y la importancia de considerar el contexto regional al analizar fenómenos económicos. Una discusión adicional podría abordar cómo lasautoridades paraguayas están respondiendo a estos desafíos y si existen estrategias de diversificación económica para reducir la dependencia de Argentina. (La Nación, 2023).

La investigación menciona algunas áreas interesantes para futuros estudios, como el impacto en el turismo, un estudio longitudinal, comparaciones regionales, políticas gubernamentales yperspectivas de las empresas. Estas áreas podrían proporcionar una comprensión más completade cómo los eventos económicos transfronterizos afectan a las

comunidades locales y cómo sepueden desarrollar políticas y estrategias efectivas para mantener la rentabilidad y la competitividad. (ABC color, 2023).

CONCLUSIONES

En conclusión, esta investigación enmarcada en la ciudad de Encarnación, Paraguay, expone la considerable influencia que la devaluación del peso argentino ha tenido en la economía local.La proximidad geográfica y la intensa interacción económica entre Encarnación y Argentina han convertido a esta ciudad fronteriza en un escenario altamente susceptible a las fluctuaciones económicas en el país vecino. Los resultados muestran claramente que ladevaluación del peso argentino ha impactado tanto en el comercio local como en las políticasde casas de cambio en Paraguay, evidenciando una disminución en las ventas de productos a los argentinos que cruzan la frontera.

La devaluación del peso argentino y sus consecuencias han tenido un impacto significativo en la economía de la ciudad de Encarnación. La cercanía geográfica de Encarnación con Argentina ha llevado a una estrecha relación comercial y financiera entre ambas regiones, lo que ha hecho que la economía de Encarnación sea altamente dependiente de la situación económica en Argentina.

La devaluación del peso argentino ha llevado a un aumento en el costo de los productos importados de Argentina, lo que ha afectado directamente a los consumidores y las empresas en Encarnación. El encarecimiento de los productos argentinos ha llevado a una disminución en el consumo y a una reducción en la capacidad adquisitiva de la población. Esto ha afectadoespecialmente a los sectores que dependen en gran medida de las importaciones argentinas, como el comercio minorista y la industria manufacturera.

Además, la devaluación del peso argentino ha tenido un impacto negativo en el turismo en Encarnación. Muchos argentinos solían visitar la ciudad debido a la relación cambiariafavorable, pero con la devaluación, los costos para los argentinos de viajar y gastar en Encarnación se han vuelto más altos. Esto ha llevado a una disminución en el

flujo de turistasargentinos, lo que ha afectado negativamente a los hoteles, restaurantes y otros negocios relacionados con el turismo en la ciudad.

La devaluación del peso argentino ha tenido consecuencias negativas para la economía de la ciudad de Encarnación. El encarecimiento de los productos importados de Argentina y la disminución en el turismo han afectado a los consumidores, las empresas y los negocios relacionados con el turismo en la ciudad. Es importante que las autoridades locales busquen diversificar la economía de Encarnación y fomentar la producción local para reducir su dependencia de Argentina y mitigar los efectos de futuras fluctuaciones cambiarias.

REFERENCIAS

ABC color. (29 de Agosto de 2023). *America economía*. Obtenido de https://www.americaeconomia.com/economia-y-mercados/asi-afecta-paraguay-la- crisis-economica-en-argentina

Céspedes, S. (17 de Agosto de 2023). Las consecuencias para Paraguay ante estrepitosa caída del peso en Argentina. *La Nación*. Obtenido de https://www.lanacion.com.py/negocios/2023/08/17/las-consecuencias-para-paraguay- ante-estrepitosa-caida-del-peso-en-argentina/

La Nación. (12 de abri de 2023). Devaluación del peso argentino afecta al comercio encarnaceno. *La Nación*. Obtenido de https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2023/04/12/devaluacion-del- peso-argentino-afecta-al-comercio-encarnaceno/

NEUROMARKETING APLICADO EN COMERCIALES PUBLICITARIOS PARAGUAY – 2023

NEUROMARKETING APPLIED IN COMMERCIALS PARAGUAY - 2023

Fabio Jose Paredes Gauto
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
fabioparedes_@hotmail.com

Jorgelina Hetsabel Salgado Ferreira
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
yoryisalgado91@icloud.com

Dhal Chiara Lee Gonzalez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
dhalchiaral2@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre el neuromarketing aplicado en comerciales publicitarios se define como un campo interdisciplinario que combina la neurociencia con el marketing**.** El objetivo del trabajo es comprender cómo el cerebro de los consumidores responde a los estímulos de marketing y cómo estas respuestas influyen en sus decisiones de compra y preferencias**.** El enfoque utilizado fue cualitativo, la unidad de análisis los artículos, canales televisivos, redes sociales y revistas de alcance nacional**.** Las técnicas de recolección de datos utilizadas son análisis documental y observación, el instrumento empleado son las listas de cotejo. Los procedimientos a seguir serán el análisis, recolección de datos y resumir lo extraído de fuentes secundarias. Como resultado significativo se puede mencionar que el neuromarketing es una herramienta indispensable en las empresas hoy en día y que va en crecimiento constante. Se concluye que los consumidores tienen acceso a la tecnología y la información, pueden hacer una compra en cualquier momento, desde cualquier lugar, esta toma de decisiones se da gracias al alcance que tiene el neuromarketing en la actualidad y es un tema en auge y que se debería seguir estudiando, debido a su impacto y alcance.

PALABRAS CLAVE: Comerciales, marketing, neuromarketing, publicidad, tecnología.

ABSTRACT

This research deals with neuromarketing applied in advertising, defined as an interdisciplinary field that combines neuroscience with marketing. The objective of the work is to understand how consumers' brains respond to marketing stimuli and how these responses influence their purchasing decisions and preferences. The approach used was qualitative, the unit of analysis were articles, television channels, social networks and national magazines. The data collection techniques used are documentary analysis and observation, the instrument used is checklists. The procedures to follow will be analysis, data collection and summarizing what was extracted from secondary sources. As a significant result, it can be mentioned that neuromarketing is an indispensable tool in companies today and that it is constantly growing. It is concluded that consumers have access to technology and information, they can make a purchase at any time, from anywhere, this decision making occurs thanks to the scope that neuromarketing has today and is a growing topic that It should continue to be studied, due to its impact and scope.

KEYWORDS: Commercial, marketing, neuromarketing, advertising, technology.

INTRODUCCIÓN

El neuromarketing es un campo interdisciplinario que combina la neurociencia con el marketing para comprender cómo el cerebro de los consumidores responde a los estímulos de marketing y cómo estas respuestas influyen en sus decisiones de compra y preferencias. Se basa en el estudio de las reacciones emocionales y cognitivas que ocurren a nivel cerebral cuando los individuos se enfrentan a anuncios publicitarios, productos, marcas y otras estrategias de marketing. Elegimos el tema para ampliar nuestros conocimientos del campo de neuromarketing. (Cárdenas, 2019, pág. 5)

Una problemática en Paraguay podría ser la falta de investigación y aplicación práctica de técnicas neuromarketing en las estrategias de marketing de las empresas. A pesar de la creciente importancia del neuromarketing en la comprensión de los comportamientos y preferencias del consumidor, muchas empresas en Paraguay podrían estar pasando por alto estas herramientas innovadoras debido a la falta de conocimiento, recursos o capacitación en el campo.

El objetivo al desarrollar una investigación de neuromarketing es comprender más profundamente cómo el cerebro de los consumidores responde a los estímulos de marketing y cómo estas respuestas afectan sus decisiones de compra y preferencias. A través de técnicas de neurociencia y análisis de la actividad cerebral, el objetivo principal es revelar los procesos subconscientes y emocionales que influyen en la percepción de la marca, la publicidad y los productos. (Cárdenas, 2019, págs. 7,8)

Es importante el estudio del neuromarketing ya que se ha consolidado como una herramienta clave para comprender los mecanismos subyacentes que influyen en las decisiones de compra y la percepción de los consumidores. En un entorno empresarial altamente competitivo, comprender cómo el cerebro humano responde a los estímulos de marketing es esencial para desarrollar estrategias más efectivas y lograr una ventaja competitiva.

El desarrollo del neuromarketing a nivel internacional ha sido un proceso emocionante y evolutivo que ha transformado la forma en que las empresas comprenden

y se conectan con sus audiencias. A medida que avanzan las investigaciones en neurociencia y tecnología, el neuromarketing ha ganado terreno como una herramienta poderosa para influir en las decisiones de compra de los consumidores.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo utilizamos como materiales de trabajo equipos informáticos, internet, revistas, diarios y redes sociales que nos ayudaran a ver distintos tipos de publicidades, como afectan a la mente del consumidor y y cómo se han adaptado estas estrategias a la era digital. En resumen, la combinación de estos materiales de trabajo nos brinda una visión completa de cómo las estrategias publicitarias se despliegan en diferentes contextos y plataformas, y cómo impactan en la mente del consumidor.

El diseño metodológico empleado en la presente investigación sigue el enfoque cualitativo, teniendo en cuenta que daremos a conocer a fondo cómo funciona el neuromarketing aplicado en los comerciales publicitarios. El alcance o nivel de la investigación es descriptivo ya que evaluaremos artículos referentes al neuromarketing en la actualidad.

El diseño de investigación es no experimental porque se realizó fundamentalmente en la descripción y en la observación. La corte considerada es transversal teniendo en cuenta que recopilaremos datos de investigación referente al neuromarketing en comerciales publicitarios en Paraguay y cómo funciona la mente del potencial comprador, el alcance que puede tener un material audiovisual cuando se realiza correctamente.

Para esta investigación se considera a la unidad de análisis los canales televisivos, redes sociales y revistas de alcance nacional, el objetivo principal es analizar cómo se construye y presenta la información, qué tipo de contenido genera una mayor interacción por parte del público y qué estrategias parecen influir en las percepciones y preferencias del consumidor.

Las técnicas utilizadas son análisis documental y observación, el instrumento empleado son las listas de cotejo. Los procedimientos a seguir serán el análisis,

recolección de datos y resumir lo extraído de fuentes secundarias. La combinación de técnicas y la utilización de instrumentos como las listas de cotejo nos proporcionarán un enfoque estructurado y riguroso para analizar y comprender los aspectos que capturan la atención del consumidor en los medios de comunicación seleccionados.

Como fuente de información tendremos las redes sociales, comerciales grabados, materiales recolectados de repositorios de la web, diarios y revistas.

RESULTADOS

Esta investigación presenta un contexto caracterizado por el tema de neuromarketing aplicado en comerciales publicitarios, desarrollado en la cuidad de Asunción, teniendo en consideración el impacto de la aplicación del neuromarketing en los comerciales, como aspecto temporal consideramos el año 2023. Además, el objetivo principal fue comprender más profundamente cómo el cerebro de los consumidores responde a los estímulos de marketing y cómo estas respuestas afectan sus decisiones de compra y preferencias.

El neuromarketing puede definirse como una disciplina de avanzada, que investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas. Estos procedimientos abarcan todos los campos de acción del marketing tradicional: inteligencia de mercado, diseño de productos y servicios, comunicaciones, precios, posicionamiento, branding, targeting, canales y ventas. Al aplicar nuevas metodologías de investigación, junto a los conocimientos que se están generando en la neuropsicología, las neurociencias y la antropología sensorial, el neuromarketing facilita la comprensión de las verdaderas necesidades de los clientes y permite superar potenciales errores por desconocimiento de sus procesos internos y metaconcientes. Por ejemplo, mediante la técnica de biofeedback se puede observar en el monitor de un ordenador la ausencia o presencia de emociones, como así también su intensidad, mientras un participante visualiza un comercial o experimenta con un producto. (Braidot, pág. 4).

El término neuromarketing fue introducido por primera vez en el año 2002 por Ale Smidts (Ulman, Cakar, & Yildiz, 2015); sin embargo, Gerald Zaltman es el precursor ya que en la década de 1990 se encargó de establecer las bases del neuromarketing, al fusionar la neurociencia con el marketing para realizar proyectos encargados por la Revista Fortune para su ranking de las 500 mejores organizaciones estadounidenses (Brierley, 2017). (Canales, 2018, pág. 2).

El neuromarketing es definido por Kotler y Armstrong (2013) y Hsu (2017) como una medición cerebral para poder estudiar detalladamente cómo los clientes y/o consumidores responden ante un estímulo, apoyándose en las neurociencias y utilizando técnicas como el electroencefalograma, la resonancia magnética, la topografía del estado estacionario, entre otras (Santesmases, 2012; Nemorin, 2016); ello se debe a que la información que emite el cerebro es difícil de interpretar y se busca tener un panorama claro de todo aquello que sucede dentro de la cabeza de los clientes y/o consumidores (Kotler & Armstrong, 2012). Además, Malfitano, Arteaga, Romano y Scínica (2007) señalan que el neuromarketing estudia el proceso de comunicación entre el vendedor y cliente, pero centrándose en este último, sobretodo en sus sensaciones durante la adquisición de un bien o servicio; además, su aplicación se expande a aspectos del marketing tradicional como la inteligencia de mercados, branding, posicionamiento, etc. (Braidot, 2013a). (Canales, 2018, pág. 2).

Cuadro 1
Determinantes de la atención

Determinantes externos: aquellos que provienen del estímulo	
- *La Intensidad:* El estímulo debe ser suficientemente intenso para captar el interés del consumidor.	- *El Movimiento:* Ligeros movimientos de ciertos elementos proveen mayor atención
- *El Tamaño*: El estímulo mientras más grande sea, mayor atención, pero siempre hasta ciertos límites.	- *La Novedad*
- *El Contraste:* El estímulo se debe diferenciar muy bien con los existentes en el medio exterior	- *La Repetición:* Considerándose a un ritmo conveniente que no caiga en la monotonía, así la Publicidad Exterior debe valerse de circuitos inteligentes.
Determinantes internos: aquellos que provienen del individuo	
- *Los Hábitos:* Dirigen la atención en objetivos que son familiares	- *Los Sociales:* La atención se dirige de acuerdo a la ubicación social.
- *Las Motivaciones*: Al regirse la atención a objetivos que le interesan y le cubren necesidades	

Fuente: Pérez (1997).

Tabla extraída de (Vera, 2010, pág. 7)

Para una mayor comprensión de los alumnos era necesario, destacar la evolución de la publicidad desde sus inicios, en una concepción desde Krugman (1971) y sus experimentos para determinar los efectos de la publicidad en el cerebro. Pasando por el decaimiento de los medios tradicionales como son el periódico, la radio y la televisión. Para acercase a la importancia e implicancia actual de la web, motores de búsqueda y las redes sociales como forma de comunicación publicitaria, para adentrarnos a lo que sigue, con la importancia del Big Data para la recolección de datos de los consumidores y la Inteligencia Artificial. Todo para orientar al consumidor, desde los efectos cognitivos, emocionales y conductuales, a nuestra marca, producto o servicio, desde la mejor forma de comunicación con el Cliente. Aprendiendo a mitigar los efectos negativos de la publicidad. (Cárdenas, 2019, pág. 7)

Los consumidores tienen hoy un acceso omnipresente a la tecnología y la información, y con los vendedores, estos, enfocados en proporcionar experiencias a los clientes sin problemas, con todo el marketing disponible en las plataformas; los consumidores casi pueden hacer una compra en cualquier momento. Los días en que veíamos un anuncio de televisión, para tener un retraso hasta la compra, han quedado en el pasado. Por otra parte, el camino de la gente que compra productos y servicios está evolucionando debido a las capacidades en línea. Para muchos, el viaje de compra comienza con la información de publicidad o búsqueda digital (Stewart, Kammer-Kerwick, Koh & Cunningham, 2018). (Cárdenas, 2019, pág. 8)

Los últimos avances procedentes de las neurociencias, especialmente, las investigaciones de Antonio Damasio y Joseph LeDoux, han demostrado que la toma de decisiones no es un proceso racional, es decir, los clientes no examinan conscientemente los atributos de un producto o servicio para adoptarlo. En la mayoría de los casos, el proceso de selección se deriva de fuerzas no consientes entre las cuales gravitan la propia historia, la personalidad, las características neurofisiológicas y el contexto social y físico que los rodea. Esto significa que las zonas del cerebro de la racionalidad no pueden funcionar aisladas de las zonas de regulación biológica-emocional. Los dos sistemas se comunican y afectan la conducta en forma conjunta, consecuentemente, el comportamiento de los clientes. (Braidot, pág. 9)

En este sentido, el anclaje emocional, que explica el éxito de las marcas mejor posicionadas en el mundo, ha sido corroborado por la mayor parte de las investigaciones basadas en técnicas de neuroimaging. En la actualidad, hay grandes coincidencias en cuanto a que la recordación de una marca casi siempre está relacionada con acontecimientos que son significativos para el cliente, mientras que aquellas que no han logrado establecer este tipo de relación se borrarán en un tiempo considerablemente breve de su memoria. (Braidot, pág. 9)

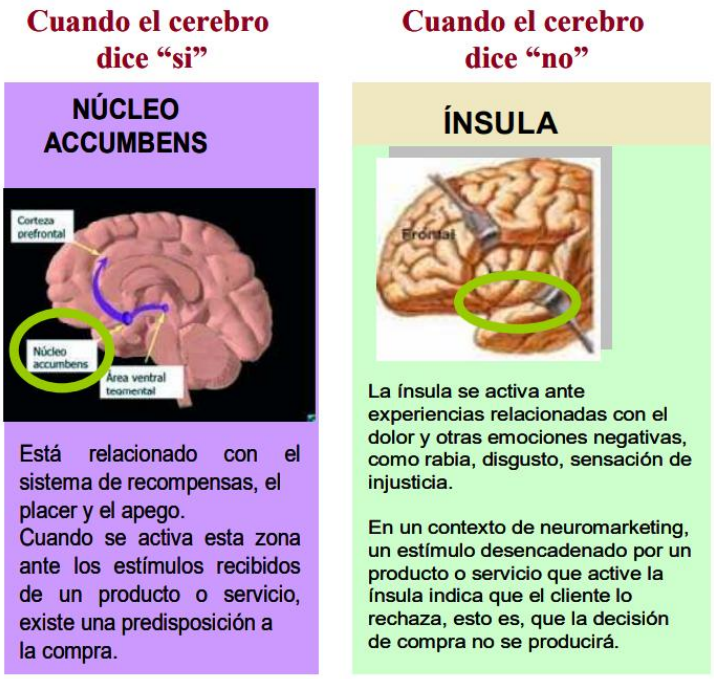


Imagen ilustrativa extraída (Braidot, pág. 12)

Si bien los avances tecnológicos y las promesas de investigadores y conferencistas que abordaron el neuromarketing son alentadores, existen algunos retos y barreras que aún se tiene que superar y que salen a relucir con frecuencia en los mismos estudios y los congresos que se llevan a cabo, entre los que se cuentan: el costo alto de las investigación, el trabajo con muestras pequeñas, la imagen generada por el neuromarketing, sus consideraciones éticas, una evidente falta de acuerdo y comunicación entre los investigadores y ausencia de estándares que también se comentaron en uno de los mayores encuentros de neuromarketing "Neuro Connections - Global Neuromarketing", celebrado en febrero del 2009 en Cracovia. (Coca Carasila, 2010, pág. 12)

El neuromarketing es tema de oportunidades, existe aún mucho por explorar e investigar, considerando que las técnicas de las neurociencias son una de las pocas vías para alcanzar el subconsciente de los consumidores. Por muy buena voluntad que tenga el sujeto de un estudio, será incapaz de verbalizar todo lo que realmente piensa o sienta con respecto al anuncio que está viendo, o el producto que vienen consumiendo, o el servicio que viene experimentando. El neuromarketing registra cosas que jamás pondríamos en un cuestionario, aunque no tuviéramos ninguna intención de mentir. El

neuromarketing, se muestra como ventaja competitiva con la capacidad para obtener información que no se podría obtener de otra manera. Como se notará nos queda un buen trecho por recorrer. (Coca Carasila, 2010, pág. 13)

De acuerdo al objetivo la investigación se refiere al origen, concepto, determinantes de la atención, influencia en los últimos años y cómo actúa en el cerebro humano el proceso de decisión de una compra, los avances del neuromarketing y lo que actualmente lo limita, por lo que se concluye que es un campo muy amplio, en el cual se pudo constatar la importancia del mismo y sus aplicaciones en la actualidad, así como también que están en pleno desarrollo las investigaciones acerca del neuromarketing en sí, teniendo en cuenta la poca información que hoy en día se tiene sobre el tema.

DISCUSIÓN

Esta Investigación nos lleva a reflexionar como es que la aplicación del neuromarketing, nos llega a todos con mucha facilidad sin que siquiera estemos al tanto. En un país como Paraguay, que posee una vasta diversidad tanto cultural como económicamente hablando, comprender las respuestas subconscientes de los consumidores es un paso esencial para lograr diseñar con éxito estrategias publicitarias efectivas, considerando que hemos hallado que el Neuromarketing aplicado en comerciales publicitarios en el Paraguay, nos ofrece un innovador enfoque con el que se nos posibilita comprender y satisfacer algunas de las extensas necesidades de una audiencia diversa.

Durante el periodo de realización de la investigación se nos han presentado las siguientes limitaciones: nos encontramos con poco tiempo para investigar más profundamente sobre el tema, también se hizo difícil realizar reuniones grupales para concentrarnos y conectarnos mejor con los compañeros del grupo, ya que los horarios y ubicación de los integrantes del grupo eran muy distintos, podemos agregar también que los artículos en su mayoría estaban en otros idiomas generalmente en inglés.

Si bien la investigación presento desafíos, se puede considerar los siguientes aspectos como fortalezas: excelente trabajo en grupo, a pesar de las limitaciones de

horarios y actividades cada integrante del grupo ayudo y colaboro para poder presentar el trabajo en tiempo y forma. Consideramos como debilidades la falta de conocimiento sobre el tema y la poca información que pudimos recabar para realizar la investigación.

Finalmente podemos considerar que la investigación se encuentra en una etapa de cierre temporal ya que se realizó el resumen de la información recabada, también así se concentraron las ideas más importantes, conceptos y evolución del tema Neuromarketing y esperamos que sea de utilidad para el grupo y los lectores de manera a ampliar conocimientos acerca de este novedoso tema y que va a seguir evolucionando con el pasar de los tiempos.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentaremos las conclusiones a las que se llegaron luego de la investigación realizada de Neuromarketing, una disciplina que combina la neurociencia y el marketing, no ha hecho más que revolucionar la manera en que las empresas diseñan y ejecutan sus comerciales publicitarios en Paraguay y en todo el mundo. A través de la comprensión de cómo funciona el cerebro de los consumidores, el Neuromarketing ha permitido a las marcas crear anuncios más efectivos y persuasivos. En el contexto nacional, este enfoque se ha convertido en una herramienta esencial para las empresas que buscan destacar en un mercado cada vez más competitivo.

Esta investigación al principio se planteó la problemática de la aplicación de Neuromarketing en Paraguay, podemos concluir que, si bien aún falta investigar y seguir creciendo en este tema, está en pleno desarrollo. La importancia del neuromarketing está jugando un papel fundamental hoy en día en la toma de decisiones de compra, creando así mayores inversiones por parte de las empresas ya que captar la atención del espectador es crucial.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:
1. Los consumidores tienen acceso a la tecnología y la información, pueden hacer una compra en cualquier momento, desde cualquier lugar, esta toma de decisiones se da gracias al alcance que tiene el neuromarketing en la actualidad.

2. Si bien los avances tecnológicos y las promesas de investigadores y conferencistas que abordaron el neuromarketing son alentadores, existen algunos retos y barreras que aún se tiene que superar.

3. Se debería seguir incrementando las investigaciones al respecto del tema para que se adopte de una manera generalizada.

Por último, de manera general consideramos que el trabajo de investigación realizado nos ha ayudado a conocer más sobre el tema de Neuromarketing, ampliando nuestro conocimiento acerca del tema, además podemos concluir que es un tema en auge y que se debería seguir estudiando, debido a su impacto y alcance. El alcance de los comerciales publicitarios, las redes sociales y demás medios hoy en día es fundamental para el movimiento del comercio, cada día más son las inversiones de las empresas que quieren hacer crecer su negocio de esa manera.

REFERENCIAS

Braidot, D. N. (s.f.). Neuromarketing aplicado. *Brain decision*.

Canales, H. J. (2018). Neuromarketing: Explorando la mente del consumidor. *Revista Científica de la UCSA, Vol.5 N.o2*.

Cárdenas, G. (2019). El neuromarketing,como herramienta efectiva para la educación en las ventas y la publicidad". Revista Latina de Comunicación Social. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Coca Carasila, A. M. (2010). NEUROMARKETING: LAS EMOCIONES Y EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA. *PERSPECTIVAS*.

Vera, C. (2010). Generacion de impacto en la publicidad exterior a traves del uso de los principios del neuromarketing visual. *Telos* .

ESPECIAS ALIMENTICIAS
PROGRESO DE LA MARCA ARCOÍRIS S.A DESDE SU CREACIÓN A LA ACTUALIDAD

FOOD SPICES
PROGRESS OF THE ARCOÍRIS S.A. BRAND FROM ITS CREATION TO THE PRESENT DAY

Angélica María Martínez Armoa
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
angiemartinezarmoa@gmail.com

Daniela Anahí González Chamorro
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
danielaanah@hotmail.com

Javier Marino Paredes González
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
javierp.1824@gmail.com

Patricia Noemí Rivas Cabañas
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
patorivas95@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la creación de marca, la cual se define como la combinación entre el nombre, colores, frases, figuras, es decir, es la representación única y original de un producto o servicio. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo fue reconocer las principales razones por las cuales muchos servicios de los diferentes rubros que pueden existir, no se formalizan a través de la identificación de una empresa en una marca, la cual podría describirse bajo un nombre que puede durar mucho tiempo. El enfoque utilizado fue cualitativo, la unidad de análisis fue la creación de la marca Arcoíris S.A. Las técnicas de recolección de datos utilizadas se describen para un análisis documental, el instrumento aplicado es la ficha de lectura de la información obtenida dentro de los datos expuestos por la fuente recurrida. Como resultado significativo se

puede mencionar que primero la marca ya estaba registrada desde el inicio de su creación, lo más destacado fue conocer cómo surgió y cómo fue teniendo alcance de marketing a lo largo del tiempo, debido a que la empresa inició sus ventas en un determinado vehículo familiar, sin tener ningún tipo de publicidad extra. Se concluye que este trabajo nos ayudó a comprender la importancia del conocimiento ante los canales a través de los cuales las marcas pueden formalizarse, así como expandirse a nivel competitivo en otras de su misma categoría.

PALABRAS CLAVE: Creación, emprendedores, empresa, marca, marketing

ABSTRACT

This research is about the creation of brand, which is defined as the combination between the name, colors, phrases, figures, that is, it is the unique and original representation of a product or service. Therefore, the objective of this work was to recognize the main reasons why many services of the different items that may exist, are not formalized through the identification of a company in a brand, which could be described under a name that can last for many times. The approach used was qualitative, the unit of analysis was the creation of the brand Arcoiris S.A. The data collection techniques used are described to a documentary analysis, the instrument applied is the reading sheet for the information obtained within the data exposed by the recurred source. As a significant result it can be mentioned that first the brand was already registered from the beginning in its creation, the most outstanding was to know how it emerged and how it was having marketing reach over time, because the company began its sales in a particular family vehicle, without having some kind of extra advertising. It is concluded that this work helped us to understand the importance of knowledge before the channels through which brands can be formalized, and can also expand at a competitive level in others of the same category.

KEYWORDS: Creation, entrepreneurs, company, brand, marketing

INTRODUCCIÓN

Creación de una marca, desde el punto de vista del marketing una marca significa la combinación entre el nombre, los colores, las frases, las figuras, es decir, es la representación única y original de un producto o servicio. Es por ello que consideramos necesario comprender la importancia de lo que vamos a ofrecer y a qué tipo de consumidor queremos llegar, de esta manera establecer la marca que pueda interesar al público. Hemos elegido este contenido ya que está fuertemente ligado a nuestro camino universitario y laboral.

Existen diversos problemas en la creación de una marca, entre ellos podemos mencionar el desconocimiento de la existencia de empresas dedicadas a este fin, en algunos casos se procede a la creación de manera empírica generando un bajo impacto publicitario, también existen personas que ofrecen sus servicios en forma unipersonal no teniendo la oportunidad de propaganda, finalmente el factor económico de los emprendedores impacta de forma negativa en lo que conlleva invertir en este proceso de estudio del mercado para el posicionamiento de la marca en el territorio nacional.

Nuestro principal objetivo con esta investigación es de poder reconocer los principales motivos por el que muchos servicios de los distintos rubros que puedan existir, no son formalizados por medio de la identificación propia de una empresa en una marca, la cual podría lograr ser descripta bajo un nombre que puede perdurar por muchos tiempos. Además, es probable también la ignorancia por las distintas razones en donde muchos servicios o productos no se encuentran fuertemente en el mercado a causa de los múltiples factores que influyen para no contar con una marca o nombre creado para tal fin.

Optamos por el tema creación de una marca ya que es común el desconocimiento en nuestra sociedad, conjuntamente esta investigación sería de mucha ayuda para nosotros los estudiantes y para muchos ciudadanos emprendedores que por necedad misma no pueden llevar a cabo un factible desarrollo en el mercado. Analizando las numerosas marcas nacionales hemos seleccionado a Arcoíris S.A como empresa modelo

por su historia detrás del éxito de una compañía familiar, donde apostaron para posicionarse hoy en día como una industria líder en su segmento.

Ésta compañía con el pasar del tiempo fue evolucionando acorde a los nuevos hábitos de consumo, superando desafíos en cuanto a la producción y aprovechando la demanda de alimentos a nivel mundial. Una empresa familiar dedicada al embasamiento de productos alimenticios, siendo hoy líder en ventas de hierbas medicinales y especias, encontrándose presente en diversos países del mundo, exportando sus productos. Como resultado de un arduo trabajo durante décadas, Arcoíris S.A ha conseguido reconocimientos a lo largo de su existencia, siendo Top Of Mind (La más importante) a nivel país y buscando conquistar más mercados en el exterior.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para que podamos llevar a cabo esta investigación utilizamos una red wi-fi, una computadora (la cual nos permitió indagar en internet), navegador de Google Chrome en donde encontramos varios artículos periodísticos y biográficos, aparato celular para reunirnos y realizar los aportes al trabajo, un cuaderno y bolígrafos para los apuntes y así poder hacer un resumen de lo leído y resaltar lo más importante de la información encontrada.

El diseño metodológico empleado en la presente investigación sigue el enfoque cualitativo, teniendo en cuenta que nuestra investigación trata de estudios que facilita una descripción explicativa del fenómeno estudiado. El alcance o el nivel de la investigación es descriptivo ya que tiene como objetivo especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado.

El diseño de nuestra investigación es no experimental ya que los datos obtenidos fueron de información ya publicada, pues no fue realizada una entrevista programada o se procedió a realizar una encuesta, sino que se basa en la recopilación de los datos ya existentes. La corte considerada es transversal teniendo en cuenta que no existen

comunicados o noticias actuales sobre el proceso en el que se encuentra la marca en el mercado.

Para esta investigación se considera a la unidad de análisis en la creación de la marca Arcoíris S.A manteniéndose como una empresa familiar, puesto que nuestro enfoque va desde el origen en la creación de una marca y su desenlace en el tiempo buscando posicionarse a nivel nacional e internacional como líder en su producción ofreciendo al público productos de consumo general que va desde hiervas medicinales, especias y otras variedades.

La técnica aplicada es la de análisis documental debido a que es una investigación biográfica documental. El instrumento utilizado es la ficha de lectura por la información obtenida dentro de los datos expuestos por la fuente recurrida. El procedimiento a seguir primeramente fue la recolección de los datos de forma virtual en internet, cada integrante aportó una fuente y elegimos las más relevantes. Considerando esto los datos son de fuente secundaria.

Las fuentes que utilizamos fue un artículo periodístico y la página web de la empresa, analizando el artículo del Diario La Nación, donde fue entrevistado al titular y propietario actual de la empresa, haciendo mención de sus inicios con su padre teniendo ya la marca registrada, pero no alcanzaban a un nivel de reconocimiento mayor. Por lo que podemos decir que la fuente aplicada son fuentes secundarias.

RESULTADOS

Ésta indagación presenta un contexto caracterizado por el tema creación de una marca, desarrollado en la ciudad de Luque, teniendo en consideración el posicionamiento que tiene ganado en el mercado como aspecto temporal, además el objetivo principal es indagar a fondo sobre forma en que está empresa fue creciendo bruscamente con el pasar del tiempo y por la cual ya ha recibido reconocimientos que avalan el trabajo de Arcoíris S.A.

Los resultados más importantes encontrados durante esta investigación fueron que primeramente la marca ya estuvo registrada desde el principio en su creación, lo más

resaltante fue conocer cómo surgió y como fue teniendo alcance de marketing a través del tiempo, debido a que la compañía inicio sus ventas en un vehículo particular familiar, sin tener algún tipo de publicidad extra.

En el aspecto comercial se puede apreciar el arranque que tuvo en este caso el propietario de la compañía al emprender realizando envasados de especias y productos alimenticios teniendo solo como recurso publicitario un cartel hecho a mano escrito por su vehículo particular de los productos que tenía a la venta, haciendo los recorridos y repartos haciendo crecer así su emprendimiento.



Fuente: Imagen ilustrativa extraída de (Diario La Nacion sitio Web, 2021). La familia empezó la empresa con una combi.

Lo más significativo fue el inicio “Arcoíris nació hace 22 años en la casa de mi padre, en aquel tiempo yo estaba des-empleado, y antes de ingresar a la empresa mi último trabajo fue repartidor de pizzas, como delivery. Era un momento propicio, porque mi padre, 15 años antes de empezar la empresa (37 años atrás), ya tenía la marca registrada, pero nunca se animaba a dar el siguiente paso, y nosotros sus hijos le insistimos” (Arcoiris, la historia detrás del éxito de una empresa familiar, 2021).

El presente trabajo que abarcó una breve investigación acerca de lo que sería la empresa Arcoíris S.A, exponiendo sus principios y sus raíces hasta la actualidad. De este modo en este informe, nos adentramos mejor a lo que es la mencionada empresa familiar, una de la más competitiva a nivel país (Paraguay).

Para concluir, como futura investigación consideramos de alta demanda la empresa Amandau, así como la marca Arcoíris S.A. también sería una cadena nacional con alto crecimiento en los últimos tiempos, dando sus inicios en la década del 60, en el barrio Villa Morra, montándose en un pequeño salón, inicia el sueño de dos hermanos que regresaron al país luego de un exilio económico en el Brasil. (New Express, 2018)

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre como una empresa que nació en la casa de un padre de familia, con mucho apoyo familiar, esfuerzo y por sobre todo conocimiento pudo alcanzar el potencial que tiene en el mercado actualmente. Considerando que hemos hallado el material necesario y acorde al tipo de información que estábamos buscando, Arcoíris S.A nos resultó una empresa bastante interesante y un ejemplo como emprendimiento nacional, siendo una de las más competitivas a nivel país.

Durante el periodo de realización de la investigación se nos ha presentado las siguientes limitaciones como coincidir todos los integrantes en un mismo horario para revisión de los temas, la compresión de los conceptos a ser interpretados de acuerdo a las indicaciones recibidas para la redacción de cada parte, las condiciones particulares de cada uno en ciertos momentos influyeron en el tiempo justo para la entrega puntual de los trabajos, lo cual responden a circunstancias como la inversión y dedicación equilibrada de todos para la obtención del material.

La principal fortaleza que como equipo obtuvimos al realizar este trabajo fue la comunicación de cada integrante del grupo para ir plasmando cada uno su pequeño aporte en cuanto a la extensión de párrafos. Mientras que como debilidad fue la intensión de hacer una visita a la empresa, sin embargo, no fue posible por condiciones de

disposición de tiempo coordinado de cada integrante, como así también no logramos una reunión grupal por el medio que se sea posible.

Finalmente consideramos que nuestro trabajo se encuentra en la etapa final y estamos satisfechos con las informaciones y los datos recaudados de lo que fue el comienzo de Arcoíris S.A hasta la actualidad. Como estudiantes aprendimos que dicha empresa nacional nos demuestra que con persistencia se puede lograr el objetivo, como señala Oscar Rafael Ortega, CEO de la firma "El camino de mi padre para construir Arcoíris no ha sido fácil, y que incluso fue rechazado en varias oportunidades. Sin embargo, su persistencia y el valor de marcar la diferencia hicieron posible el reconocimiento y gran crecimiento en el mercado alimenticio Nacional" (Diario El Nacional, 2023)

CONCLUSIÓN

En este apartado presentamos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre la creación de una marca en la cual nos basamos a investigar a la empresa Arcoíris S.A por la comercialización de sus productos de manera nacional e internacional, esta es una marca que genera valor publicitario estable y de esa forma contribuye un mayor estatus en el mercado.

En esta investigación al principio se planteó sobre el tema de Creación de Marcas, donde hemos utilizado de referencia a la empresa mencionada, por contar con diversas etapas en las que se mencionan sus dificultades, sus desafíos, sus logros y éxitos, la cual alcanzó a obtener el reconocimiento de mejor marca del consumidor, y por exponer un reflejo de crecimiento comercial, donde continuamente van presentando nuevas propuestas y productos de intereses para el público en general.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente en lo siguiente:

1. Fue evidenciado que, a consecuencia de no saber las distintas maneras para enriquecer a una marca, evita el crecimiento de una empresa.
2. La importancia de conocer al consumidor al cual se pretende llegar, hace que se puedan innovar en el desarrollo de nuevos productos que puedan generar interés en el mercado local e internacional.

3. Según Kotler y Keller (2012) “El poder de una marca reside en lo que los consumidores han visto, leído, sentido y escuchado a lo largo del tiempo” (La creación de la marca y su incidencia en el posicionamiento de un producto, 2012, pág. 688).

Por último, de manera general consideramos que este trabajo nos ayudó a comprender la importancia del conocimiento ante los canales por las que se pueden formalizar las marcas, y también se puedan expandir a un nivel competitivo en otras del mismo rubro, buscando alcanzar siempre el reconocimiento y atracción de los productos o servicios que se pretenden ofrecer de manera satisfactoria a las distintas necesidades del consumidor.

REFERENCIAS

Arcoiris, la historia detrás del éxito de una empresa familiar. (13 de Diciembre de 2021). Obtenido de lanacion.com.py: https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2021/12/13/arcoiris-la-historia-detras-del-exito-de-una-empresa-familiar/

Diario La Nacion sitio Web. (13 de Diciembre de 2021). Obtenido de https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2021/12/13/arcoiris-la-historia-detras-del-exito-de-una-empresa-familiar/

New Express. (5 de Noviembre de 2018). Obtenido de https://www.newsexpress.com.py/historias-de-exito/amandau-un-sueno-que-no-se-derrite-sonar-es-gratis-con-pasion-esfuerzo-pensamiento-innovador-humildad-y-sencillez-todo-es-posible/

Paredes, N. (20 de 03 de 2023). Diario El Nacional. *Arcoíris S.A., una empresa que conquistó el rubro alimenticio en Paraguay*. Obtenido de https://www.elnacional.com.py/economia/2023/03/20/arcoiris-s-a-empresa-familiar-que-conquisto-el-rubro-alimenticio-en-paraguay/

Villarroel Puma, M. F., Carranza Quimi, W. D., & Cardenas Zea, M. P. (2012). La creación de la marca y su incidencia en el posicionamiento de un producto. *Revista Publicando*, 6, 8, 9.

EDUCACIÓN ARTÍSTICA

ARTISTIC EDUCATION

Natalia Jazmín Medina Fretes
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
natmefre@gmail.com

Peggy Natalia Ortigoza Ovelar
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
nortigozaovelar@gmail.com

María Belén González Rodas
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
Belurodas2002@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la Educación Artística, que se define como la enseñanza y el aprendizaje de las disciplinas artísticas, que incluyen entre otras cosas la música, la danza, las artes visuales, el teatro y la literatura. El objetivo de este trabajo fue asumir que la educación artística contribuye a la adquisición de conocimientos y al desarrollo de capacidades y actitudes específicas que no tienen ni un equivalente en ninguna otra área, indispensables para la formación integral de todo alumnado, las artes en la escuela deben tener mayor presencia y ser un vehículo para construcción de una población creativa y culturalmente informada, buscar fomentar valores éticos y la adquisición de habilidades generales como la empatía y la creatividad. El enfoque utilizado fue descriptivo, la unidad de análisis fueron alumnos de una institución educativa del área Central. Las técnicas de recolección de datos fueron de análisis documental, los instrumentos aplicados fueron fichas de lectura. Como resultado significativo podemos mencionar que esta investigación nos ayudó a comprender la educación artística como elemento de construcción social en relación activa con los alumnos, en un proceso reciproco que dirige a las personas hacia la materia para después revertir en el alumno, generando en él valores de apropiación, aprovechemos esa riqueza de posibilidades para generar una educación acorde a la necesidades de nuestros alumnos, proporcionándoles las herramientas que formen adultos creativos capaces de

comprender el mundo que los rodea y capaces de transcenderlos, enseña valores como el orden, la solidaridad, la responsabilidad y contribuye al desarrollo de la psicomotricidad. Se concluye entonces que la Educación Artística no solo contribuye al crecimiento personal, sino que también tiene un impacto positivo en el rendimiento académico general.

PALABRAS CLAVES: Académico General, Artes visuales, Desarrollo de la psicomotricidad, Educación Artística, Literatura

ABSTRACT

This research is about Art Education, which is defined as the teaching and learning of artistic disciplines, including among other things music, dance, visual arts, theater and literature. The objective of this work was to assume that artistic education contributes to the acquisition of knowledge and the development of specific skills and attitudes that do not have an equivalent in any other area, essential for the comprehensive training of all students, the arts in school. They must have greater presence and be a vehicle for building a creative and culturally informed population, seeking to promote ethical values and the acquisition of general skills such as empathy and creativity. The approach used was descriptive; the units of analysis were students from an educational institution of the central area. The data collection techniques were documentary analysis; the instruments applied were reading sheets. As a significant result, we can mention that this research helped us understand artistic education as an element of social construction in an active relationship with students, in a reciprocal process that directs people towards the subject and then reverts to the student, generating values. Of appropriation, let's take advantage of this wealth of possibilities to generate an education according to the needs of our students, providing them with the tools that form creative adults capable of understanding the world around them and capable of transcending them, teaching values such as order, solidarity, responsibility and contributes to the development of psychomotor skills. It is then concluded that Art Education not only contributes to personal growth, but also has a positive impact on general academic performance.

KEYWORDS: Artistic education, Development of psychomotor skills, General Academic, Literature, Visual arts.

INTRODUCCIÓN

La educación artística es el proceso de aprendizaje que se centra en el desarrollo de las habilidades artísticas, como la pintura, la escultura, la música, el teatro, la danza y la literatura. En nuestro interior como personas llevamos el arte dentro, solo que hay algunos que desarrollan más esa capacidad de expresión y comunicación, además es una herramienta que nos acerca aún más hacia nuestros adentros y nos amplía la comunicación con nuestro alrededor.

Para la educación en alumnos dentro de la educación artística buscamos alimentar su imaginación dándoles mayor creatividad, fomentar a la memoria y fortalecer la expresión con sus pares y los demás. Esto ayudará en la seguridad del alumno y será partícipe de su propio aprendizaje demostrando sus destrezas adquiridas, necesarias para el futuro.

La educación artística fomenta habilidades blandas y cognitivas, igualmente las emociones, sensaciones y sentimientos se crean, fortalecen y amplían en cuanto trascurra el tiempo en el cual están siendo estímulos. A su vez podemos afirmar que las técnicas que se utilizan en educación artística favorecen y estimulan al desarrollo de las capacidades de originalidad, creatividad y la libertar de expresar sus sentimientos a través de su arte.

El área de educación artística está constituida por los siguientes ejes temáticos: artes corporales, artes auditivas, artes plásticas o visuales, comprensión y apreciación estética, conocimiento y valoración artística y el conocimiento cultural. Cada uno de estos ejes está constituido por núcleos temáticos que se han secuenciado de manera coherente desde el grado primero hasta once. Se pretende con el área que los estudiantes desarrollen las competencias en Pensamiento estético, expresión y sensibilidad artística.

Los criterios de evaluación del área están construidos sobre la base de los procesos de las competencias, que fueron establecidos en los lineamientos básicos del currículo pertinente del área central. Por lo cual, en este documento, exponemos todo lo referente

a la educación artística en alumnos de edad escolar para resaltar la importancia que tiene ésta para su desarrollo integral en esta etapa.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

El método estuvo enfocado en el desarrollo de las potencialidades del alumno, siendo participativa y global, teniendo al alumno como protagonista. Se tomó como punto de partida los conocimientos previos del alumnado referidos al arte, así como los temas de interés, inclinaciones y posibilidades artísticas. La educación artística fomenta habilidades blandas y cognitivas, igualmente las emociones, sensaciones y sentimientos se crean, fortalecen y amplían en cuanto trascurra el tiempo en el cual están siendo estímulos.

Tener en cuenta, la concepción del "hacer" y "reflexionar" como un todo. Puesto que el hacer sin pensar es una repetición mecánica de técnicas artísticas intrascendentes, así como el saber teórico desprendido del hacer se convierte en un ejercicio intelectual vacío. Esto es importante para el desarrollo de los lenguajes artísticos.

Considerar que los procedimientos artísticos no deben constituirse en fines por sí mismo, sino más bien en herramientas para que los niños/as puedan expresar su mundo interior e interpretar el mundo que le rodea. Crear constantemente situaciones que resulten atractivas e interesantes al educando, para el desarrollo de la capacidad perceptiva.

Para la educación en alumnos dentro de la educación artística buscamos alimentar su imaginación dándoles mayor creatividad, fomentar a la memoria y fortalecer la expresión con sus pares y los demás. Esto ayudará en la seguridad del alumno y será partícipe de su propio aprendizaje demostrando sus destrezas adquiridas necesarias para el futuro.

A su vez podemos afirmar que las técnicas que se utilizan en educación artística favorecen y estimulan al desarrollo de las capacidades de originalidad, creatividad y la libertar de expresar sus sentimientos a través de su arte. Al socializar el conocimiento

junto con la creatividad la parte teórica y técnica facilitando la diversidad de todo lo que puede lograr un alumno potenciar sus habilidades.

RESULTADOS

Esta investigación presenta un contexto caracterizado por el tema "Educación Artística", desarrollado en la ciudad de Asunción, considerando los siguientes objetivos:
La educación artística tiene un papel esencial en el aprendizaje de los alumnos, desde temprana edad, ya que es capaz de potenciar todas sus habilidades, ya sea en sus formas: espacial, lógica, musical, lingüística, interpersonal, intrapersonal, creativa y emocional. Se utilizan con un fin formativo, incorporando el arte a un ámbito educativo, como elementos motivadores para estudiar áreas del conocimiento, que no son necesariamente artísticas.

Además, busca fomentar valores éticos y la adquisición de las habilidades generales, como la empatía y la creatividad, que los acompañaran en su vida cotidiana, conforme vayan haciéndose mayores. Es importante enfatizar sobre habilidades técnicas; como ser la Expresión corporal, Plástica, Música, Teatro., promoviéndolas la creatividad a través de sencillas actividades, como:

- Expresión Corporal en la Danza, elaborando y representando coreografías según ritmo de la música, expresar sonidos, gestos, movimientos con recursos corporales. Ej.: pasos, figuras, etc.
- Plásticas: realizar producciones espontáneas e imaginativas, marcando una diferencia entre lo simple y lo estereotipado Ej. Dibujos, modelados, collage.
- Música, utilizando recursos del entorno en la elaboración de elementos rítmicos para el acompañamiento de obras. A su vez, interpretar canciones Ej. Afinación, ritmo, dinámica.

El arte ayuda a reforzar la autoestima, amplía la conciencia de la propia identidad. Las niñas y niños descubren que una pregunta tiene muchas respuestas válidas, y que hay muchas maneras de llegar a ellas. Enseña valores como el orden, la solidaridad, la responsabilidad además de eso contribuye al desarrollo de la psicomotricidad. Nos referimos tanto a la gruesa como la psicomotricidad fina, pues ejercita la coordinación

entre la vista y las manos. En el caso del dibujo y la pintura, las niñas y niños entran en contacto con los pinceles y la textura de la pintura.

Gracias a la educación artística los niños pueden conocerse mejor a ellos mismos, expresar su mundo interior y plasmar su imaginación y creatividad. El Arte amplia la capacidad de observación. Observar es ver los elementos dentro de un contexto y es una forma de despertar la curiosidad por el entorno. La atención a los detalles que vemos y a la experiencia de trabajar en la elaboración artística ayuda a concentrarse. El déficit de atención es algo que va en aumento en nuestra sociedad. Uno de los beneficios del Arte es que ayuda a crear conciencia del momento presente, mirando y haciendo.

De acuerdo al objetivo, el resultado de lo investigado es que la Educación Artística facilita:

- La evaluación del proceso de desarrollo de destrezas y habilidades artísticas. La evaluación del producto, evidenciando los niveles de logros de las capacidades desarrolladas por los alumnos.
- La objetividad, para la valoración de los avances en el proceso y los niveles de logros, que en este caso sería el producto.

Podemos decir que, la educación artística desempeña un papel importante en la formación integral de los estudiantes y puede tener un impacto positivo en su desarrollo personal, emocional, cognitivo y social. Los objetivos de la educación artística pueden variar según el nivel educativo y los objetivos específicos de un programa o currículo.

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre la importancia de la educación artística desde temprana edad, considerando que hemos hallado que es fundamental en el desarrollo integral de los estudiantes. La educación artística, ha sido objeto de investigación desde distintos enfoques. El estudio del desarrollo artístico debe basarse en actividades que formen parte del currículo regular.

Es por ello que es de especial importancia fomentar la creación artística en la edad escolar.

Según Vygotsky (2011), “El hombre tendrá que conquistar su futuro con ayuda de su imaginación creadora. La formación de una personalidad creadora que está proyectada hacia el mañana se va a preparar por la imaginación creadora representada en el presente.” Vygotsky, concede un importante valor educativo a las actividades de expresión artística. Mediante el dibujo, la pintura y el modelado, el niño y el adolescente pueden expresar más fácilmente sus inquietudes, adquirir un nuevo lenguaje que amplíe sus horizontes, ahondar en sus sentimientos y crear nuevas imágenes. A través de las diversas técnicas artísticas lograrán nuevos hábitos de trabajo y conocimientos profesionales, aprendiendo a dominar materiales y métodos especiales de expresión.

Herbert Read (1893 - 1968) “retoma la tesis planteada por Platón y, en su libro “Educación por el Arte” considera que el Arte debe ser la base fundamental de la educación, e insiste en los beneficios educativos que podrían surgir de su práctica” (La mirada ingenua, s.f.). “Para Herbert Read, la educación artística debe abarcar todos los modos de expresión individual, configurando un enfoque global de la realidad que dé lugar a una educación estética. Según él, ninguna otra materia puede originar en el niño un desarrollo tan integral que tenga en cuenta imagen y concepto, sensación y pensamiento, así como un conocimiento instintivo de las leyes del universo y un hábito o comportamiento en armonía con la naturaleza. En esta propuesta de educación cobra una gran importancia la educación de los sentidos que, relacionados con el mundo exterior, construyen una personalidad integrada”

Cabe mencionar que durante la realización de la propuesta metodológica hemos encontrado limitaciones a la hora de realizarla. Ha sido complejo seleccionar los autores oportunos para la realización de la fundamentación teórica, pues nos encontramos con gran cantidad de autores que hablan acerca de la educación artística y su importancia. Por tanto, hemos tenido dificultades a la hora de la elección de los mismos para llevar a cabo el marco teórico.

Si bien, esta investigación presentó ciertos desafíos, podemos rescatar la fortaleza de que utilizamos instrumentos de información válidos y confiables, que contribuyen con precisión en la recopilación de datos, mientras que una debilidad podría ser elección del

tema para llevar a cabo el marco teórico. Finalmente, podemos considerar que la denominación de área o sector artístico en la educación formal permite una mayor flexibilidad en la inclusión de las diversas formas de expresión y reflexión crítica frente al hecho artístico.

La inclusión de un área artística en la educación formal salvaguarda la permanencia y la seriedad del arte en la enseñanza, ya que lo fortalece como sector dentro del todo. Se da en este espacio la posibilidad de la diversidad de la disciplina artista, de acuerdo con los intereses de los estudiantes y los contextos culturales, a su vez, la actualización de los profesores es un imperativo para proteger la presencia real del arte y educación, en razón de parámetros de contemporáneos.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada acerca de la educación artística. Esta investigación al principio se planteó la importancia que tiene la educación artística en la formación integral de los estudiantes para desarrollar su creatividad a partir de estimulaciones de sus facultades imaginativas y emocionales.

La función esencial de la educación es conferir a todos los niños y niñas la libertad de pensamiento, de juicio, de sentimiento y de imaginación que necesita para que sus talentos alcancen la plenitud. Es precisamente lo que se debe aplicar para enseñar adecuadamente la educación artística en la escuela. Al socializar el conocimiento junto con la creatividad la parte teórica y técnica facilitando la diversidad de todo lo que puede lograr un alumno potenciar sus habilidades.

Teniendo la guía adecuada que en éste caso debe ser un profesional entendido de la materia, el mismo debe ser un verdadero facilitador para que la experiencia sea significativa educativa dándole el interés y prestándole la atención para lograr fortalecer los conocimientos artísticos y por lo mismo le sirva en el futuro potenciando también su interés en expandir sus conocimientos a otros que requieran apoyo.

Por lo expuesto, se puede concluir lo siguiente:

1. La educación artística es fundamental para comprender como el arte impacta en el aprendizaje, el desarrollo creativo y cognitivo de los estudiantes. A través de diversas metodologías, se ha demostrado que el arte mejora la motivación, la resolución de problemas y el desarrollo de habilidades.
2. Los enfoques artísticos permiten la expresión de diversas perspectivas culturales, sociales y emocionales, promoviendo un ambiente más equitativo y enriquecedor para todos los estudiantes.
3. La investigación resalta la necesidad de integrar de manera más sólida las artes en los programas educativos para potenciar la creatividad, imaginación y pensamiento crítico de los alumnos.

La educación artística debe contribuir al desarrollo global de cada persona, cuerpo y mente, inteligencia, sensibilidad. A todos los niños y niñas se le debe de dotar de un pensamiento autónomo y crítico, así se debe educar para la vida. No existe, según Kellog (1986), modo infalible y único, cualquiera que sea la edad del artista, de dar a conocer los detalles corporales. Hay muchos modos, y conviene subrayar la capacidad del niño para utilizar varios, ya que cada niño es un producto de su ambiente.

REFERENCIAS

Alvarado Ana y Otros (*1990) "El Taller De Plástica En La Escuela" Edit. Troquel. Bs As Argentina.*

Arnheim, R. (1993). *Consideraciones sobre la educación artística. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.*

Balada, M. y Juanola, R. (1987). *La educación visual en la escuela. Barcelona: Paidós.*

Calaf, R. y Fontal, O. (2010). *Cómo enseñar arte en la escuela. Madrid: Síntesis.*

Eisner, E. (1995). *Educar la visión artística. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.*

Elsa de Vicente Arranz, (2013). *La educación artística en la escuela*

Gloton, R. (1978*). El arte en la escuela. Barcelona: Paideia*

Hargreaves, D. (1991). *Infancia y educación artística. Madrid: Morata S.A.*

Hernández, F., Jódar, A. y Marín, R. (1991). *¿Qué es la educación artística? Barcelona: Sendai Ediciones.*

Howard Gardner, (2006.) *Educación Artística y Desarrollo Humano.*

Kieran Ega, (2002). *El Arte De La Educación*

Programa de Estudios 4°, 5° y 6° grados. (*Ministerio de Educación y Cultura. Asunción Paraguay, 1996) "https://www.mec.gov.py/cms_v2/adjuntos/9593"* https://www.mec.gov.py/cms_v2/adjuntos/9593

Rudolf Arnheim, (1954). *Arte y Percepción.*

UN ENFOQUE EN LA EDUCACIÓN DEL SIGLO XXI: LA CARRERA DEL EDUCADOR EN PARAGUAY, SUS DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN EL AÑO 2023

A FOCUS ON 21ST CENTURY EDUCATION, THE EDUCATOR'S CAREER IN PARAGUAY, HIS CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE YEAR 2023

Alicia Monserrat Peralta Mareco
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
peraltaaliciamonserrat24@gmail.com

Andrea Lujan Ruiz Diaz Fernández
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
Andyfer868@gmail.com

Patricia Victoria Santacruz Almada
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
Patriciasamtacruz.unida@gmail.com

Ruth Carolina Villalba Martínez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
ruthvill85@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la carrera del educador, los desafíos, problemáticas y como supo sobrellevar cada obstáculo desde años anteriores que se define como el educador juega un papel importante en el desarrollo de aprendizaje y como en la actualidad se trata de ser más concretos con las actividades que se realizan en el aula. Por ello, el objetivo de este trabajo fue conocer que el educador tiene en sus manos uno de los recursos más valiosos y es una herramienta importante y eficaz en la práctica en el aula el enfoque utilizado fue cualitativo de un estudio detallado. Para esta investigación se considera como unidad de análisis al Ministerio de Educación y Ciencias (MEC) como principal recolector de datos en cuanto a los procedimientos de investigación de la carrera del educador, la recolección de datos utilizados se describe con el análisis documental y bibliográficos de los recursos del MEC. Los instrumentos aplicados fueron de fuentes de información secundaria, materiales como libros académicos, revistas, artículos de

investigación extraídas de las bibliotecas digitales de la universidad (UNIDA) y documentos de la página del Ministerio de Educación y Ciencias (MEC). Como resultado significativo se puede mencionar que la carrera del educador es una labor muy importante para todos tanto niños, adolescentes y adultos porque no hay una edad límite, para seguir aprendiendo, es un amor a lo aprendido y a la enseñanza para los demás. Se concluye que la importancia del educador en el aula es un factor que siempre va ser de vital importancia y siendo que hay muchos métodos de aprender el maestro siempre será la clave de todo de ahora y en un futuro, porque dependemos de ellos para seguir teniendo un futuro mejor.

PALABRAS CLAVES: actualidad, aula, carrera, desafíos, educador.

ABSTRACT

This research deals with the educator's career, the challenges, problems and how he was able to overcome each obstacle from previous years that defines how the educator plays an important role in the development of learning and how nowadays it is about being more concrete with the activities that are carried out in the classroom. Therefore, the objective of this work was to know that the educator has in his hands one of the most valuable resources and is an important and effective tool in the practice in the classroom the approach used was qualitative of a detailed study. For this research, the Ministry of Education and Science (MEC) is considered as the unit of analysis as the main data collector in terms of the research procedures of the educator's career, the data collection used is described with the documentary and bibliographic analysis of the resources of the MEC. The instruments applied were from secondary information sources, materials such as academic books, journals, research articles extracted from the digital libraries of the university (UNIDA) and documents of the Ministry of Education and Science (MEC), research articles extracted from the digital libraries of the university (UNIDA) and documents from the website of the Ministry of Education and Science (MEC). As a significant result it can be mentioned that the career of the educator is a very important work for all both children, adolescents and adults because there is no age limit, to continue learning, it is a love of learning and teaching for others. It is concluded that the importance of the educator in the classroom is a factor that will always be of vital importance and being that there are many methods of learning the teacher will always be the key to everything now and in the future, because we depend on them to continue having a better future.

KEYWORDS: classroom, current events, career, challenges, educator.

INTRODUCCIÓN

En este artículo les presentamos todo lo referente a la carrera del educador, los desafíos y problemáticas que afectan a la carrera, como así también el papel importante del educador en el proceso de enseñanzas del aprendizaje y la manera que el educador trabaja con diferentes culturas y orígenes Nuestro motivo de elección nace del deseo de analizar y conocer más acerca de la carrera del educador, conocer sobre las mediciones del aprendizaje, las evaluaciones de la reforma educativa y la visión del desarrollo del país.

En Paraguay, la educación es un pilar fundamental, sin embargo, existen desafíos y problemáticas que afectan la carrera del Educador. La baja remuneración, enfrenta una carga de trabajo excesiva, la falta de recursos, la diversidad en las aulas que plantea desafíos para los educadores. Desgaste y agotamiento, cambios en las tecnologías y la educación a distancia que requiere que los docentes se adapten. La legislación y política educativas cambiantes que genera confusión y dificultad en el planeamiento.

El objetivo de este estudio es conocer que el educador tiene en sus manos unos de los recursos muy valiosos tanto para el docente y para los niños, es una herramienta muy importante y eficaz para los objetivos tanto para el profesional y para los niños El primer contacto con los niños, la primera impresión que ellos reciben es algo que ellos guardaran siempre, el interactuar con ellos estimular ya que la meta del educador es el educar. La práctica en el aula es el primer desafío del docente, más que la parte teórica, porque está ahí el inicio de una relación de docente alumno.

De ahí que la práctica docente juega un papel muy importante en el proceso de desarrollo del niño, no simplemente los maestros están involucrados en el desarrollo si no los padres de familia y la sociedad. Como docente se debe buscar algunas propuestas involucradas. Se sabe que en la actualidad se trata de ser más concretos con las actividades que se realizan en el aula y no ser los mismos maestros tradicionalistas que existan o que aun los hay. Se pretende que los estudiantes tengan el proceso de enseñanza aprendizaje, para ello se necesita involucrarlos en el estudio, logren desempeñarse con eficiencia y que sean capaces de leer, comprender, reflexionar, etc.

Esta investigación sobre la carrera del educador es muy importante ya que, como futuros profesores, debemos buscar métodos de aprendizaje, técnicas de enseñanza para los futuros educandos, porque a medida que avanza el tiempo, las técnicas van quedando obsoletas y estando en una generación automatizada, o generación de máquinas, nos quedaremos atrás sin darnos cuentas, ya que a medida que pasa el tiempo, surgen nuevas herramientas para la enseñanza y la educación.

También la carrera del educador se enfrenta a varios desafíos y retos en varios países como así quién asignan un lugar privilegiado a la educación. A menudo implica también que los educadores trabajen con estudiantes y colegas de diversas culturas y orígenes. La colaboración entre educadores y organizaciones educativas de diferentes países es cada vez más común. Vemos la importancia de la educación global. En el libro Educación Global para mejorar el mundo, invita a:

Educar para ser globalmente consciente, con una mentalidad global y para que desarrollen las competencias necesarias para adaptarse en el mundo en el que toca vivir. El educador es un modelo a seguir y su influencia se extiende a lo largo de toda la vida de los individuos y tiene un impacto duradero en la comunidad global. (Reimers,2021, p. 15)

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para este trabajo se han utilizado computadora, notebook, empleamos aparatos celulares como materiales, siendo las herramientas para la confección del trabajo: Word, conversor a PDF, buscamos artículos científicos, artículos de investigaciones de las páginas web, como así también buscamos informaciones en Google Académico, nos guiamos por bibliotecas digitales, y las revistas digitales.

El diseño metodológico empleado en esta investigación sigue el enfoque cualitativo de un estudio detallado, una observación y análisis de contenidos, para comprender con profundidad aspectos como la motivación, el desarrollo profesional, los desafíos y las satisfacciones en la trayectoria de la carrera del educador. El alcance o nivel de la investigación es descriptiva ya que hemos encontrado que los docentes se muestran con más dificultades y desafíos en instituciones públicas que privadas, la falta de

infraestructuras, capacitaciones constantes, y remuneraciones de acuerdo a sus capacidades han hecho que no se brinde una educación de calidad en las escuelas de nuestro país.

El diseño de investigación es no experimental, pues observaremos y analizaremos en contenidos, informes, artículos y datos detalladas de diferentes sitios todo lo referente a la carrera del educador. La corte considerada es de carácter transversal teniendo en cuenta que nos tomó aproximadamente dos meses de octubre a noviembre recopilar información de diferentes sitios para este artículo.

Para esta investigación se considera como unidad de análisis al Ministerio de Educación y Ciencias (MEC) como principal recolector de datos en cuanto a los procedimientos de investigación de la carrera del educador puesto que este análisis marcó una perspectiva educacional que permite resaltar ciertos aspectos sobresalientes y dificultades que atravesó el educador como los cambios que el sistema ha experimentado en el año 2020.

Las técnicas utilizadas son el análisis documental y bibliográficos de los recursos del MEC en internet como así también otros documentos digitales relevantes a la educación paraguaya.; los instrumentos implementados son las fichas de lectura para recabar almacenar las informaciones obtenidas y registro de las referencias bibliográficas; y los procedimientos a seguir son la búsqueda, lectura y recopilación de datos de la fuente.

La investigación presentada ocupa fuentes de información secundaria, teniendo en cuenta que se ha utilizado materiales como Libros Académico referentes a la educación y los educadores, la Revista Paraguaya de Educación, Artículos de investigación extraído de las bibliotecas digitales que ofrece la plataforma de la universidad, y así también datos y documentos de la página del Ministerio de Educación y Ciencias.

RESULTADOS

La Carrera del Educador

Esta investigación presenta un contexto caracterizado por el tema la Carrera del educador, en este artículo nosotras queremos aprender sobre la carrera y desafíos que cada maestro tiene ya que la educación es uno de los pilares más importantes ya tanto para el docente y los niños, tanto así debemos buscar métodos y estrategias y técnicas. El desarrollo en el año 2023 y las cuales se ve el gran interés del docente hacia sus alumnos, así como es temporal lo aprendido porque va siendo obsoleto cabe destacar que el docente debe capacitarse constantemente porque cada vez hay cosas muy importantes para desarrollar. El objetivo principal fue conocer, investigar sobre la carrera del educador para poder desarrollar de una manera óptima todo lo aprendido

Los Desafíos y Problemáticas del Docente

Los resultados más relevantes hallados son que los docentes en Paraguay enfrentan una serie de desafíos y problemáticas en el ejercicio de su labor educativa. Es importante destacar que el Gobierno de Paraguay y las organizaciones educativas trabajan en la mejora de la educación y en la resolución de estos desafíos, pero la superación de estas problemáticas puede llevar tiempo y esfuerzo continuo.

En el aspecto general de la carrera del educador, significa un importante resultado para el desarrollo de capacidades y habilidades que este implica no sólo evaluar los conocimientos sino también las habilidades pedagógicas y la vocación por la enseñanza, las prácticas en el aula el proceso de desarrollo con los estudiantes son aspectos muy importantes ya que tienen un impacto directo a la calidad de la educación.

Los hallazgos han sido que nos encontramos que el educador enfrenta cargos de trabajo excesiva, con clases numerosas y una gran cantidad de tareas administrativas, baja remuneración, los salarios de los docentes a menudo son bajos en comparación con la carga de trabajo y las responsabilidades que enfrentan, recursos limitados, la falta de recursos educativos, materiales y tecnológicos en las escuelas puede dificultar la enseñanza efectiva.

Infraestructuras deficientes, muchas escuelas en Paraguay carecen de infraestructura adecuada, lo que puede afectar el ambiente de aprendizaje y la comodidad de los estudiantes y docentes. Falta de capacitación: La formación continua de los docentes es esencial, pero la capacitación a menudo es insuficiente o no llega a todos los educadores. Así como cambios en la tecnología, por lo tanto, eso no ha sido un impedimento para el educador seguir con su labor, es más fue mejorando y adaptándose a las herramientas que fue implementada por el Ministerio de Educación y Ciencias (MEC)

Aspectos Legales de la Carrera del Educador

En Paraguay la carrera del educador está regulada por el Ministerio de Educación y Ciencias (MEC). Algunos aspectos legales a destacar son; para ejercer como educador en Paraguay, es necesario obtener un título habilitante en educación, como el de Profesor o Licenciado en Educación. Este título debe ser otorgado por una institución de educación superior reconocida por el MEC. (Estatuto del docente, art. 13).

Los educadores deben registrarse en el Registro Nacional de Profesionales de la Educación, que es administrado por el MEC. Este registro es necesario para ejercer la profesión, deben cumplir con las normativas educativas vigentes en Paraguay, que incluyen los planes y programas de estudio establecidos por el MEC, así como las políticas educativas del país. (Estatuto del docente, art. 35) El desempeño de los educadores puede ser evaluado regularmente por el MEC, y es importante mantener estándares de calidad en la enseñanza. (Estatuto del docente, art. 37)

El objetivo es promover y propiciar la adquisición de conocimientos actitudes y habilidades a través de la capacitación y formación profesional con el fin de mejorar sus competencias laborales, favorecer el desempeño eficiente de sus tareas y por consiguiente la mejora en el proceso de enseñanza- aprendizaje. Otorgar apoyo para que los docentes desarrollen sus fortalezas y superen sus habilidades. La propuesta es para que se brinde educación de calidad a los niños de familias empobrecidas, se necesita invertir en becas educativas, talleres de formación para docentes, construcción de escuelas y una mejora del acceso al agua y electricidad en las escuelas.

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre la importancia del docente en el sistema educativo, como debe interactuar en el aula para que los estudiantes tengan el proceso de enseñanza y como el educador debe involucrarnos en el estudio y logren desempeñarse con eficiencia y que sean capaces de comprender y reflexionar. Considerando que hemos hallado varios desafíos en la carrera del educador y una de las principales problemáticas sería la baja remuneración y cargas horarias excesivas teniendo en cuenta las responsabilidades que enfrentan y los cambios tecnológicos que se presentan, algunos autores mencionan un avance considerable en el sistema educativo desde el 2011 hasta la actualidad aún que siguen existiendo carencias notables por lo ya mencionado.

Durante el periodo de realización de la investigación se nos han presentado las siguientes limitaciones, el poco acceso a los datos, ya que solo teníamos acceso a notas breves que no tenían mucha información. O bien informaciones de años anteriores. También que con las compañeras contábamos con diferentes horarios de disponibilidad, y en ocasiones inconvenientes al acceso de internet. Y estas responden a circunstancias como poca cantidad de datos que analizar, y por ende a exponer en nuestro artículo. Para Garay (2020) "las limitaciones jamás se refieren a las dificultades de relación, como muchos creen, sino los límites o fronteras hasta donde llegan las aspiraciones de la investigación, siempre por referencia de los objetivos"(p.3)

Si bien la investigación presenta desafíos, una de las fortalezas del educador en la enseñanza y en su manera de implementarle en el aula, los cambios tecnológicos a medida que va evolucionando la tecnología y a la para la educación. Tanto para el educador debe siempre fortalecer la práctica e implementarlo en el aula con los niños y adolescente porque es una contante el avance de la tecnología, tanto el educador y como los padres de familia también deben estar actualizados para que puedan apoyar en la educación a sus hijos para un futuro mejor. Las debilidades que el educador es algo que debe mejorar como en la infraestructura, sistemas informáticos, accesibilidad al internet, eso limita porque no todos los niños y adolescentes cuentan con esas tecnologías y lo

mínimo como gobierno deben poner para ellos porque ellos son nuestro futuro. (Martinez., 2020)

El trabajo de investigación sobre la carrera del educador, en la profesión de docente se requiere actitudes, conocimientos hay metodología desarrollando estrategias, novedosas y diversas. Dominar las técnicas básicas para un buen interlocutor, resolver el problema de la disciplina y adaptar los contenidos al nivel de conocimiento del alumnado, el rol de docente no debe ser solamente proporcionar información y controlar la disciplina, sino ser un mediador entre el estudiante y el ambiente, siendo el guía o acompañante de los niños y jóvenes. Entre otros son los aspectos hacia los cuales enfatiza actualmente la formación del docente, además de que se encaminan a sensibilizar al alumnado acerca de su futuro.

El pensamiento de Freire, el educador es quien enseña aprender y aprender enseñando, esto indica que en el educador también existe una formación. El maestro es al mismo tiempo estudiante, el estudiante es simultáneamente maestro, la naturaleza de sus conocidos es lo que difiere. Sin embargo, la educación es un acto de amor por lo tanto la práctica de docente tiene que ver con la orientación y la guía del camino del aprendizaje. De esta manera maestros y estudiantes comparten un mismo status construido conjuntamente en un dialogo que se caracteriza por horizontalidad de sus relaciones (Torres, 1995, p.30)

Cada educador aspira a mejorar cómo enseña y cómo los estudiantes aprenden, fomentando el pensamiento creativo y crítico para que puedan ir más allá de simplemente entender la enseñanza como una parte del sistema social. Esto implica que el docente actúe como un mediador clave, mostrando la relevancia de compartir sus conocimientos profesionales y examinando cómo estos influyen en su forma de enseñar. Vygotski consideraba que el entorno social y cultural de un niño influye profundamente en su aprendizaje. Creía en la importancia de la interacción social, el juego y la instrucción guiada para el desarrollo cognitivo. Su teoría destaca cómo la interacción con adultos y compañeros ayuda a los niños a adquirir conocimientos y habilidades.

CONCLUSIÓN

Esta investigación al principio se planteó la temática referente a la carrera del educador que trató sobre conocer sus culturas y orígenes y la forma en el que el educador se desempeña en su labor , los métodos de aprendizaje y técnicas de enseñanzas que a menudo los educadores utilizan en aula y con diferentes problemáticas que se presentaron durante los años, resaltamos la manera en cómo los educadores supieron sobrellevar cada situación utilizando las herramientas y protocolos otorgados por el MEC.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:

1. Que se destaca la importancia crucial de educador como poseedor de valiosos recursos que impactan tanto al docente como a los niños.
2. La herramienta educativa se revela como eficaz para alcanzar objetivos profesionales y formativos. El primer contacto y la impresión inicial que los niños reciben son determinantes, ya que establecen las bases de una relación educativa. La práctica en el aula emerge como el primer desafío, superando la teoría, marcando el inicio de una significativa relación entre docente y alumno.
3. La evolución de la práctica docente se percibe esencial, buscando propuestas más concretas y adaptadas a las necesidades actuales, con el objetivo de lograr un proceso de enseñanza-aprendizaje eficiente y participativo.

Por último, de manera general, los maestros tienen un papel crucial al formarnos como individuos responsables, capaces de pensar por nosotros mismos y contribuir al bienestar general. Cada profesor tiene su propio estilo de enseñanza y filosofía de vida, lo que les permite transmitir conocimientos y moldear a los estudiantes para que se conviertan en profesionales que enriquezcan nuestra sociedad.

La profesión docente ofrece oportunidades constantes para crecer y adaptarse, aprovechando la diversidad de niveles, grupos y lugares dentro del entorno educativo. Como estudiantes, es importante comprender tanto las particularidades de cada alumno como las necesidades colectivas de la comunidad educativa en el aula. Esto incluye aspectos como afinidades, relaciones y experiencias compartidas.

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación relacionada sobre el enfoque en la educación del siglo XXI. La carrera del educador en Paraguay, sus desafíos y oportunidades en el año 2023. El educador tiene un papel muy importante en el proceso de las etapas que desarrolla en las aulas ya que cada niño tiene su método y tiempo de aprendizaje y ahí ya incluye las culturas y orígenes.

Ya que el educador es una pieza clave para la educación tanto en el presente y a un futuro, tanto así a los cambios tecnológicos. Una pieza clave para la educación y educador es la primera impresión, el primer contacto con los niños es muy importante para ellos porque es el recuerdo que se les guardará toda la vida y de ahí está el incentivar y alentar a los alumnos a que deseen estudiar y tener un futuro mejor.

REFERENCIAS

Garcia, C. N. (2018). Journal of Supranational Policies of Education. 50-70.

Gomez Vahos, L. E., Muriel Muñoz, L. E., & Londoño Vazquez, D. A. (Julio de 2019). El papel del docente para el logro de un aprendizaje significativo apoyado en la TIC 1. *Vol. 17*(02), 118-131.

La educacion y la cultura en los ultimos tiempos: desafios de la educacion paraguaya. (2022). *Universidad Nacional del Este Facultad de Filosofia Psicologia.*

Martinez., A. M. (2020). Docentes en Paraguay: caracteristicas generales. *Observatorio educativo Ciudadano*.

Ministerio de Educacion y Ciencias. (2001). *Ley Nº 1725/ Establece el Estatuto del Educador.* Paraguay.

Novella Garcia, C. (2018). El sistema educativo paraguayo ante los desafíos sociales del siglo XXI: Una evolución histórica hacia el Programa Metas Educativas 2021. Obtenido de http://hdl.handle.net/10486/688348

Rossi, L. I. (2016). Historia de la formacion docente en Paraguay. 32-44.

Zarate, L. L. (2013). *Realidad Educativa del Paraguay.*

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN EL RUBRO ALIMENTICIO. PARAGUAY-AÑO 2023

ADVERTISING CAMPAIGNS IN THE FOOD SECTOR. PARAGUAY - YEAR 2023

Nathalia Soledad Peralta Aquino
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
np0602@gmail.com

Shirley Yasmín Vargas Gavilán
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
yazzy200197@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre analiza las estrategias publicitarias utilizadas en la industria alimentaria de Paraguay, nuestro objetivo es comprender como las empresas se fueron adaptando a constantes cambios y como fue impactando en sociedad estas evoluciones. El enfoque utilizado fue la metodología cualitativa, la unidad de análisis fue el conjunto de campañas publicitarias en la industria alimentaria, las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron análisis documentales, bibliográficos. Los resultados revelaron varios desafíos que enfrenta el rubro, que incluyen la creciente demanda de alimentos más saludables, regulaciones gubernamentales estrictas, competencia feroz y cambios en los canales de distribución. Las estrategias publicitarias han evolucionado, destacando la importancia de la autenticidad, la salud y la sostenibilidad. Existe un aumento significativo en el uso de plataformas digitales, redes sociales, promocionando productos y servicios a través de anuncios, colaboración con influencers para llegar a audiencias específicas. Se enfatiza la importancia de la presentación visual y la narrativa de los alimentos en la publicidad. Las agencias publicitarias desempeñan un papel crucial en el desarrollo de estrategias publicitarias efectivas, utilizando su experiencia y capacidad para medir datos. Destacamos el crecimiento del comercio electrónico y las entregas a domicilio como tendencia y es importante comprender las dinámicas y desafíos de la industria alimentaria en Paraguay en términos de campañas publicitarias y estrategias de marketing. Se concluye que la

publicidad desempeña un papel fundamental en las decisiones de compra de los consumidores, esto ocasiona que las empresas se adapten a las cambiantes preferencias y demandas para mantenerse competitivas en el mercado.

PALABRAS CLAVES: Alimentos, Campañas publicitarias, Consumidor, Estrategias de Marketing, Redes sociales

ABSTRACT

This research analyzes the advertising strategies used in the Paraguayan food industry. Our objective is to understand how companies adapted to constant changes and how these evolutions impacted society. The approach used was the qualitative methodology, the unit of analysis was the set of advertising campaigns in the food industry, the data collection techniques used were documentary and bibliographic analysis... The results revealed several challenges facing the sector, which include the increasing demand for healthier foods, strict government regulations, fierce competition and changes in distribution channels. Advertising strategies have evolved, highlighting the importance of authenticity, health and sustainability. There is a significant increase in the use of digital platforms, social networks, promoting products and services through advertisements, collaboration with influencers to reach specific audiences. The importance of visual presentation and narrative of food in advertising is emphasized. Advertising agencies play a crucial role in developing effective advertising strategies, using their experience and ability to measure data. We highlight the growth of e-commerce and home deliveries as a trend and it is important to understand the dynamics and challenges of the food industry in Paraguay in terms of advertising campaigns and marketing strategies. It is concluded that advertising plays a fundamental role in consumer purchasing decisions, this causes companies to adapt to changing preferences and demands to remain competitive in the market.

KEYWORDS: Advertising, Digital Marketing, Food Industry, Influencers, Social Networks

INTRODUCCIÓN

En el ámbito de las estrategias de comunicación, las campañas publicitarias se posicionan como pilares fundamentales para transmitir mensajes, productos y servicios al público en general. Hemos optado por abordar este tema debido a su gran trascendencia en la sociedad actual, donde la efectividad de la comunicación comercial puede influir significativamente en los pensamientos y decisiones de las personas.

El mundo de la publicidad ha experimentado una transformación radical, y esta evolución es particularmente evidente en el rubro alimenticio. En Paraguay, un país en constante crecimiento y desarrollo, el sector alimenticio juega un papel esencial en la economía y en la vida cotidiana de sus habitantes. En este contexto, las campañas publicitarias se han convertido en un elemento fundamental para las empresas que operan en el sector, ya que no solo promueven productos y servicios, sino que también influyen en la toma de decisiones de los consumidores y moldean sus preferencias.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo explorar y analizar en profundidad las campañas publicitarias en el rubro alimenticio en Paraguay. Se examinará cómo las empresas están adaptando sus estrategias para captar la atención de una audiencia cada vez más diversa y exigente. Se indagará en las tácticas utilizadas para comunicar atributos de los productos, tales como sabor, calidad nutricional y valores éticos. Además, se investigarán las posibles repercusiones socioeconómicas y culturales de estas campañas en la sociedad paraguaya.

La justificación de esta investigación se cimienta en su doble relevancia: por un lado, explorar las nuevas fronteras de la publicidad en un contexto saturado de información resulta esencial para adaptarse a las cambiantes dinámicas de comunicación. Por otro lado, la factibilidad se fundamenta en el acceso a una gran cantidad de datos y estudios de caso que permiten analizar tendencias y evaluar las estrategias exitosas que ya han sido implementadas a nivel global.

En el ámbito internacional, la evolución de las campañas publicitarias ha sido objeto de estudio por numerosos autores, quienes han resaltado la necesidad de

adaptación a las dinámicas digitales y sociales. Así, se ha discutido ampliamente sobre la personalización de mensajes, la interacción con el público a través de redes sociales y la integración de narrativas emocionales en la publicidad. Nuestra investigación busca complementar estas perspectivas previas y aportar nuevas ideas y enfoques que puedan enriquecer la comprensión global.

Las campañas publicitarias constituyen un eje central de la comunicación actual, enfrentando desafíos tanto a nivel nacional como internacional. Por lo que este estudio busca profundizar en el universo de las campañas publicitarias en el rubro alimenticio en Paraguay, año 2023. A medida que las estrategias publicitarias siguen evolucionando, comprender su impacto en la sociedad y la industria alimenticia se vuelve esencial para promover un consumo informado y sostenible.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

En el marco de la investigación sobre Campañas Publicitarias en el Rubro Alimenticio en Paraguay durante el año 2023, se utilizaron como principales recursos computadoras, teléfonos móviles y el acceso a Internet. Estos elementos nos permiten acceder a información relevante, estadísticas y ejemplos de campañas publicitarias en dicho ámbito.

El diseño metodológico empleado en esta investigación sigue un enfoque cualitativo, con el propósito de especificar propiedades y características de conceptos en el contexto de las campañas publicitarias en el rubro alimenticio. La investigación adopta un diseño descriptivo, ya que se busca explorar y caracterizar las estrategias publicitarias empleadas en el sector alimenticio.

El diseño de la investigación se caracteriza como no experimental, teniendo en cuenta que se basa en el análisis de estudios previamente realizados sobre el tema de interés, de los cuales extraemos conclusiones que ya fueron establecidas. La corte de nuestra investigación es considerada transversal, dado que recopilamos y analizamos datos relacionados con comportamientos en una población específica en un punto particular en el tiempo.

La unidad de análisis en esta investigación es el conjunto de campañas publicitarias en el rubro alimenticio. Se recopilan datos en un momento único para analizar las estrategias vigentes y su impacto.

La técnica de recolección de datos para este artículo es específicamente el análisis de bibliográfico y documental, se analizarán anuncios publicitarios, videos promocionales, artículos y noticias relacionadas con campañas alimenticias en medios digitales y audiovisuales. Esto permitirá identificar tendencias, enfoques y estrategias utilizadas en las campañas. Los instrumentos implementados incluyen un análisis bibliográfico y documental con categorías definidas, como tipo de producto, mensaje central, tono emocional, plataformas utilizadas, entre otros, el cual permitirá categorizar y comparar los elementos clave de las campañas publicitarias.

Se utilizarán fuentes secundarias de múltiples orígenes para obtener una comprensión integral del panorama publicitario y sus efectos. Analizaremos documentos, informes de agencias de publicidad, informes de mercado, artículos periodísticos, investigaciones académicas previas relacionados con regulaciones publicitarias y alimentación. Por lo que la combinación de análisis documental, bases de datos electrónicas, monitoreo de medios permitirá obtener una visión completa de las estrategias publicitarias y su impacto en el comportamiento de los consumidores.

RESULTADOS

Esta investigación presenta un contexto caracterizado por el tema Campañas publicitarias en el rubro alimenticio, desarrollado en la ciudad de Asunción, Paraguay; teniendo en consideración que actualmente esta industria enfrenta numerosos desafíos, como la creciente conciencia sobre la salud, las cambiantes preferencias de los consumidores finales, además de las tendencias en las estrategias publicitarias en el uso de las varias plataformas digitales disponibles, considerando el año 2023. Además, el objetivo principal fue proporcionar información valiosa tanto para las empresas y los profesionales del rubro, ayudando a comprender mejor como diseñar campañas publicitarias más efectivas en el entorno actual.

La industria de alimentos y bebidas enfrenta una serie de desafíos en la actualidad, muchos de los cuales son impulsados por cambios en las preferencias y demandas de los consumidores, así como por factores económicos, sociales y medioambientales. Algunos de los desafíos más destacados incluyen:

1. Salud y bienestar: Los consumidores son cada vez más conscientes de su salud y bienestar, lo que ha llevado a una mayor demanda de alimentos y bebidas que sean nutritivos, bajos en azúcares, grasas y aditivos, y ricos en ingredientes naturales. Las empresas deben adaptarse a estas demandas, reformulando productos y ajustando sus estrategias de marketing.

2. Sostenibilidad: (…) los clientes con una mayor consciencia de la huella ecológica buscan que los empaques tengan un menor efecto contaminante en el medio ambiente, por lo cual las empresas, que vienen cambiando parte de su enfoque a ser más socialmente responsables, toman en consideración que el material de los empaques puede aportar en la minimización del impacto sobre el medio ambiente y por ende a suplir la necesidad de contribución ambiental de los clientes. (Andrade, Rivera, & Lora Guzmán, 2018)

3. Regulaciones gubernamentales: Los gobiernos en todo el mundo están implementando regulaciones más estrictas en relación con la publicidad de alimentos dirigida a niños, el etiquetado nutricional y los estándares de seguridad alimentaria.

Según estudios realizados en Paraguay, (..) indican que la percepción de los consumidores y la intención de compra de alimentos y bebidas envasadas, se vería modificada ante la presencia de un rotulado nutricional frontal, en este sentido, todos los sistemas facilitaron la toma de decisiones en relación a la calidad nutricional de los alimentos. (Morínigo Martínez, Mendoza de Arbo, Báez Llamosas, Martínez, & González Céspedes, 2022)

4. Competencia feroz: La industria de alimentos es altamente competitiva, con una amplia variedad de opciones disponibles para los consumidores. Las empresas deben destacarse en un mercado abarrotado y diferenciarse a través de la innovación en productos y estrategias de marketing. En Paraguay actualmente el rubro de prestación de

servicios y productos se destaca entre los negocios más rentables, un sector que aporta un amplio movimiento dentro de la economía del país.

5. Canales de distribución variadas: La pandemia de COVID-19 aceleró la adopción de compras en línea y la entrega a domicilio, lo que ha llevado a cambios significativos en la forma en que los consumidores compran alimentos. Las empresas deben adaptarse a estos cambios en los canales de distribución y marketing. Este último también se ve afectada por los avances tecnológicos y la omnicanalidad.

6. Responsabilidad social y ética: Los consumidores cada vez más valoran la responsabilidad social empresarial y la ética en las prácticas comerciales. Las empresas deben demostrar un compromiso genuino con causas sociales y ambientales para mantener la confianza de los consumidores.

Estos desafíos presentan oportunidades para la industria alimentaria, pero también requiere adaptación y respuesta proactiva por parte de las empresas para satisfacer las cambiantes expectativas de los consumidores y cumplir con las regulaciones y estándares emergentes.

En cuanto a las estrategias publicitarias utilizando las diversas plataformas digitales están evolucionando constantemente, no solo en nuestro país, sino en el mundo entero.

El auge de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter que son plataformas publicitarias populares en Paraguay, han ocasionado un aumento significativo en la creación de contenido de calidad y en la promoción de sus productos y servicios a través de anuncios patrocinados en estas plataformas, además de aprovechar las opciones de segmentación para llegar a audiencias específicas según sus preferencias de alimentos y estilos de vida.

El contenido visual de alta calidad, como imágenes y videos de alimentos preparados de manera apetitosa, sigue siendo esencial, junto con una promoción estratégica a través de plataformas como YouTube, Facebook e Instagram. Cada vez están

invirtiendo más en la creación de contenido visual atractivo para atraer la atención de los consumidores.

Las colaboraciones con influencers paraguayos están en aumento. Las marcas de alimentos están colaborando con influencers aprovechando la popularidad de estas personalidades locales en redes sociales para llegar a audiencias específicas de manera auténtica. Una tendencia muy marcada en el país en el rubro alimenticio es que estas personalidades están creando contenido relacionado con la alimentación, la cocina y la nutrición. Esto incluye recetas saludables, consejos nutricionales y guías sobre cómo utilizar sus productos de manera efectiva. La idea es brindar información útil y establecerse como referentes en el campo de la alimentación.

Siguiendo este enfoque y dado el creciente interés en la salud y la sostenibilidad, las estrategias publicitarias están destacando los aspectos saludables y sostenibles de los productos alimenticios. Esto puede incluir etiquetas y mensajes relacionados con ingredientes naturales, orgánicos y respetuosos con el medio ambiente.

Cabe destacar que la publicidad programática está ganando terreno en Paraguay, permitiendo a las empresas llegar a audiencias específicas de manera más eficiente y efectiva a través de la compra automatizada de anuncios en línea. Al igual que este punto suele utilizarse con demasía en las campañas estacionales aprovechando las festividades, eventos locales, deportivos y culturales para lanzar promociones especiales en los productos.

Y con la creciente popularidad de las apps móviles, algunas empresas optan por utilizar anuncios dentro de estas para llegar a su audiencia mientras utilizan apps populares.

Como anteriormente mencionamos a raíz de la pandemia de COVID-19, en Paraguay hay una creciente tendencia en las entregas a domicilios (delivery) pero también con esto creció el E-commerce, la promoción de servicios de entrega a domicilio y la facilidad de compra en línea son tendencias importantes, las estrategias se centran en

hacer que la experiencia de compra en línea sea más conveniente y atractiva para los consumidores.

El comercio electrónico o e-commerce en Paraguay creció un 14 % en cuatro años, marcado principalmente por los hábitos de la pandemia, y actualmente 3/4 de la población local lo utiliza, o lo que sería unos 5.000.000 de paraguayos, según cantidad de habitantes, y solo en los últimos 12 meses el 78 % realizó una compra online. (La Nación, 2023)

Una de las ventajas que dan estas plataformas digitales es que se puede ser medir y analizar el impacto en los consumidores. Los negocios prestan una mayor atención a la medición de resultados y al análisis de datos para evaluar la efectividad de sus estrategias publicitarias y realizar ajustes en tiempo real.

Estas tendencias en las estrategias publicitarias para el rubro alimenticio en Paraguay reflejan la importancia de la autenticidad, la salud y la sostenibilidad en la toma de decisiones de compra de los consumidores locales. Por ende, las empresas deben adaptar sus enfoques a las necesidades y preferencias específicas de sus clientes locales mientras siguen las tendencias emergentes en el ámbito digital para mantenerse competitivas dentro del mercado.

Usualmente en Paraguay, para generar y desarrollar todas estas estrategias de marketing y tener una medición del impacto que está generando las campañas publicitarias contratan los servicios de una agencia publicitaria, esta última es la encargada de activar todas las acciones previstas.

Estas agencias cuentan con un profundo conocimiento de la dinámica del mercado y las tendencias de consumo en la industria alimentaria. Esto les permite desarrollar estrategias publicitarias altamente efectivas que se alinean con las preferencias cambiantes de los consumidores y la competencia en constante evolución, brindando creatividad/experiencias invaluables en la promoción de productos. La presentación visual y la narrativa de los alimentos son aspectos cruciales para atraer a los consumidores, y las agencias pueden diseñar campañas atractivas que destacan en un

mercado saturado. Además, estas agencias tienen acceso a recursos técnicos y de producción que permiten la creación de contenido publicitario de alta calidad, desde imágenes y videos hasta contenido en redes sociales.

Un punto muy importante que anteriormente mencionamos, la medición y el análisis de datos son componentes esenciales de las estrategias publicitarias efectivas, y las agencias están equipadas para llevar a cabo un seguimiento exhaustivo del rendimiento de las campañas. Esto permite a las empresas del rubro alimentario evaluar la efectividad de sus inversiones en publicidad y ajustar sus estrategias para obtener mejores resultados. En última instancia, al contratar agencias publicitarias, las empresas del sector alimentario pueden centrarse en la producción y la innovación de productos, confiando en expertos para maximizar la visibilidad y el impacto de sus ofertas en el mercado.

De acuerdo al objetivo esta investigación proporciona una visión completa y actualizada de las dinámicas y desafíos que enfrenta la industria alimentaria en Paraguay en términos de campañas publicitarias y estrategias de marketing. Concluimos que la publicidad en sí, juega un rol muy importante en una sociedad de consumo generando un poder de persuasión en la compra de los consumidores. En futuras investigaciones seria valioso profundizar el impacto de las regulaciones gubernamentales especificas en la publicidad de alimentos en el Paraguay.

DISCUSIÓN

La investigación sobre las campañas publicitarias en el rubro alimenticio en Paraguay durante el año 2023 revela la importancia crucial de la publicidad en la sociedad de consumo actual. Las estrategias publicitarias se han convertido en pilares fundamentales para transmitir mensajes, productos y servicios al público, influenciando significativamente los pensamientos y decisiones de las personas. “Sin el uso de la publicidad, sería muy difícil posicionarse en la mente de los consumidores como un producto de buena calidad” (Montero Rodriguez, 2020, pág. 7)

Este estudio ha explorado en profundidad cómo las empresas se están adaptando a un entorno publicitario cada vez más dinámico y diverso, en donde lo digital se vuelve mucho más presente en la vida de todos. La presencia del internet dentro de los posibles clientes potenciales es constante y de fácil acceso, se considera que una idea de negocio es totalmente invisible si no se encuentra en el mundo digital. La información proporcionada dentro del mundo digital es muy fácil de transmitir, llegar hacia un público objetivo de manera directa, y sobre todo existe la posibilidad de poder medir en números reales su alcance para poder plantearnos nuevas estrategias. (Herrera Molina, 2021)

Se puede destacar como el uso de redes sociales ha ocupado gran parte de las estrategias de marketing en esta industria. (..) La utilización de las redes sociales como medio de publicidad permite a las empresas tener un control y realizar un análisis de la campaña de modo que se pueda ver como se ha gastado el dinero y en qué se puede mejorar para obtener mejores resultados. Las plataformas ofrecen información a los anunciantes sobre las visualizaciones e interacciones que ha tenido la campaña en tiempo real, además con existen diferentes programas para hacer más fácil el uso de las redes enfocadas a la publicidad. (Sánchez & López, 2019). Hace dos décadas, el mercado se enfrentaba a consumidores pasivos, con los cuales era difícil de contar para el diseño de un producto y un servicio. Su opinión rara vez se tenía en cuenta en relación con el producto para generar mejoras o modificaciones, sin embargo, se ha empezado a producir un cambio de actitud; dicho cambio está liderado por los Millennials y la Generación Z. Ambas generaciones necesitan conectividad con las redes sociales. Una vez que establecen un vínculo con una marca específica, desean participar activamente con ellas, co-crear y, lo que es más importante, ser parte de las marcas que les gustan. (Quero Sánchez, 2019). Acompañado de las redes sociales surge la presencia de los Influencers, estrategia muy utilizada en los últimos tiempos en el rubro alimenticio en el Paraguay. (..) Los influencers son individuos que usan esa capacidad para impulsar las decisiones de compra. Por eso, sus seguidores les consideran una referencia. (Quero Sánchez, 2019).

A pesar de los valiosos hallazgos de esta investigación, se deben reconocer algunas limitaciones. En primer lugar, la metodología se basó en un enfoque cualitativo y en el análisis de datos previamente recopilados, lo que podría haber introducido sesgos

potenciales. También, en la actualidad pudimos encontrar muchos materiales sobre marketing y campañas publicitarias pero varias investigaciones sumamente potenciales se encontraban en inglés, las tendencias y estrategias pueden haber evolucionado y pudimos enriquecer mucho más con esas informaciones, pero nos vimos limitados por el corto tiempo que tenemos también en analizar dichos materiales. Además, la falta de acceso a datos internos de empresas del rubro limitó la profundidad del análisis de algunas estrategias publicitarias específicas.

Si bien la investigación presento varios desafíos, se puede considerar los siguientes aspectos como fortalezas, ofrece una visión completa de las dinámicas y desafíos de la industria alimentaria en Paraguay en términos de campañas publicitarias y estrategias de marketing. Se puede observar como el enfoque en estrategias publicitarias relacionadas con la salud y la sostenibilidad proporciona una perspectiva relevante y actual. Dentro del contexto del desarrollo sostenible, las empresas tienen la responsabilidad de llevar a cabo medidas que consideren tres aspectos fundamentales para lograr un impacto genuino. Estos aspectos son el ámbito social, el ambiental y el económico. El objetivo es atender las necesidades actuales de la sociedad sin comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades futuras. (Giraldo Patiño, Londoño Cardozo, Micolta Rivas, & O'neill-Marmolejo, 2021). El análisis bibliográfico y documental permitió categorizar y comparar elementos clave de las campañas publicitarias. Sin embargo, como debilidad se puede mencionar que, para futuras investigaciones, sería beneficioso realizar encuestas y entrevistas con empresas y consumidores para obtener una comprensión más completa.

Finalmente podemos considerar que esta investigación arroja luz sobre el papel fundamental de las campañas publicitarias en la industria alimentaria de Paraguay en el año 2023. A medida que las estrategias publicitarias siguen evolucionando, comprender su impacto en la sociedad y la industria alimenticia se vuelve esencial para promover un consumo informado y sostenible. Las empresas en el sector alimenticio deben adaptarse a los desafíos presentados por la salud, la sostenibilidad y la competencia, y las agencias publicitarias desempeñan un papel crucial en este proceso al proporcionar creatividad, experiencia y análisis de datos. En futuras investigaciones, sería valioso profundizar en el impacto de las regulaciones gubernamentales específicas en la publicidad de alimentos

en Paraguay, lo que podría contribuir aún más al desarrollo de estrategias publicitarias efectivas en la industria alimentaria.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada, la importancia fundamental de las campañas publicitarias en el sector alimenticio de Paraguay en el año 2023. En un mundo de constante cambio, donde los consumidores son cada vez más conscientes de la salud, la sostenibilidad y la ética, las estrategias publicitarias desempeñan un papel esencial en la influencia de las decisiones de compra. Se han identificado tendencias claves en la publicidad de alimentos en Paraguay, destacando la relevancia de la autenticidad, la salud y la sostenibilidad.

En el estudio, se exploraron numerosos desafíos que enfrenta la industria alimentaria en Paraguay, desde la creciente conciencia sobre la salud hasta las regulaciones gubernamentales más estrictas y la competencia feroz. Se destaca la importancia de adaptarse a los cambios en los canales de distribución y las preferencias de compra de los consumidores, especialmente en el contexto de la pandemia de COVID-19, que impulsó el crecimiento del comercio electrónico y las entregas a domicilio.

Luego de la investigación, se puede concluir principalmente lo siguiente:

1. La industria alimentaria en Paraguay enfrenta una serie de desafíos, incluyendo la demanda de productos más saludables, regulaciones gubernamentales más estrictas y una competencia feroz. Las estrategias publicitarias deben adaptarse a estos cambios en las preferencias y demandas de los consumidores para mantenerse competitivas en el mercado.

2. Las tendencias en las estrategias publicitarias para el rubro alimenticio en Paraguay reflejan la importancia de la autenticidad, la salud y la sostenibilidad en la toma de decisiones de compra de los consumidores locales. Las empresas están utilizando plataformas digitales, colaboraciones con influencers y enfoques centrados en la salud para llegar a su audiencia de manera efectiva.

3. Las agencias publicitarias desempeñan un papel crucial en el desarrollo de estrategias publicitarias efectivas en la industria alimentaria. Su experiencia, creatividad y capacidad para medir y analizar datos son recursos valiosos para las empresas que buscan destacarse en un mercado saturado.

Por último y de manera general consideramos que la publicidad en el rubro alimenticio de Paraguay se encuentra en constante evolución. A medida que las estrategias publicitarias siguen cambiando, comprender su impacto en la sociedad y la industria alimenticia se vuelve esencial para promover un consumo informado y sostenible. El estudio destaca la importancia de la adaptación y la innovación en un mercado en constante cambio y sugiere que futuras investigaciones podrían explorar el impacto de las regulaciones gubernamentales específicas en la publicidad de alimentos en Paraguay.

REFERENCIAS

Morínigo Martínez, M., Mendoza de Arbo, L., Báez Llamosas, T., Martínez, R., & González Céspedes, L. (2022). Percepción de influencia del rotulado nutricional frontal en la selección e intención de compra de alimentos envasados en una muestra representativa de adultos paraguayos. *Revista de salud publica del Paraguay*.

Sánchez, I., & López, V. (2019). ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN LAS REDES SOCIALES. 24.

Andrade, B. R., Rivera, M. A., & Lora Guzmán, H. (2018). El empaque como oportunidad para el desarrollo del producto y el consumidor responsable; una mirada desde la industria en Norteamérica y Suramérica. 2-3.

Giraldo Patiño, C., Londoño Cardozo, J., Micolta Rivas, D., & O'neill-Marmolejo, E. (2021). Marketing sostenible y responsabilidad social organizacional: un camino hacia el desarrollo sostenible. 77.

Herrera Molina, S. F. (2021). Estrategias publicitarias digitales, como herramienta para el posicionamiento de microemprendimientos del sector gastronómico durante la pandemia en el cantón Latacunga. 10.

La Nación. (1 de Junio de 2023). eCommerce en expansión: unos cinco millones de paraguayos compran online.

Montero Rodriguez, L. (6 de Julio de 2020). ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA INDUSTRIAS. 7.

Quero Sánchez, I. (2019). La importancia del Influencer Marketing. 16.

LA APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS DE COMUNICACIÓN Y ESPACIOS PUBLICITARIOS, EN PARAGUAY. AÑO 2023

THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN COMMUNICATION COMPANIES AND ADVERTISING

Mathias Sebastián Aranda Gamarra
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
gamarramathias11@gmail.com

Jacqueline Mariel Espínola Britez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
jacquelineespinola573@gmail.com

Franco Ariel Villagra
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
francoariel915@gmail.com

Luz Soledad Ramírez Villalba
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
Luzr8230@gmail.com

RESUMEN

La IA es un campo de la informática que se enfoca en crear sistemas que pueden realizar tareas que normalmente requiere inteligencia humana, busca crear maquinas que pueden imitar la función cognitiva humana a través de procesadores y software con el fin de realizar tareas de procedimientos y análisis de datos. Este trabajo tiene por objetivo dar a conocer las aplicaciones de la IA y su utilidad en las empresas de comunicaciones y publicitarias. El enfoque utilizado es cualitativo, la unidad de análisis son las empresas del área de las comunicaciones y del sector publicitario en Paraguay, específicamente en el Departamento central; la técnica utilizada es el análisis bibliográfico documental de fuentes de datos secundarias y los procedimientos que se siguieron son: elección del tema, recolección de datos en artículos de internet, libros y revistas, después de analizar la información y escoger las partes más relevantes, se procedió a realizar la investigación en el tiempo establecido, para lo cual la el

instrumento utilizado fue la lista de cotejo. Como resultado significativo hay que destacar el extraordinario avance de la tecnología en el desarrollo de la IA cada vez más versátiles y confiables para su uso en el sector empresarial y que cada vez son más lasempresas en nuestro país que apuestan por su uso, Por lo tanto, se concluye que la inteligencia artificial y los nuevos desarrollos tecnológicos son claves para alcanzar el éxito empresarial.

PALABRAS CLAVE: Empresas, Inteligencia artificial, Tecnología

ABSTRACT

AI is a field of computer science that focuses on creating systems that can perform tasksthat normally require human intelligence, it seeks to create machines that can mimic human cognitive function through processors and software in order to perform proceduraltasks and data analysis. The purpose of this work is to show the applications of AI and its usefulness in communications and advertising companies. The approach used is qualitative, the unit of analysis are the companies in the area of communications and advertising sector in Paraguay, specifically in the Central Department; the technique used is the documentary bibliographic analysis of secondary data sources and the procedures followed are: choice of the topic, data collection in internet articles, books and magazines, after analyzing the information and choosing the most relevant parts, we proceeded to conduct the research in the established time, for which the instrument used was the checklist. As a significant result it is necessary to highlight the extraordinary progress of technology in the development of AI, which is becoming more versatile and reliable for use in the business sector and that more and more companies in our country are betting on its use. Therefore, it is concluded that artificial intelligence and new technological developments are key to achieve business success.

KEYWORDS: Business, Artificial Intelligence, Technology.

INTRODUCCIÓN

Elegimos el tema de la Inteligencia Artificial (IA), ya que se basa en el estudio del cerebro humano y de cómo imitar el comportamiento de las personas mediante algoritmos y sistemas informáticos ya que son capaces de ejecutar tareas simples como también complejas que realizan las personas cotidianamente. La IA es una disciplina que busca crear maquinas con sistemas, imitar la función cognitiva humana a través de procesadoresy software con el principal objetivo de realizar tareas de procedimientos y análisis de datos.

Aunque la IA ha avanzado drásticamente en la actualidad aún enfrenta cierta problemática en la propiedad intelectual del Paraguay ya que aún no existe una legislación específica que regulen los derechos de autor y las obligaciones de los creadores o usuarios. Por lo tanto, en los últimos años la economía nacional ha experimentado un crecimientosostenido y se muestra favorable por lo cual se ha vuelto un foco de atracción a próximasinversiones extranjeras, así como también asegura el crecimiento y desarrollo de empresas nacionales teniendo así en cuenta que crea un ambiente competitivo y eficaz yaque gracias a esto otras empresas sienten presión y se impulsan a la innovación de modelos de negocios apostando a nuevas tecnologías y herramientas favorables en el áreacomercial.

Nuestro objetivo con esta investigación es conocer más a fondo sobre esta nueva tecnología y como beneficia a las empresas de comunicación y espacios publicitarios, generando así un gran impacto llegando a convertirse en una herramienta útil para las empresas en diversos ámbitos, sobre todo en las de espacios de publicidad masiva que son: Televisión, radio, periódicos y anuncios en línea, esta tecnología se utiliza para automatizar los espacios publicitarios incluyendo la programación de anuncios, el análisis de mercadeo, la generación de contenido al igual que también la relación con clientes y la publicidad digital. Para que el negocio de la telecomunicación tenga una mejor imagen de marca, ofreciendo productos y servicios innovadores de alta calidad, generalmente la IA mejora la rentabilidad y la toma de decisiones, procesos y operaciones en la parte financiera y fabricaciones de programas empresariales.

El tema de la Inteligencia Artificial nos pareció bastante importante ya que hoy

en día con la evolución de la tecnología y la cantidad de datos que generan tanto las maquinas como también los humanos a veces logran superar en gran medida la capacidad que tienenlas personas de absorber dichos conocimientos e informaciones, la IA hace posible que las maquinas se ajusten a las nuevas experiencias y aportaciones como tareas que realizanlos seres humanos y ayuda a aportar mayor presión en el entorno industrial ya que la IA reduce los fallos provocados por las limitaciones del ser humanos.

En cuanto a autores diversos, existen numerosas publicaciones que abordan el tema de laIA desde diferentes perspectivas por ejemplo Newell y Simon (1975) nos habla más a fondo sobre el afán de construir maquinas inteligentes y sobre lo que es la inteligencia especifica ya que la inteligencia de los humanos es de tipo general y no logra exhibir consuficiencia los conocimientos amplios de la tecnología y sus funciones, el diseño y realización de inteligencias únicamente muestran comportamiento inteligente en unámbito muy específico y el matemático británico Alan Turing es considerado el padre dela IA ya que revoluciono la informática y supo prever ciertas cuestiones con la tecnologíamoderna y la IA.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación empleamos el uso de los equipos informáticostales como: Notebook, Celular y Tablet, al igual que para el desarrollo de la recopilación de informaciones estuvimos indagando en varias páginas WEB como también accedimos en la biblioteca de la Universidad de la Integración de lasAméricas – UNIDA, para ampliar nuestra información y obtener datos más actualizados sobre nuestro tema a tratar.

El diseño metodológico empleado en esta investigación es de enfoque cualitativo, pues se basa en un trabajo de análisis bibliográfico y documental, teniendo en cuentaque busca especificar características y ventajas de la inteligencia artificial. El alcancees de nivel descriptivo porque lo que se busca es especificar las características, usos,ventajas y enfoques de la inteligencia artificial, ya que se pretende ofrecer una visióngeneral y actualizada de este campo de estudio, que tiene una gran relevancia e impacto en la sociedad y en el desarrollo científico y tecnológico, como en las empresas

de comunicación y publicidad.

El diseño de investigación es No Experimental, puesto a que nos enfocamos netamente a la recopilación y análisis de informaciones ya existentes sobre el tema. La corte considerada es la transversal teniendo en cuenta que en el periodo de tiempo abarcado se sitúa entre los meses de agosto a octubre del 2023.

Para esta investigación se considera como unidad de análisis a las empresas de comunicaciones y del ámbito publicitario en Paraguay, específicamente en el departamento central.

La técnica utilizada es el análisis bibliográfico documental para lo cual se recurre a una fuente de datos secundaria y los procedimientos que se siguieron son: elección del tema a ser investigado, búsqueda y recolección de datos sobre la inteligencia artificial en artículos de internet y libros, después se realizó un resumen de dicha información y posteriormente se procede a transcribir los resultados obtenidos y el instrumento usado es la lista de cotejo.

RESULTADO

Esta investigación realizada entre los meses de agosto a octubre del 2023 se enfoca en desarrollar el tema de las aplicaciones que tiene la inteligencia artificial en las empresas de comunicación y publicidad, para esto hemos tomado como unidad de análisis a las empresas del Departamento Central teniendo en consideración que la mayoría de las grandes empresas de este rubro se sitúan en dicho lugar.

El objetivo principal de este trabajo es analizar los usos y beneficios que tiene la aplicación de estas nuevas tecnologías y su impacto en las empresas de nuestro país. La IA ha venido entrando en nuestras vidas paulatinamente desde hace ya mucho tiempo. En Paraguay la utilizamos en el celular, para servicios financieros, en las ciencias médicas, en la ingeniería, en la logística de distribución de productos entre otros. (Barán, 2023)
En nuestro país son muchas las empresas que han incursionado en el uso de la inteligencia artificial (IA) pero según manifiesta Freddy Fernández, presidente de la Asociación Paraguaya de Recursos Humanos (APARH) son principalmente las empresas

del sector financiero y de telecomunicaciones las que hacen un mayor uso de estas tecnologías. (Nación, 2023).

En cuanto a la inteligencia artificial es lo que se conoce como Machine Lerning o aprendizaje de máquina que es un conjunto de modelos cuya finalidad es generalizaro modelar patrones y tendencias en conjuntos de datos también Data Mining (mineríade datos) cuyo propósito es encontrar estos patrones y modelar estadísticas. Lo que se consigue con esto es que las empresas puedan hacer un mejor análisis de los patrones de comportamiento de sus clientes y puedan ofrecer de esta manera servicios más acordes a las demandas y preferencias de sus consumidores (Grillo, 2022). En elParaguay existen varias empresas que utilizan ese tipo de Inteligencia Artificial (IA). Estas son algunas de ellas.

Empresas de Telecomunicaciones

- Tigo
- Claro
- Personal, etc.

Empresas Financieras

- Banco Nacional de Fomento (BNF)
- Interfisa Banco
- Visión Banco
- Sudameris Bank
- Banco Atlas

Empresas de Electrodomésticos

- Bristol S.A
- Inverfin
- Gonzalito), entre otros.

En área de las telecomunicaciones la inteligencia artificial se emplea para captar, gestionar y analizar datos de los consumidores para proveer servicios personalizadosy productos especialmente pensados para estos, así como la creación de contenido en medios publicitarios y campañas de marketing.

Un hallazgo importante es que en nuestro país cada vez es más común el uso de Botmarker que es un software usado en la creación de bots como:

- **Asistentes virtuales o chatbots:** Es una IA que ofrece respuestas automáticas previamente establecidas y se usan mayormente en atención al cliente o asistenciaen ventas.
- **IVR conversacionales:** Permite a los usuarios interactuar con un sistema telefónico a través de voz o teclas numéricas para acceder a diferentes opciones o servicios. Tiene una variedad de aplicaciones en atención al cliente, procesamiento de pagos y la entrega de información automatizada.

También destaca BIMS y su nuevo asistente virtual BIA que es capaz de ofrecer herramientas inimaginadas para la gestión de los negocios, BIA fabrica reportes,también maneja datos financieros e incluso asiste al usuario en la realización de operaciones financieras y ha sido adoptada por más de 800 Mipymes paraguayas.(FOCO, 2023).

Según Belltech (2023) estos son algunos de los beneficios más importantes de la inteligencia artificial en las empresas:

- **Mejora en procedimientos comerciales:** permite personalizar productos y ofrecerlos cuando sea necesario
- **Mejora en la rentabilidad y la toma de decisiones:** como la Inteligencia artificial gestiona y analiza la información disponible tanto de clientes como de los procesos internos de la empresa puede generar estrategias que aumenten la eficiencia y la rentabilidad.
- **Automatización de tareas rutinarias:** La inteligencia artificial gestiona por ejemplo cierres de mes, cuentas, facturas sin la necesidad de un tercero.
- **Desarrollo de nuevos productos y servicios:** La IA permite a las empresas de telecomunicaciones analizar grandes volúmenes de datos y detectar nuevas oportunidades de negocios, lo que les permite desarrollar nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.

Cabe destacar que la introducción creciente de la IA en el sector productivo en Paraguay presenta dos grandes desafíos. El primero es la desaparición, transformación

y aparición de nuevas profesiones.

El segundo desafío es que, según reportes de la consultora Gartner (2023) el 85% de los proyectos de IA fracasan, esto no solo por cuestiones técnicas sino tambiénpor problemas que presentan las empresas para adaptarse a los cambios tecnológicos.

Como resultado final de esta investigación podemos concluir que la inteligencia artificial se está revolucionando el sector empresarial dentro de nuestro país y sus ventajas son innegables ya que las empresas mejoran su adaptación a ellas y logran avanzar para mantenerse a la vanguardia dentro de las operaciones y desarrollos realizados por esta nueva innovación tecnológica dentro del campo financiero y sectores de telecomunicación.

DISCUSIÓN DE TEMA

Indagar a cerca de la aplicación real de la inteligencia artificial en la difusión y tratamientode las informaciones, con innovaciones cada vez más útiles y beneficiosas para las empresas en las comunicaciones ha sido muy útil para ampliar los conocimientos y definir proyecciones que favorezcan la creación de futuros emprendimientos o proyectarnos en el ámbito laboral. La IA es una herramienta basada en el uso de la tecnología y la lógica de las acciones humanas, pero ya en función a las máquinas. Debemos actualizarnos cada vez más y superar expectativas profesionales como estudiantes del área comercial y marquesina pues en el ámbito laboral es importante manejar estos avances.

Durante la realización de esta investigación se nos presentaron las siguientes limitaciones;en primer lugar, la escasa cantidad de escritos de carácter académico sobre la inteligencia artificial en las empresas de nuestro país, por consiguiente, hay poco material para el análisis, una limitación también fue el escaso tiempo del que dispusimos para este trabajoya que 7 semanas es insuficiente para abordar profundamente este tema tan interesante.

Si bien la investigación presentó bastantes desafíos, podríamos considerar los siguientesaspectos como fortalezas: el diseño metodológico adecuado a los objetivos, la

validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados, el análisis riguroso de los datos y la coherencia entre los resultados y las conclusiones. Además, también hay que considerar como debilidades los siguientes puntos: el tamaño reducido de la muestra, la falta de generalización de los hallazgos y la limitada profundidad de algunas variables.

Finalmente podemos considerar que la investigación se encuentra en una etapa inicial pero prometedora, y esperamos aportar con lo realizado de la siguiente manera: contribuiral desarrollo teórico y empírico sobre la inteligencia artificial y su impacto en las empresas de comunicación y espacios publicitarios.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentamos los aspectos concluyentes de la investigación realizada. La IA es una herramienta poderosa que permite analizar grandes cantidades de datos, generar contenidos innovadores y adaptarse a las preferencias y necesidades de losconsumidores. La IA puede ayudar a las empresas de comunicación y espaciospublicitarios a optimizar sus recursos, aumentar su competitividad y ofrecer una mejorexperiencia en la eficiencia y la creatividad a sus clientes.

El mundo actual de las telecomunicaciones es cada vez más exigente y mucho más competitivo en el ámbito empresarial; el usuario o el cliente de hoy exigen calidad y más información en menos tiempo. La inteligencia artificial (IA) en sus diversas aplicaciones es considerada valiosísima como herramienta puesto que permite a una empresa o a una persona acceder a datos o informaciones pertinentes para transacciones, conocer gustos de los usuarios sobre productos o servicios, y hasta controlar el nivel de aceptación de lo que ofrece la empresa a sus clientes.

Luego de haber realizado esta investigación podemos concluir lo siguiente:

- La inteligencia artificial es sumamente versátil y cumple con tantas funciones que hoy en día se constituye en una herramienta casi indispensable para cualquier empresa.
- Las empresas que no se adapten a las nuevas tecnologías no podrán mantenersea un nivel competitivo.

- El mercado laboral necesita cada vez más profesionales que estén capacitados enel manejo de la IA.

De manera general consideramos que la inteligencia artificial debe avanzar en la resolución de retos científicos de gran importancia, ya que el impacto en el uso de técnicas de Inteligencia artificial en nuestra sociedad es muy grande y esto puede ayudar a las empresas de comunicación y los espacios publicitarios a optimizar sus recursos, aumentar su competitividad y ofrecer una mejor experiencia en la eficiencia y la creatividad a sus clientes. Como resultado final de esta investigación podemos concluir que la inteligencia artificial se está revolucionando el sector empresarial dentro de nuestro país y sus ventajas son innegables ya que las empresas mejoran su adaptación a ellas y logran avanzar para mantenerse a la vanguardia dentro de las operaciones y desarrollos realizados por esta nueva innovación tecnológica dentro del campo financiero y sectores de telecomunicación.

REFERENCIAS

Baran. (23 de abril de 2023). La inteligencia artificial en Paraguay. *El Nacional*.

Belltech. (10 de mayo de 2023). Como impacta la inteligencia artificial en las telecomunicaciones.

Foco. (11 de mayo de 2023). *La IA llego a las Mipymes de Paraguay*.

Gartner. (12 de Mayo de 2023). Que es la inteligencia artificial (IA).

Grillo, s. a. (28 de julio de 2022). Inteligencia artificial: una oportunidad económica para Paraguay.

Nación, L. (21 de Julio de 2023). Empresas paraguayas ya usan IA y otras se aproximan, señalan.

IMPACTO DE LA ECONOMÍA Y EL MERCADO LABORAL TRAS LA PANDEMIA COVID-19 EN EL DEPARTAMENTO CENTRAL, AÑO 2022

IMPACT OF THE ECONOMY AND THE LABOR MARKET AFTER THE COVID-19 PANDEMIC IN THE CENTRAL DEPARTMENT, YEAR 2022

Juan Ramon Ramoa Lopez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
jr.ramoa11gmail.com

Lourdes Magdalena Gonzalez Martinez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
luseca120@gmail.com

Gladys Pérez Cañete
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
gladysp259@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la economía y el mercado laboral en Paraguay tras la pandemia Covid_19 en el departamento Central, en el periodo 2022, en tal sentido Paraguay adoptó de manera temprana y enérgica medidas para contener la propagación del nuevo Coronavirus. Por ello, el objetivo principal de esta investigación fue determinar el impacto de la economía y el mercado laboral como consecuencia de la crisis por la COVID_19. El enfoque utilizado fue cualitativo, el diseño de la investigación fue no experimental, la población analizada fueron los individuos, trabajadores y empleadores que han sido afectados por los cambios económicos y laborales. La técnica implementada para lograr ésta investigación es la del análisis documental y el procedimiento de recolección de datos fue de fuente secundaria. Como resultado significativo se puede mencionar que las acciones realizadas permitieron una gradual vuelta a los lugares de trabajo con la implementación de la modalidad de teletrabajo contemplado desde el inicio de la crisis. A pesar de estos logros, es importante destacar que esta victoria es precaria, ya que, con la relajación de las medidas, el número de casos nuevamente aumentó, lo que pone en peligro los avances previos. Se concluye que tras la investigación se resalta la

compleja relación entre la economía y el mercado laboral en Paraguay durante y después de la pandemia de COVID-19. A pesar de la alta informalidad en el mercado laboral paraguayo y la infraestructura laboral en desarrollo, las políticas públicas jugaron un papel fundamental en respuesta a la crisis.

PALABRAS CLAVES: Economía, Mercado Laboral, Pandemia Covid_19.

ABSTRACT

This research deals with the economy and the labor market in Paraguay after the Covid_19 pandemic in the Central department, in the period 2022. In this sense, Paraguay adopted early and energetic measures to contain the spread of the new Coronavirus. Therefore, the main objective of this research was to determine the impact on the economy and the labor market as a consequence of the COVID_19 crisis. The approach used was qualitative, the research design was non-experimental, the population analyzed were individuals, workers and employers who have been affected by economic and labor changes. The technique implemented to achieve this research is documentary analysis and the data collection procedure was from a secondary source. As a significant result, it can be mentioned that the actions carried out allowed a gradual return to the workplace with the implementation of the teleworking modality contemplated since the beginning of the crisis. Despite these achievements, it is important to highlight that this victory is precarious, since with the relaxation of measures, the number of cases increased again, putting previous progress at risk. It is concluded that the research highlights the complex relationship between the economy and the labor market in Paraguay during and after the COVID-19 pandemic. Despite the high informality in the Paraguayan labor market and the developing labor infrastructure, public policies played a fundamental role in response to the crisis.

KEYWORDS: Economy, Labor Market, Covid 19 Pandemic.

INTRODUCCIÓN

Seleccionamos el tema “Economía y Mercado Laboral”, porque son dos elementos interconectados que desempeñan un papel fundamental en la estructura y funcionamiento de cualquier sociedad. La economía se refiere al estudio de cómo los bienes y servicios que producen las personas se venden a otras personas, en mercados a precios libremente determinados para satisfacer las necesidades de los mismos. Por otro lado, el mercado laboral se centra en la interacción entre los trabajadores y los empleadores, determinando la cantidad de empleo o trabajo, los salarios y las condiciones laborales.

En el año 2019 se desató una pandemia llamada COVID - 19; la cual afectó desmedidamente al país, provocando pérdidas en grandes, medianas y pequeñas empresas. Sin embargo, al año siguiente la productividad repuntó en un aproximado de 2.4%, disminuyendo devuelta en el año 2022 al 0.5%. La dinámica de este mercado influye en aspectos clave como la tasa de desempleo, la inflación y la distribución de ingresos en una sociedad. (Sánchez Báez, Sanabria, & Paredes Romero, 2021).

El principal objetivo de este proyecto es dar a conocer con más énfasis sobre la Economía y el mercado laboral en nuestro amado Paraguay, como fue o es afectado tras una pandemia y como volvieron a resurgir las empresas y negocios de barrio. También como actualmente los tipos de negocios fueron cambiando para ser más rentables y así dar alternativas comerciales a los paraguayos. Debido a la alta demanda y su bajo costo de inversión muchas personas optaron por reinventar sus negocios y volverlos más tecnológicos.

Nos pareció un tema muy importante e interesante a desarrollar ya que el mercado laboral es un elemento vital de toda la economía nacional, representa el punto de encuentro entre la oferta y la demanda de trabajo. Los empleadores buscan trabajadores para producir bienes y servicios, mientras que los trabajadores ofrecen su tiempo y habilidades a cambio de compensación económica, todo esto en un tiempo y lugar determinado.

En el ámbito Nacional e Internacional el mercado laboral cambia a medida de la demanda de los consumidores, donde es mayor la exigencia de un producto o servicio y se ponen a prueba las capacidades y competencias de tanto empleado como empleador para que así la eficiencia sea la madre de la empresa y los resultados se reflejan en la economía. (Orlando E. López Ballesteros. Economista).

Los bajos niveles medios de los ingresos laborales, su alta concentración y el alto grado de informalidad en cuanto al cumplimento de la normativas laborales (salario mínimo, cobertura de la seguridad social vinculación al empleo mediante contrato escrito y otras reglas relacionadas a las empresas y el empleo) (Bertranou & Marinakis, 2019), han llevado a niveles crecientes de pobreza.

Por consiguiente, existe un estrecho vínculo entre el magro desempeño de la economía en el mediano plazo, el desempeño del mercado laboral y el aumento de la pobreza y la desigualdad, la inexistencia de una política global de empleo, la debilidad institucional y la baja capacidad de regulación y control por parte de los entes responsables del mercado de trabajo, han contribuido a una creciente precariedad laboral.

Estos antecedentes y la recuperación de la economía paraguaya en los últimos años, el presente estudio evalúa el comportamiento del empleo y los ingresos laborales en la última década. A partir de las nociones sobre los cambios acontecidos en algunos indicadores laborales durante la recesión, se pretende extender el análisis hacia el periodo de reactivación, tomando en consideración las mejores fuentes de información disponibles para los últimos diez años.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación sobre el impacto de la economía y el mercado laboral tras la pandemia de COVID-19 en el Departamento Central, se requeriría una variedad de materiales, herramientas y recursos para llevar a cabo un estudio exhaustivo y bien fundamentado. Empezando desde una computadora, acceso a internet para recabar datos estadísticos e informes económicos del departamento, recopilación

de datos de los medios de comunicación sobre análisis en medios locales e internacionales.

El diseño metodológico empleado para la presente investigación sigue el enfoque cualitativo, teniendo en cuenta que el estudio se centrará en capturar las experiencias, percepciones y narrativas de individuos, trabajadores y empleadores que han sido afectados por los cambios económicos y laborales. El alcance o nivel de la investigación es descriptivo, ya que se busca obtener una comprensión profunda y detallada del impacto de la pandemia de COVID-19.

El diseño de la investigación fue no experimental, ya que no se manipularon variables y estos fueron estudiados en su contexto real para hacer un análisis posterior. La corte considerada es transversal, dado que se estudiaron los hechos en el periodo comprendido en el año 2022.

Para esta investigación se considera a la unidad de análisis sobre el impacto de la economía y el mercado laboral tras la pandemia de COVID_19 en el departamento Central en el año 2022.

La técnica implementada para ésta investigación es la del análisis documental y el procedimiento de recolección de datos a seguir es de fuente secundaria; y, los instrumentos implementos son las fichas de lectura con el propósito de registrar información relevante a ser utilizada en la investigación.

Para esta investigación se tiene como fuente secundaria informes gubernamentales, análisis económicos, estudios académicos, estadísticas laborales, y medios de comunicación, además se consideran investigaciones previas y datos financieros que proporcionan una visión regional y global de cómo nos afectó la crisis sanitaria tanto en la economía como en el empleo a nivel regional y global.

RESULTADOS

La pandemia que se presentó transformó el modo de vivir de muchas personas y el área más afectada fue el laboral y por ende el aspecto socioeconómico, por tal motivo,

el reto que surgió fue continuar en actividad protegiendo la salud y vida de los trabajadores, esta investigación se presenta en dicho contexto, desarrollado en el departamento Central, teniendo en cuenta que en la ciudad de Asunción y alrededores, se centralizan todas las instituciones del estado y las grandes empresas privadas que aportan para el desarrollo del país. Como aspecto temporal se tomó el ejercicio fiscal 2022. El objetivo principal de esta investigación fue determinar el impacto de la economía y el mercado laboral como consecuencia de la crisis por la COVID_19.

Dentro de los resultados más relevantes hallados está la publicación realizada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la cual menciona que tras la crisis por la COVID-19, la tasa de ocupación ha bajado en 4,3 puntos porcentuales entre el segundo trimestre 2019 y el segundo trimestre 2020 (de 65,9% a 61,6%), con una baja mucho más fuerte entre las mujeres (6,4 %) que entre los hombres (2,0 %). Pese a ello, la tasa de desocupación solo aumentó de 7,4% a 7,6% en el mismo periodo, debido al movimiento masivo de la población económicamente activa hacia el estado inactivo, principalmente debido a la pandemia (217.904 trabajadores en el 2do. trimestre de 2020). (Reinecke, Montt, Cunego, Herken, Ocampos, & Valfredi, 2020).

El elevado porcentaje de informalidad en el mercado laboral paraguayo y las fragilidades preexistentes de los servicios públicos han dificultado la llegada de las prestaciones a toda población en situación de vulnerabilidad como estrategia de recuperación económica de mediano y largo plazo, hicieron múltiples esfuerzos para fortalecer la capacitación en línea y debe seguir modernizando su oferta formativa para que responda las necesidades del mercado laboral.

En el contexto regional, Paraguay ha sido uno de los países con una evolución inicial relativamente favorable del número de contagios por COVID-19. Se logró la contención del contagio gracias a medidas muy fuertes, tomadas tempranamente, para frenar la expansión del nuevo Coronavirus mediante el cierre de comercios, restaurantes, colegios y universidades, así como la prohibición de eventos públicos, a pesar de las duras críticas del sector comercial privado. (Reinecke, Montt, Cunego, Herken, Ocampos, & Valfredi, 2020).

El Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social ya informado los principales indicadores del Mercado de trabajo de Paraguay y países de la región al segundo trimestre de 2022, destacando el promedio de la tasa de participación en la fuerza de trabajo de los países analizados fue de 64,5%, ubicándose por encima del nivel registrado en el mismo trimestre de 2021 (+1,5 pp.) y en 0,7 pp. sobre la tasa registrada en el mismo trimestre de 2019 del periodo pre-pandemia. En cambio, en comparación con el primer trimestre de 2022, la tasa de participación disminuyó en 1 pp. Entre los países que registraron valores similares o por encima del nivel registrado durante el trimestre pre-pandemia (2do. Trimestre – Año 2019 vs. 2022), se destacan: Perú (4,4 pp.), Colombia (0,9 pp.), Brasil (0,5 pp.) y Chile (0,3) y Uruguay (mismo nivel); Paraguay y Ecuador están por debajo en 1 y 0,3 pp., respectivamente. (Sanabria, Méndez, & Penayo, 2021).



Fuente: Observatorio Laboral – MTESS. Elaborado con datos oficiales de los institutos de Estadística de los países analizados. Nota: Países analizados: (ECU) Ecuador, (CHI) Chile, (COL) Colombia, (PAR) Paraguay, (PER) Perú, (URU) Uruguay y (BRA) Brasil.

Estos países fueron seleccionados por contar con resultados sobre los principales indicadores de empleo al 2do. Trimestre de 2022 en el momento del análisis. Algunos datos son con cobertura nacional, otras son con cobertura urbana. Así también algunos datos preliminares.

El aumento de la ocupación de acuerdo a las categorías ocupacionales se dio principalmente en el empleo asalariado, en mayor medida en el sector privado. En términos interanual, si bien se registró un aumento de los trabajadores asalariados (215.579; Público: 87.359 y Privado: 128.220), la fuerte caída de los trabajadores

independientes (-147.649) redujo el crecimiento de la población ocupada. Por otro lado, en términos intertrimestral, el crecimiento de 30.848 ocupados fue debido al aumento del empleo asalariado, en especial del sector público. En cambio, las demás categorías ocupacionales registraron variaciones negativas. (Sanabria, Méndez, & Penayo, 2021).

Categoría de Ocupación	Año 2021	Años 2022		Diferencias	
	2° Trim.	1° Trim.	2° Trim	Interanual (2°. Trim. 21/22)	Intertrimentral (1° Trim. 2022 y 2° Trim. 2022)
Total país	34,100,927	3,427,318	3,458,166	47,239	30,848
Asalariado	**1,588,206**	**1,710,591**	**1,803,785**	**215,579**	**93,194**
Empleado/obrero público	34,229	345,200	411,588	87,359	66,388
Empleado/obrero privado	1,263,977	1,365,391	1,392,197	128,220	26,806
Independiente	**1,569,363**	**1,465,713**	**1,421,714**	**-147,649**	**-43,999**
Empleador o patrón	123,445	172,338	154,494	31,049	-17,844
Trabajador por cuenta propia	1,137,613	1,075,664	1,066,685	-70,928	-8,979
Trabajador familiar no remunerado	308,305	217,711	200,535	-107,770	-17,176
Empleado doméstico	**253,358**	**251,014**	**232,667**	**-20,691**	**-18,347**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a los datos obtenidos del Observatorio Laboral – MTESS.

Nota: No incluye los Departamentos de Boquerón y Alto Paraguay

El Instituto Nacional de Estadística (INE) presentó los principales resultados de la Encuesta Permanente de Hogares Continua (EPHC), correspondiente a los meses de julio, agosto y setiembre o tercer trimestre del año 2022, los cuales demuestran una notable recuperación de la Fuerza de Trabajo en el país con respecto al periodo anterior. La diferencia positiva de 38.092 personas de 15 y más años de edad, que en los 7 días anteriores al día de la entrevista realizaron alguna actividad económica al menos por 1

hora (pob. ocupada) y las que no trabajaron ni 1 hora en una actividad económica, disponibles para trabajar y buscaron activamente trabajo (pob. desocupada) (Estadísticas, 2022).

De acuerdo al objetivo de ésta investigación, que es la describir el impacto económico y el mercado laboral tras la pandemia Covid_19, se pudo lograr a través de los resultados e informe procesados por las instituciones encargadas del empleo y trabajo, respaldadas por estadísticas poblacionales. Como una investigación futura se podría analizar el impacto de la pandemia y la tasa de desempleo en el periodo 2022.

DISCUSIÓN

Esta investigación sobre la "Economía y Mercado Laboral" presenta un enfoque esencial en el contexto de la pandemia de COVID-19 y su impacto en Paraguay. Se trata de un tema de gran relevancia, ya que la economía y el mercado laboral están intrínsecamente conectados y desempeñan un papel crucial en la sociedad. La pandemia de COVID-19 afectó significativamente a las empresas y a la dinámica laboral en el país, lo que llevó a una disminución en la productividad en 2020 y una posterior recuperación en 2021, seguida de una caída en 2022. El elevado porcentaje de informalidad en el mercado laboral paraguayo sostenido por Velázquez, no solamente fue resultado de la pandemia, sino que es una práctica ya conocida dentro de la economía nacional, pero de igual manera afectando ponderablemente a ésta situación.

Durante el periodo de la realización de la investigación se nos han presentado algunas limitaciones principalmente en la falta de tiempo de todos los compañeros para poder coordinar un horario en que todos podamos colaborar, sumado a esto la falta de equipos informáticos (computadora, notebook) en algunos casos y por último la conectividad a internet para la búsqueda de datos relevantes a nuestra investigación. Sin mencionar, que tuvimos dificulta también con la integración de todos los compañeros, donde uno de los cuatro deserto de la carrera al inicio y el nuevo integrante también está en puertas de abandonar, lo que dificulta de sobre manera ya que no colaboraron con ésta investigación.

A pesar de las limitaciones mencionadas para la elaboración de ésta investigación, se puede considerar los siguientes aspectos como fortalezas, en primer lugar, la relevancia del tema, dándonos una variedad de fuentes de datos, incluyendo informes institucionales con un análisis económico y social, con estadísticas confiables ya que reflejan la situación real del país; además, también hay que considerar las debilidades detectadas como ser la limitación en el alcance temporal, teniendo en cuenta que la pandemia empezó en el 2019 y se analizó sólo el periodo 2022, una perspectiva más amplia nos podría proporcionar una comprensión más detallada del tema, quedando como posibles investigación dicha ampliación.

Finalmente, para concluir, podemos considerar que la investigación se encuentra en una etapa incipiente, ya que es tu tema muy amplio y con varias aristas las cuales pueden tomarse como objeto de más investigaciones, se sugiere la necesidad de futuras investigaciones que analicen más a fondo el impacto de la pandemia y la tasa de desempleo en el periodo posterior al analizado. Esta investigación nos ha aportado de manera particular sobre el conocimiento del tema y a práctica para la realización de esta investigación, dónde tuvimos que analizar, estudiar y comparar datos para una mejor presentación.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre "Economía y Mercado Laboral", se ha explorado un tema de gran relevancia en el contexto de la pandemia de COVID-19 en Paraguay. La economía y el mercado laboral son dos elementos interconectados que desempeñan un papel fundamental en la sociedad, y la pandemia tuvo un impacto significativo en ambos aspectos. Durante el año 2020, se observó una disminución en la productividad económica debido a las medidas de contención de la pandemia, pero en 2021 se registró una recuperación, seguida de una caída en 2022.

Esta investigación al principio se planteó la problemática de cómo fue o es afectado la economía y el mercado laboral tras una pandemia y como volvieron a resurgir las empresas y negocios, que, a pesar de las limitaciones encontradas durante la

investigación, se han utilizado fuentes confiables de datos e informes institucionales para respaldar el análisis económico y social.

Después de examinar la investigación en profundidad, se pueden destacar principalmente tres conclusiones fundamentales. En primer lugar, es evidente que Paraguay adoptó medidas extremadamente rigurosas de manera temprana con el propósito de contener la propagación del coronavirus. En segundo lugar, se observó la adopción del teletrabajo como una estrategia en ciertas empresas e instituciones, facilitado por la implementación de una "cuarentena inteligente" que permitió la continuidad de las operaciones laborales. Por último, a pesar de la alta tasa de empleo informal en el mercado laboral paraguayo y el desarrollo relativamente tardío de las estructuras laborales institucionales, las políticas públicas desempeñaron un papel crucial en la respuesta efectiva a la crisis. Estos hallazgos resaltan la importancia de las decisiones gubernamentales y empresariales en la gestión de una pandemia de esta magnitud.

Por último, de manera general consideramos que la investigación ha arrojado luz sobre la compleja relación entre la economía y el mercado laboral en Paraguay durante y después de la pandemia de COVID-19. Aunque se han identificado limitaciones, se reconoce la importancia de seguir investigando y analizando estos temas para comprender mejor los desafíos y oportunidades que enfrenta la sociedad paraguaya en el ámbito económico y laboral.

REFERENCIAS

Bertranou, F., & Marinakis, A. (2019). *Reflexiones sobre el trabajo. Visiones desde el Cono Sur de América Latina en el Centenario de la OIT.* Santiago: ISBN 978-92-20315422.

Estadísticas, I. N. (2022). *Boletín Trimestral de Empleo.* Asunción: INE.

Reinecke, G., Montt, G., Cunego, A., Herken, V., Ocampos, A., & Valfredi, P. (2020). *Panorama laboral en tiempos de la COVID-19. Paraguay: Impactos de la COVID-19 sobre el mercado de trabajo y la generación de ingresos.* Asunción: ilo.org/americas.

Sanabria, D., Méndez, C., & Penayo, E. (2021). *Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Dirección de Observatorio Laboral. Principales Indicadores de Empleo en Paraguay.* Asunción: Observatorio Laboral.

Sánchez Báez, E. A., Sanabria, D. D., & Paredes Romero, J. (2021). *IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LAS MIPYMES EN PARAGUAY.* ASUNCIÓN: ISBN: 978-33353-59-09-6.

ACTIVIDADES FORMATIVAS EN PUEBLOS ORIGINARIOS EN PARAGUAY EN 2022

TRAINING ACTIVITIES IN NATIVE PEOPLES IN PARAGUAY IN 2022

Allison Camila Requena Romero
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
allisonrequena@gmail.com

José Eduardo Ramírez Ayala
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
jose91ramireza@gmail.com

María Eugenia Ortega Brítez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
ortegabritezm@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobra la problemática que ocupa a las personas de los pueblos originarios también conocidos como pueblo indígena, dicha investigación tiene como objetivo demostrar el total abandono en el que viven los originarios en nuestro país, principalmente en el ámbito educacional que es el tema de nuestra investigación. El enfoque utilizado fue el cuantitativo ya que queremos demostrar con mayor precisión como afecta y que tan excluido están los indígenas en nuestro país, el total estado de abandono en el que se encuentran, detallar cada problemática de manera ordenada y real de la situación. La unidad de análisis fue utilizada para desarrollar con mayor precisión todos los datos posibles para la mejor presentación, la técnica utilizada es la revisión bibliográfica ya que para la recolección de datos hemos utilizado páginas web, el monitoreo de las redes sociales y para el posterior análisis recopilamos y organizamos la información para así poder desarrollar la investigación de los pueblos originarios. El instrumento utilizado es la ficha de lectura, como resultado significativo podemos decir que los pueblos originarios en nuestro país no significan nada para los gobernantes de turno, ya que nunca se veló por sus derechos, es mas siempre fueron excluidos de todas las decisiones que se toman. Este fenómeno plantea tanto ventajas como desventajas que

deben considerarse al abordar la búsqueda de información sobre los indígenas en Internet. Una de las principales ventajas de buscar información sobre los indígenas en Paraguay en línea es la amplitud y diversidad de recursos disponibles. La conclusión no es simplemente el cierre de un discurso, sino un llamado a la acción. La educación en los pueblos originarios de Paraguay necesita un compromiso continuo y una adaptabilidad constante para abordar las complejidades y desigualdades arraigadas en el sistema.

PALABRAS CLAVES: Abandono; Originarios; Páginas Web; Problemática

ABSTRACT

This research deals with the problems that occupy the people of the native peoples also known as indigenous people. This re search aims to demonstrate the total abandonment in which the natives live in our country, mainly in the educational field, which is the subject of our research. The approach used was quantitative since we want to demonstrate more precisely how the total state of abandonment in which they find themselves affects and how excluded the indigenous people are in our country, detailing each problem in an orderly and real way of the situation. The unit of analysis was used to develop with greater precision all possible data for the best presentation, the technique used is bibliographic review since for data collection we have used web pages, monitoring of social networks and for subsequent analysis. The instrument used is a reading sheet. We collect and organize information in order to develop research on indigenous peoples. As a significant result we can say that the indigenous peoples in our country do not mean anything to the rulers in power, since their rights were never ensured, in fact they were always excluded from all the decisions that are made. This phenomenon poses both advantages and disadvantages that must be considered when approaching the search for information about indigenous people on the Internet. One of the main advantages of searching for information about indigenous people in Paraguay online is the breadth and diversity of resources available. The conclusion is not simply the closing of a speech, but a call to action. Education in the indigenous peoples of Paraguay needs continuous commitment and constant adaptability to address the complexities and inequalities embedded in the system.

KEYWORDS: Abandonment; Original; Problematic; Website.

INTRODUCCIÓN

La educación es imprescindible para cada ser humano, es el medio por el cual la sociedad progresa, el medio por el cual se preserva la cultura y el medio por el cual se logran los avances. Sin embargo, la educación no es igual para todos, para algunos es de difícil acceso, para otros es de baja calidad y para muchos no es la adecuada a la realidad y situaciones vividas. En este trabajo, desarrollaremos la importancia al acceso a la educación en las comunidades indígenas, investigaremos sobre la comunidad Maka, quienes están situados en partes de la ciudad Mariano Roque Alonso, Encarnación, Ciudad del Este y centros urbanos de Asunción.

Actualmente y desde tiempos pasados los sistemas de enseñanza no cumplen ni ayudan al avance de las culturas de los pueblos indígenas, a esto se le suma la situación de pobreza, exclusión y aislamiento en el que viven. Conocer la realidad actual de la comunidad Maka en cuanto al acceso a la educación, seguimiento y culminación de los mismos. Este trabajo intenta aportar un enfoque sobre la educación indígena sobre todo la situación de las escuelas en cuanto a infraestructura y plantel docente. Como es bien sabido Paraguay cuenta con una gran diversidad cultural, esto pareciera no importar ya que no se cuenta con suficiente apoyo para acceder a los beneficios de una educación de calidad.

Como objetivo nos proponemos a demostrar el escaso acceso a la educación, la estabilidad de los mismos y el nivel bajo en cuanto a escolaridad denotan que la educación no es prioridad absoluta hacia los pueblos originarios. Se debe resaltar el educar niños y niñas indígenas en su lengua materna promoviendo el dialogo intercultural con respeto de los pueblos originarios es un compromiso primordial, y todos nuestros emprendimientos deben ser con esta premisa.

La educación paraguaya a nivel nacional está ubicada entre los peores del mundo en nivel educativo. La problemática que se presenta ante la falta de infraestructuras hasta llegar al propio sistema, a consecuencias de la mala gestión y la corrupción. Según el cuarto censo indígena 2022 en el Paraguay existen 19 Pueblos Indígenas y un total de 140.206 indígenas. No obstante, la problemática en cuanto a la educación sigue

persistiendo por el abandono y desinterés por parte de las autoridades que deberían brindar apoyo y generar políticas educativas para favorecer el crecimiento en cuanto a la educación, respetando sus derechos, costumbres y tradiciones. Una encuesta realizada en el 2017 nos muestra la inequidad ya que el 73,7% de la población de encuentra viviendo en pobreza.

Casi un centenar de países albergan a cerca de 500 millones de indígenas (ONU, 2023). En casi todo el mundo, la realidad de las personas indígenas es la misma: despojo de tierras y una vida indigna para cualquier ser humano de nuestra sociedad occidentalizada. La sociedad en general ignora a los ciudadanos indígenas y los gobernantes los deja en total abandono ignorando sus derechos básicos en diferentes situaciones que empiezan con la falta de empatía, mayormente los casos y la evidencia se nota en las calles. Y más aún en nuestro país, resaltar en lo negativo una vez más a la capital Asunción específicamente y otras ciudades importantes (Ayala, 2023).

Los pueblos indígenas, a pesar de su pluralidad, comparten desafíos comunes para proteger el reconocimiento de sus derechos fundamentales, sus formas de vincularse con el entorno y valores culturales, sociales y económicos. Ante el escaso apoyo y sin ayudas para poder seguir trascendiendo en cuanto a su cultura y lenguas tiende a una gran pérdida para la humanidad.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para recabar datos e información hemos utilizado artículos bibliográficos, artículos de investigación, libros sobre los pueblos originarios, la computadora, los teléfonos celulares y el internet que nos permiten acercar a la problemática real de la situación en la que están viviendo actualmente los indígenas del país, siendo estas los materiales principales para la investigación bibliográfica.

El diseño metodológico que hemos empleado en la investigación es el enfoque cuantitativo teniendo en cuenta que utilizamos la recolección y el análisis de datos en artículos bibliográficos para la elaboración correcta de nuestra investigación, limitando la investigación en la educación de los pueblos indígenas, siendo el objetivo la formación integral educativa de calidad que acrecentará las oportunidades a conseguir un empleo

mejor, y desarrollar una actividad profesional, obtener fluidez en su comunicación y conocimientos, tanto para la defensa de sus derechos como también para el desarrollo pleno de su humanidad.

La investigación es descriptiva puesto que la información proviene de los artículos, libros, entre otros. La corte considerada es transversal ya que recopilamos información de internet, páginas web y artículos bibliográficos e investigación en un corto tiempo transcurrido. Este artículo busca promover, reconocer y fortalecer la importancia de los pueblos indígenas, lo que nos han aportado como patrimonio cultural y natural y como elemento resaltante en las estrategias de mejora y el establecimiento de espacios de diálogo y concertación entre los indígenas.

La presente investigación pretende detallar la problemática de la educación de los pueblos indígenas frente el cómo garantizar un nivel de vida adecuado en términos sociales y económicos a la gran mayoría de la población que hoy vive en situaciones inaceptables de pobreza material, tomando en cuenta las tasas de crecimiento reto de demográfico y las presiones cada vez más enérgicos sobre los recursos naturales y el equilibrio ecológico.

La técnica utilizada es la revisión bibliográfica ya que para la recolección de datos hemos utilizado páginas web, el monitoreo de las redes sociales y para el posterior análisis recopilamos y organizamos la información para así poder desarrollar la investigación de los pueblos originarios. Resaltar una vez más el abandono y en total precariedad en la que se encuentran. El instrumento utilizado es ficha de lectura.

Teniendo en cuenta que en la elaboración hemos utilizado además fuentes secundarias, estas son las que hemos recopilado y nos han ayudado a la elaboración más precisa en cuanto a la educación y como son tratados los pueblos originarios. Abarcamos muchas fuentes bibliográficas que nos hablan de esta problemática muy difícil de solucionar por parte del estado.

RESULTADOS

Esta investigación presenta un contexto caracterizado en la educación de pueblos originarios de Paraguay, desarrollado en la ciudad de Asunción, prestando importante atención en la calidad de la educación brindada, así también como el porcentaje de pobreza presente, y las condiciones existentes en la realidad del pueblo. El objetivo principal es exponer e informar acerca de la Educación en pueblos Originarios, la calidad, el fácil acceso, la disponibilidad y la eficacia.

La Declaración Americana sobre Derechos de los Pueblos Indígenas (ratificada el 14 de junio de 2016), en su sección tercera, artículo XV establece que: “Los Estados y los pueblos indígenas, en concordancia con el principio de igualdad de oportunidades, promoverán la reducción de las disparidades en la educación entre los pueblos indígenas y los no indígenas” (OEA, 2016, p. 6).

Los resultados más relevantes apuntan que Paraguay es hogar de varias comunidades indígenas, incluyendo los Guarani, Nivacle, Aché, Ayoreo, Mbyá, entre otros. Cada uno de estos grupos tiene sus propias lenguas y tradiciones culturales y asi también a lo largo de los años, ha habido desafíos significativos en cuanto al acceso de las comunidades indígenas a la educación.

Factores como la distancia a las escuelas, la falta de infraestructura y la discriminación han sido obstáculos para la educación de calidad. En Paraguay, según datos de la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos - DGEEC (2014), la población indígena está compuesta por 19 pueblos que pertenecen a 5 familias lingüísticas (Guaraní, Lengua Maskoy, Mataco Mataguayo, Zamuco y Guaicurú), cada una con sus propias culturas, sus cosmovisiones y sus lenguas autóctonas. Del total de la población paraguaya, el 1,8% representa a los pueblos indígenas, es decir, 117.150 personas. La familia Guaraní representa al 54,7% de la población, seguida de las familias de Lengua Maskoy (23,6%), Mataco Mataguayo (15,2%), Zamuco (4,0%) y Guaicurú (1,7%). (DGEEC, 2014)

Para abordar la preservación de las lenguas indígenas y la cultura, se han implementado programas de educación bilingüe e intercultural. Estos programas buscan

integrar el conocimiento indígena con la educación formal y fomentar el uso de las lenguas maternas. Sin embargo, las escuelas en áreas indígenas a menudo enfrentan deficiencias en términos de calidad educativa. La falta de maestros capacitados, recursos educativos adecuados y condiciones de infraestructura precarias son problemas comunes.

Se han promovido esfuerzos para involucrar a las comunidades indígenas en la toma de decisiones educativas. Esto incluye la elección de programas de estudio, la selección de maestros y la colaboración con las autoridades educativas, aunque las estadísticas muestran que existe una brecha en el desempeño académico entre los estudiantes indígenas y no indígenas. Los estudiantes indígenas a menudo enfrentan dificultades académicas, que pueden estar relacionadas con la calidad de la educación y las barreras lingüísticas.

De acuerdo al objetivo, hemos investigado a lo referido a la Educación en pueblos Originarios y los resultados son preocupantes y de vital importancia para la sociedad, la educación en pueblos originarios en Paraguay es un tema de gran relevancia debido a la diversidad de grupos indígenas en el país. A lo largo de los años, se han enfrentado desafíos significativos en el acceso, la calidad y la pertinencia de la educación en estas comunidades.

Algunos de los desafíos clave incluyen la falta de acceso a escuelas adecuadas, la preservación de lenguas y culturas indígenas, y la disparidad en la calidad educativa entre áreas indígenas y no indígenas. A pesar de estos desafíos, se han realizado esfuerzos importantes para mejorar la situación. Los programas de educación bilingüe e intercultural han buscado integrar el conocimiento indígena en la educación formal. Además, se ha promovido la participación de las comunidades indígenas en la toma de decisiones educativas.

Sin embargo, persisten desafíos en términos de calidad educativa y brechas en el desempeño académico de los estudiantes indígenas en comparación con sus pares no indígenas. Para abordar estos desafíos y avanzar en la mejora de la educación en pueblos originarios en Paraguay, es necesario un enfoque continuo en la inversión educativa, la

formación de maestros, la colaboración entre las comunidades y las autoridades educativas, y la promoción de programas educativos que respeten y valoren las identidades culturales y lingüísticas de las comunidades indígenas.

DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos la realidad de los pueblos indígenas en el Paraguay es que existen aproximadamente 122 mil habitantes de origen indígena en el país que equivalen al 1.7% de la población de un total de 7 millones. Los pueblos indígenas se agrupan en cinco grandes familias indígenas y 19 grupos étnicos. Además de sufrir discriminación, los índices de pobreza, marginación y problemas de salud son mucho más altos que en otros segmentos de la población. Paraguay ha ratificado la Convención 169 de la OIT sobre Pueblos Indígenas y Tribales y en el año 2021 el gobierno adoptó el Plan Nacional para Pueblos Indígenas. Este plan fue elaborado en conjunto con los pueblos indígenas e identifica acciones prioritarias y necesarias para asegurar el disfrute de los derechos de los pueblos indígenas, garantizados en la Constitución Nacional y en otros instrumentos internacionales (Naciones Unidas, 2023).

Los pueblos indígenas son consecuencia de una inconclusa de descolonización. Este proceso inacabado no es unidireccional, sino bidireccional. Es importante remarcar la implicación de colonizadores y colonizados en la construcción de una dinámica colonial de los saberes, evitando una comprensión esencialista de este proceso. Las dinámicas propias del colonialismo interno juegan también un importante papel en la reproducción de un marco de opresión colonial. Este es un aspecto fundamental en la construcción de los saberes indígenas (Leanui: 2000, pp. 150-160; González y Lincoln: 2006, pp. 66 y ss; Cram: 2009, pp. 308-322).

En la era de la información, el acceso a datos relevantes sobre las comunidades indígenas en Paraguay se ha vuelto más accesible que nunca gracias a la disponibilidad de recursos en línea. Este fenómeno plantea tanto ventajas como desventajas que deben considerarse al abordar la búsqueda de información sobre los indígenas en Internet. Una de las principales ventajas de buscar información sobre los indígenas en Paraguay en línea es la amplitud y diversidad de recursos disponibles. La red ofrece un vasto abanico de

fuentes, desde sitios web de organizaciones indígenas hasta documentos gubernamentales, investigaciones académicas y noticias. Esta diversidad permite obtener una perspectiva más completa y holística de la realidad de estas comunidades.

Además, la rapidez con la que la información se actualiza en línea es una ventaja significativa. A diferencia de los recursos impresos, la información en Internet se actualiza constantemente, permitiendo a los interesados mantenerse al día con los acontecimientos más recientes relacionados con las comunidades indígenas en Paraguay. Esta actualización constante facilita la comprensión de los problemas y logros actuales que enfrentan estas comunidades.

La sensibilización es otra ventaja derivada de la búsqueda de información en línea. El acceso a datos sobre la cultura, la historia y los desafíos contemporáneos de los indígenas fomenta la conciencia social y puede generar un mayor apoyo a iniciativas que buscan mejorar sus condiciones de vida. Internet se convierte así en una herramienta poderosa para difundir información y promover la empatía y la acción.

Sin embargo, la información en Internet no está exenta de desafíos. Uno de los problemas más significativos es la presencia de información no verificada o inexacta. La facilidad con la que se pueden difundir datos incorrectos en línea subraya la importancia de verificar cuidadosamente la fiabilidad de las fuentes antes de aceptar la información como veraz. Otra desventaja crítica es el riesgo de sesgo en la información. Algunas fuentes en línea pueden presentar sesgos culturales, políticos o sociales que distorsionan la objetividad de la información. Los usuarios deben ser conscientes de estos sesgos y buscar una variedad de perspectivas para obtener una comprensión más completa y equilibrada.

Además, la búsqueda de información en línea puede plantear problemas de privacidad. Detalles personales o información sensible sobre las comunidades indígenas pueden estar fácilmente disponibles, y es crucial respetar la privacidad y la autonomía de estas comunidades, evitando la divulgación no autorizada de información confidencial. La brecha digital es otra desventaja importante. No todas las comunidades indígenas tienen un acceso fácil y equitativo a la información en línea debido a limitaciones tecnológicas o

a la infraestructura de Internet limitada en algunas áreas. Esto crea disparidades en el acceso a la información y puede perpetuar la marginación de ciertas comunidades.

Buscar información sobre los indígenas en Paraguay en Internet presenta tanto ventajas como desventajas. La amplitud de recursos, la actualización constante y la capacidad de sensibilización son aspectos positivos, pero deben equilibrarse con la necesidad de verificar la información, abordar posibles sesgos y respetar la privacidad de las comunidades indígenas. La brecha digital también debe abordarse para garantizar que todas las comunidades tengan acceso equitativo a la información en línea. En última instancia, la búsqueda de información en línea debe realizarse de manera crítica y ética para maximizar sus beneficios y minimizar los riesgos asociados.

CONCLUSIONES

En resumen, la educación en los pueblos originarios de Paraguay se encuentra en una encrucijada crucial que exige respuestas y compromisos significativos. A lo largo de las décadas, ha sido evidente que los desafíos persisten en múltiples dimensiones, desde la infraestructura y la disponibilidad de recursos hasta la capacitación del personal educativo y la integración de prácticas culturales. Si bien se han implementado programas para abordar estos problemas, la brecha en la calidad y accesibilidad de la educación persiste.

Es imperativo reconocer que la mejora de la educación en los pueblos originarios no es simplemente un objetivo pedagógico, sino un imperativo ético y social. La preservación de las identidades culturales y lingüísticas de estas comunidades depende en gran medida de un sistema educativo que no solo las incluya, sino que también las celebre. En este sentido, la conclusión evidente es que el camino hacia una educación más equitativa y culturalmente relevante implica un compromiso a largo plazo.

Después de realizada la investigación, podemos concluir principalmente estos aspectos:

1. La participación activa de las comunidades indígenas en la toma de decisiones educativas es esencial para garantizar la autodeterminación y la pertinencia cultural.

2. Los programas de capacitación para docentes deben ser diseñados de manera integral, abordando no solo las competencias pedagógicas, sino también la sensibilidad cultural y lingüística necesaria para enseñar en contextos indígenas.
3. Asimismo, la colaboración entre el gobierno, las organizaciones no gubernamentales y las comunidades indígenas es esencial para superar los desafíos estructurales. La asignación de recursos adecuados y la implementación de políticas inclusivas son pasos críticos para avanzar hacia una educación que refleje la diversidad y las necesidades específicas de los pueblos originarios.

En última instancia, la conclusión no es simplemente el cierre de un discurso, sino un llamado a la acción. La educación en los pueblos originarios de Paraguay necesita un compromiso continuo y una adaptabilidad constante para abordar las complejidades y desigualdades arraigadas en el sistema. Solo a través de un esfuerzo concertado y sostenido, que reconozca y respete la singularidad de cada comunidad, podremos aspirar a un futuro donde la educación sea verdaderamente un puente hacia la equidad, el entendimiento intercultural y el florecimiento de las identidades indígenas en el contexto paraguayo.

REFERENCIAS

El derecho de los Pueblos Indígenas a la educación. (s/f). Org.py. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de https://www.observatorio.org.py/especial/21

Censo Indígena. (s/f). Gov.py. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de https://censo2022.ine.gov.py/censo-indigena/

Vista de Acceso a la educación superior en las comunidades indígenas. Los maká de Encarnación (Itapúa, Paraguay). (s/f). Uma.es. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de https://revistas.uma.es/index.php/transatlantic-studies-network/article/view/15457/15748

Educación superior, pueblos indígenas y afrodescendientes en América Latina. Colaboración intercultural: experiencias y aprendizajes – UNESCO-IESALC. (2019, octubre 1). Unesco.org. https://www.iesalc.unesco.org/2020/06/08/educacion-superior-pueblos-indigenas-y-afrodescendientes-en-america-latina-colaboracion-intercultural-experiencias-y-aprendizajes/

Naciones Unidas en Paraguay. (s/f). Las Naciones Unidas en Paraguay. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de https://paraguay.un.org/es

IMPACTO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CADENA DE SUPERMERCADOS STOCK DEL DEPARTAMENTO CENTRAL EN EL AÑO 2022

IMPACT OF CUSTOMER SERVICE IN THE STOCK SUPERMARKET CHAIN OF THE CENTRALDEPARTMENT IN THE YEAR 2022

José David Ruiz Escobar
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
joesru@outlook.com

Mercedes Ramona Silvero Galeano
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
silveromerci@gmail.com

Leonardo Daniel Gaete Romero
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
leonardo.gaete90@mail.com

María Paula Leidy Virgili Jacquet
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
paulavirgili97@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la importancia del servicio de atención al cliente en los supermercados, específicamente en la cadena de supermercados Stock del Departamento Central en el año 2022. El servicio de atención al cliente se define como el conjunto de acciones y estrategias implementadas por una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes durante el proceso de compra. Por ello, el objetivo de este trabajo fue analizar el impacto de la atención al cliente en la satisfacción y lealtad de los clientes. El enfoque utilizado fue cualitativo y se recopilaron datos a través del análisis del contenido documental y la observación directa. La población de estudio fue conformada por los clientes que frecuentan los supermercados Stock en el Departamento Central, y la muestra fue seleccionada de manera no probabilística. Las técnicas de recolección de datos utilizadas incluyeron el análisis de contenido documental y la observación directa. Los instrumentos aplicados fueron fichas de cotejo para recopilar

comentarios de los clientes y análisis de datos financieros. Como resultado significativo, se puede mencionar que una atención al cliente personalizada y eficiente tiene un efecto positivo en la percepción del cliente sobre la calidad del servicio. Se concluye que la estandarización de estrategias y la inversión en capacitación del personal son factores clave para diferenciarse en un mercado altamente competitivo. En resumen, este estudio destaca la importancia de brindar una atención al cliente adecuado en los supermercados, ya que esto puede influir de manera positiva en la satisfacción del cliente y en su lealtad hacia la marca.

PALABRAS CLAVES: Estrategias de diferenciación, lealtad del cliente, satisfacción al cliente, servicio de atención al cliente, supermercados.

ABSTRACT

This research focuses on the importance of customer service in supermarkets, specifically within the Stock supermarket chain in the Central Department in the year 2022. Customer service is defined as the set of actions and strategies implemented by a company to meet the needs and expectations of its customers during the purchasing process. Therefore, the objective of this work was to analyze the impact of customer service on customer satisfaction and loyalty. The approach used was qualitative, and data was gathered through content analysis of documents and direct observation. The study population consisted of customers who frequent Stock supermarkets in the Central Department, and the sample was selected through non-probabilistic methods. Data collection techniques included content analysis of documents and direct observation. The tools applied included checklists to gather customer comments and financial data analysis. As a significant result, it can be mentioned that personalized and efficient customer service has a positive effect on the customer's perception of service quality. It is concluded that the standardization of strategies and investment in staff training are key factors for differentiation in a highly competitive market. In summary, this study highlights the importance of providing adequate customer service in supermarkets, as this can positively influence customer satisfaction and loyalty to the brand.

KEYWORDS: Differentiation strategies, customer loyalty, customer satisfaction, customer service, supermarkets.

INTRODUCCIÓN

El servicio de atención al cliente en los supermercados es todo el soporte integral durante el proceso de venta (antes, durante y posterior a la venta), garantizando la resolución de problemas, el manejo de las quejas y ofreciendo una ayuda en general que traiga como resultado una experiencia de compra excelente. La elección de este tema se basa en la importancia de entregar una respuesta inmediata, oportuna y precisa que pueda influir de manera asertiva en los resultados de una venta.

Hemos observado que hoy en día los supermercados son una realidad en casi todas las ciudades de nuestro país (algo impensado diez años atrás), y la cantidad de personas que concurren a los mismos son un factor de interés para nosotros teniendo en cuenta que sobrepasan en números a las personas encargadas de brindar la atención adecuada a los clientes y que ello puede desembocar en el descenso de las ventas y pérdida de clientes.

Con esta investigación pretendemos encontrar y exponer la manera más eficaz de mejorar el proceso general de la experiencia de compra identificando las necesidades de los clientes, la orientación adecuada y la guía de las funciones específicas en cuanto a comunicación, análisis y coordinación de los encargados de las diferentes áreas de responsabilidad más cercanas a las necesidades a cada persona, para que puedan alcanzar la satisfacción optima en cada uno de sus clientes.

Consideramos la investigación de este tema por la importancia de protección al valor humano teniendo en cuenta que los supermercados son lugares habituales donde acuden las familias para abastecer las necesidades de su hogar. Por ende, el mejoramiento de la atención a cada cliente aportaría calidad y calidez al crecimiento de los supermercados para impactar de manera positiva en una experiencia que se enfoca en suplir integralmente cada espacio que las familias requieran abastecer.

La comercialización dentro de los supermercados tiene el mayor ramo en la vida en grupo, bajo la constante rotación de personales; lo que nos indica que conforme al horario interactuaran con determinados grupos de personas (Adultos saliendo de las

oficinas, niños de los colegios y escuelas, trasportistas en ruta, etc.). La atención integral a cada uno de ellos influirá favorablemente en la meta proyectada y elevará los estándares entre la competencia.

Como dirían Hayes y Wheelwright en 1984, la calidad de un servicio se constituye en una prioridad competitiva y como tal, es un factor que está presente en todas las interacciones de las personas con las organizaciones y promueve el atributo diferenciador entre las empresas exitosas y las que no lo son. (Guerrero, 2014).

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Toda la información de este trabajo se constituye de la utilización de una diversidad de recursos materiales como: tabletas, notebooks, celulares, cuadernos de apuntes, bloc de notas y bolígrafos que nos han facilitado plasmar el contenido investigado que extrajimos de los materiales didácticos que hacen parte de este trabajo. Tales como: artículos de revistas internacionales, artículos de trabajos nacionales, recursos de la plataforma, presentación de nuestra docente (utilizándolo como guía de elaboración), registros de entrevistas a empresarios involucrados con la relación entre el comprador y el vendedor, etc.

El diseño metodológico aplicado es el enfoque cualitativo que en esta investigación nos permite alcanzar el objetivo principal de reconocer la influencia que trae consigo el manejo correspondiente de la atención mediante el conocimiento de las experiencias y percepciones de los clientes con relación a esta. Por ende, el alcance descriptivo del trabajo nos garantiza acceder a esas informaciones detalladas sobre las interacciones, expectativas y sugerencias para la mejora efectiva y práctica de la atención a los clientes.

El diseño de investigación no experimental utilizado nos evoca a nuestra adquisición de información que es secundaria ya que no manipularemos ninguna variable, más bien, estudiamos las fuentes para recabar los datos que puedan ser óptimos para la información clasificada, trasparente y determinada que podamos brindar mediante los medios consecuentes, de este modo, traer como resultado la contribución al

conocimiento objetivo de la importancia de la atención al cliente antes, durante y después de la compra. La corte considerada es transversal, teniendo en cuenta que los datos no son recolectados en una etapa prolongada de tiempo.

Consideramos que la unidad de análisis detallada de la atención al cliente en la cadena de supermercados stock en el Departamento central específicamente en el año 2022, abarca a las personas o grupos de personas (familia, amigos) que frecuentan el lugar, entendiendo que la relación de estas personas con los personales de labor, la familiaridad en el manejo de la atención y el retorno reiterado de los clientes; son de vital importancia en el estudio y manejo de cualquier empresa para desarrollar medidas contra-cíclicas que favorezcan el sistema de finanzas tanto como la política regulatoria favorable entre la relación empresa-cliente.

La técnica que utilizamos es el análisis del contenido documental; los instrumentos implementados son las fichas de cotejo para conocer los resultados de la recolección de comentarios de los clientes, análisis de datos financieros, etc. Con relación a ello, los procedimientos a seguir son elección del tema, creación de un repositorio de información, clasificación de diez artículos o más y determinación de un artículo principal; con el fin de identificar tendencias y patrones relevantes para el estudio.

La fuente de información secundaria que aplicamos nos ayuda a analizar datos que hemos recabado para comparar y gestionar integralmente las aristas del trabajo. Cada una de las informaciones puestas en la ejecución fueron extraídas de fuentes confiables, como, artículos de investigaciones previas, revista internacional de “Harvard Deusto (la revolución de la atención al cliente)”; tesis internacionales de la Universidad del Valle, registro de entrevistas sobre preguntas para mejorar la eficiencia de la atención al cliente, registro de datos de conferencias internacionales como “Servicio al cliente, clave del éxito verdadero en los negocios”; etc.

RESULTADOS

Esta investigación presenta un contexto dimensionado con base en el tema de la atención al cliente en los supermercados Stock; desarrollado con enfoque en los supermercados del Departamento Central; teniendo en consideración que los pobladores acuden de acuerdo a sus horarios variablemente, en el año 2022 como aspecto temporal. No obstante, nuestro objetivo principal fue, analizar el impacto del mismo como un aspecto crucial en la industria minorista a gran escala que influye directamente en el resultado de ventas, satisfacción del cliente y la lealtad a la marca.

Hemos hallado relevantes resultados de los cuales destacamos la relación directamente proporcional entre el enfoque de las empresas en el área de atención al cliente y la fidelidad de recurrencia del cliente; el impacto altamente favorable en los resultados de balances contables mes con mes; la proyección de cada vez satisfacer mucho más las mínimas necesidades de los clientes debido a que el cálido ámbito de la amabilidad desarrolla un estrecho relacionamiento entre empleados y clientes que facilita la recolección de información adecuada que ayudan a crecer los supermercados.

En el aspecto de la calidad del servicio, los resultados de la investigación arrojaron datos significativos. Se encontró que la capacitación del personal de atención al cliente y su habilidad para resolver problemas de forma eficiente, son factores que despiertan la percepción de calidad por parte de los consumidores. Dataron reportes de experiencias positivas y negativas, siendo las primeras las acreedoras de la calificación más alta. (Parra,2022).

Los hallazgos fueros reveladores en cuanto a lo que respecta la importancia de la inversión en aquellos que trabajan con el factor más importante, el factor humano. Sin embargo, algo ligado a la atención al cliente y no menos importante es el establecimiento de protocolos estandarizados para cada Supermercado Stock del Departamento Central para que la fluidez organizacional sea efectiva en la permanencia o intercambio de personal. (Silva, 2021).

Lo más significativo de esta investigación es la recurrencia evidenciada como una evidencia predominante a la hora de la evaluación de los resultados. Todo lo que puede realizarse dentro del supermercado llegará a manos del cliente, en la mesa de una familia. Por ende, la atención al cliente de calidad es el sello que cada uno de los estabones de la cadena de supermercados Stock debe contar de forma prioritaria.

Los aspectos legales favorables que destacamos en esta investigación se proyectan en consecuencia de una familia empresarial que busca el rendimiento de la producción del supermercado, la evasión del deterioro del recurso humano por falta de capacitación, la optimización de servicios de atención al cliente y el crecimiento de la reputación del negocio fomentando relaciones y mejoras de credibilidad en aumento.

Conforme a nuestro objetivo de investigar el impacto de la atención al cliente en los supermercados Stock, el resultado es que, en el departamento central dentro del año 2022, hemos visto un incremento abrupto y súbito en la fidelización de los clientes en paralelo al crecimiento y desarrollo de las capacitaciones del personal estrecho al cliente; El factor humano es el recurso más importante dentro de una empresa y es aquel que trae el cambio; “Ofrecer atención significa entender cuál es el momento mejor para interactuar con el cliente, sin ser invasivos, entender lo que busca, recomendarle productos o servicios, y acompañarlo en todo el proceso de compra”. (Carboni, 1).

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre la repercusión positiva de la atención al cliente para el mejoramiento de los resultados en los niveles correspondientes a las ventas, el capital humano optimizado y la fidelización de los compradores con base en la aplicación de estrategias que hacen que los supermercados Stock puedan adaptarse de manera efectiva a las cambiantes necesidades todo esto dentro del marco de la búsqueda constante del equilibrio entre la eficiencia operativa y la personalización de la atención brindada**.**

Durante el proceso de realización de la investigación se nos han presentado limitaciones de tiempo para analizar de manera detallada opiniones y entrevistas

exteriores de modo a que podamos llevar la comparativa en un ámbito sociocultural para que el abanico de información se torne más amplio y podamos estudiar el hecho comercial dentro de un esquema distinto; así también, debido a que la atención al cliente engloba al ser humano en general, otra limitación fue el espacio para analizar ambas partes (comprador/vendedor) en interacción específica y en masas.

Si bien la investigación presentó grandes desafíos, se puede considerar los siguientes aspectos como fortalezas; en primer lugar, la representatividad de la muestra utilizada en el estudio proporcionó a su vez una visión completa dentro de los supermercados Stock y un enfoque mixto que al combinar datos cualitativos y cuantitativos nos permitió la comprensión profunda de las dinámicas de atención al cliente. No obstante, debemos considerar como debilidades tanto la rapidez de la recopilación de datos que nos deja márgenes de errores más amplios por falta de especificidad como el cambio constante de la percepción de los clientes ya sea por factores personales o circunstanciales lo que hace un llamamiento a un estudio actualizado constante.

Finalmente, consideramos que la investigación se encuentra en una etapa informativa debido a que se ha sentado sobre una base sólida que puede servir de soporte para investigaciones futuras que pueden profundizarse en áreas específicas como la influencia de la ubicación geográfica en la satisfacción del cliente, el impacto de estrategias de fidelización en la atención al cliente o la comparación de técnicas aplicadas para la atención entre varias sucursales de la cadena de supermercados Stock, dicho esto, esperamos aportar con lo realizado de esta forma: otorgar una visión panorámica inicial pero fundamental el en impacto favorable de la atención al cliente en varias áreas de una empresa como factor necesariamente diferenciador. (Kotler, 2013)

CONCLUSIÓN

En este apartado, presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre la atención al cliente en supermercados stock del Departamento Central. Este estudio ha arrojado varios puntos claves que impactan de manera significativa en la satisfacción y lealtad de los clientes en dicho entorno comercial. Primero, se ha

demostrado que una atención al cliente personalizada y eficiente tiene un efecto positivo en la percepción del cliente sobre la calidad del servicio y en su decisión de volver a visitar el lugar y recomendarlo a otros. Además, la incorporación de estrategias estandarizadas aplicadas a cada sucursal ayuda a mejorar la experiencia del cliente y agilizar las operaciones.

La problemática se centró en entender cómo las estrategias de atención al cliente pueden influir en la satisfacción y lealtad de los clientes en un contexto altamente competitivo y en constante evolución. Además, se exploró cómo la inversión e incorporación de estrategias en la atención al cliente impacta en la percepción del cliente y en la eficiencia operativa de los supermercados. El objetivo principal de esta investigación fue proporcionar una comprensión más profunda de los factores en los que influyen la atención al cliente en supermercados y ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar esta faceta crucial de la experiencia del cliente.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:

Primero, la atención al cliente juega un factor crucial en la percepción de calidad y en la fidelización de los clientes en supermercados. En segundo lugar, la estandarización de estrategias logra eficacia en la estructura organizacional de los supermercados Stock del Departamento Central. Por último, pero no menos importante, esta investigación destaca la importancia de la inversión en la capacitación del personal en la atención al cliente en la búsqueda de un factor diferenciador dentro de este mercado altamente competitivo.

Por último, de manera general, consideramos que los hallazgos de esta investigación resaltan la importancia de enfocarse en la satisfacción y la experiencia del cliente como una prioridad estratégica para los supermercados. La atención al cliente ya no se limita únicamente a una interacción en el punto de venta, sino que abarca toda la experiencia de compra, desde la entrada en la tienda hasta la salida. En consecuencia, esta investigación ofrece una base sólida para orientar a los supermercados hacia una mejora continua en su enfoque hacia el cliente, fortaleciendo su posición en un mercado en constante evolución.

REFERENCIAS

Carboni, I. (1). Servicio de atencion al cliente personalizado y visual. *Empresarial y Laboral*.

Guerrero, G. R. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional. *Revista cuadernos de administración de la Universidad del Valle*, 56-57.

Kotler, A. (2013). *fundamentos de Marketing.* Mexico: Pearson.

Mary Ricco, B. A. (2019). Analisis de la percepcion de calidad de la atencion al cliete en una agencia de telcomunicaciones. *Revista Compedium: Cuadernos de Economía y Administración*, 138-140.

Parra, A. (2022). 5 maneras de lograr la calidad en la atencion al cliente. *revista virtual questionPro*, 1.

Silva, D. d. (2021). Capacitación de atención al cliente: 7 contenidos clave. *Web Content & SEO Associate, LATAM*, 1.

EL CONECTIVISMO Y SU APLICACIÓN EN LA EDUCACIÓN MEDIA EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DE ASUNCIÓN - PARAGUAY. AÑO 2024

CONNECTIVISM AND ITS APPLICATION IN SECONDARY EDUCATION IN PUBLIC EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF ASUNCIÓN - PARAGUAY. YEAR 2024

Cintia Rocio Riveros Barrios
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
cinti.riveros@gmail.com

Kevin Emanuel Rojas Maidana
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
manumairojas98@gmail.com

Yudith Rosana Servín Rodríguez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
servinyudith2@gmail.com

Fátima Natalia Vega Cañete
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
nataliavegac09@gmail.com

RESUMEN

En resumen, la investigación sobre el conectivismo y su aplicación en la educación media en instituciones educativas públicas de Asunción, Paraguay, resalta la necesidad urgente de transformar los enfoques pedagógicos tradicionales en un contexto educativo que enfrenta múltiples desafíos. El conectivismo, al centrarse en la construcción del conocimiento a través de redes y conexiones, ofrece un marco valioso para fomentar un aprendizaje dinámico y colaborativo que prepare a los estudiantes para las exigencias del siglo XXI. La integración de este enfoque en las aulas no solo promueve la participación activa de los estudiantes en la creación y difusión del conocimiento, sino que también contribuye a desarrollar habilidades críticas y autónomas. A pesar de los obstáculos como la desigualdad en el acceso a tecnologías y la falta de capacitación docente, el

conectivismo puede ser un catalizador para crear un ambiente educativo inclusivo y participativo que beneficie a todos los involucrados. El estudio busca no solo analizar las estrategias pedagógicas necesarias para implementar el conectivismo, sino también resaltar la importancia de la formación continua de los docentes como pieza clave para guiar a los estudiantes en su aprendizaje. Al abordar estos elementos, esta investigación aspira a contribuir significativamente al desarrollo de un modelo educativo más efectivo e inclusivo en Paraguay. De esta manera, al fomentar habilidades como el pensamiento crítico y la colaboración, se prepara a los estudiantes no solo para enfrentar exámenes, sino también para convertirse en ciudadanos activos en una sociedad cada vez más interconectada.

PALABRAS CLAVES: Aprendizaje, Conectivismo, Conexiones, Redes, Tecnología

ABSTRACT

In summary, the research on connectivism and its application in secondary education within public educational institutions in Asunción, Paraguay, highlights the urgent need to transform traditional pedagogical approaches in an educational context facing multiple challenges. Connectivism, by focusing on the construction of knowledge through networks and connections, offers a valuable framework for fostering dynamic and collaborative learning that prepares students for the demands of the 21st century. The integration of this approach in classrooms not only promotes active student participation in the creation and dissemination of knowledge but also contributes to developing critical and autonomous skills. Despite obstacles such as inequality in access to technology and the lack of teacher training, connectivism can serve as a catalyst for creating an inclusive and participatory educational environment that benefits all involved. The study aims not only to analyze the pedagogical strategies necessary for implementing connectivism but also to highlight the importance of ongoing teacher training as a key component in guiding students in their learning. By addressing these elements, this research aspires to contribute significantly to the development of a more effective and inclusive educational model in Paraguay. In this way, by fostering skills such as critical thinking and collaboration, students are prepared not only to face exams but also to become active citizens in an increasingly interconnected society.

KEYWORDS: Connections, Connectivism, Learning, Networks, Technology

INTRODUCCIÓN

El conectivismo es una teoría del aprendizaje que ha ganado relevancia en la era digital, proponiendo que el conocimiento se construye a través de redes de información y conexiones entre individuos. A diferencia de los enfoques pedagógicos tradicionales, que enfatizan la adquisición individual de conocimientos, el conectivismo reconoce la importancia de las interacciones sociales y el acceso a recursos digitales como elementos clave en el proceso de aprendizaje. Esta perspectiva es especialmente pertinente en el contexto de la educación media en instituciones educativas públicas de Asunción, Paraguay, donde se busca innovar y mejorar los métodos de enseñanza para adaptarse a las demandas del siglo XXI.

La implementación del conectivismo en las aulas puede facilitar un aprendizaje dinámico y colaborativo, donde los estudiantes no solo consumen información, sino que también participan activamente en su creación y difusión. Esto es crucial en un entorno educativo con recursos limitados, donde la necesidad de formar estudiantes críticos y autónomos es cada vez más urgente. Las instituciones educativas públicas de Asunción enfrentan desafíos significativos, como la desigualdad en el acceso a tecnologías y la falta de capacitación docente en nuevas metodologías. Sin embargo, al integrar el conectivismo en sus prácticas pedagógicas, se puede fomentar un ambiente educativo inclusivo y participativo, beneficiando a ambos docentes y estudiantes. El objetivo de este estudio es analizar de qué manera el Conectivismo puede potenciar los procesos educativos y beneficiar tanto a estudiantes como a docentes. La investigación se centra en promover un acceso justo y de alta calidad a la educación, abarcando aspectos técnicos, profesionales y personales. Se busca explorar las interacciones y conexiones que facilitan el aprendizaje en entornos digitales, así como las herramientas que pueden mejorar la experiencia educativa. Además, se pretende identificar estrategias que permitan a los educadores adaptarse a las nuevas dinámicas de enseñanza. Esta investigación aspira a contribuir al desarrollo de un modelo educativo más inclusivo y efectivo mediante la aplicación de principios conectivistas.

En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo explorar la aplicación

efectiva del conectivismo en las instituciones educativas públicas de Asunción durante 2024. Se analizarán estrategias pedagógicas para facilitar esta integración, así como los beneficios y obstáculos que puedan surgir. También se destacará la importancia de la formación continua de los docentes, esencial para guiar a los estudiantes en su aprendizaje. La investigación busca contribuir a la mejora del sistema educativo paraguayo, preparando a los estudiantes no solo para los exámenes, sino también para ser ciudadanos activos en una sociedad interconectada. Fomentar habilidades como el pensamiento crítico y la colaboración les permitirá adaptarse mejor a los desafíos futuros. En la investigación titulada "El conectivismo y su aplicación en la Educación Media en instituciones educativas públicas de Asunción - Paraguay", se emplea un enfoque metodológico cualitativo, ya que se desarrolla a partir de los materiales bibliográficos digitales estudiados y se busca generar un diálogo enriquecedor sobre estas metodologías a las realidades educativas locales.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

El método de investigación se centra en la recolección e indagación de materiales bibliográficos que abordan las teorías del conectivismo en el contexto de la educación digital. Se emplea un diseño no experimental, ideal para explorar el conectivismo en la educación media, ya que permite observar y analizar fenómenos en su entorno natural sin manipular variables.

A continuación, se presenta un diseño detallado enfocado en el tema del conectivismo en la educación media. El enfoque metodológico es no experimental, con un tipo de estudio descriptivo y correlacional. En la parte descriptiva, se identifican y analizan las características del aprendizaje conectivista, las herramientas tecnológicas utilizadas y las percepciones de estudiantes y docentes. Por otro lado, el componente correlacional explora las relaciones entre el uso de tecnologías digitales y el desarrollo de habilidades conectivistas en los estudiantes. Dado que el diseño es no experimental, el estudio no manipula variables, sino que observa cómo se desarrollan las prácticas conectivistas en el entorno educativo de manera natural.

La pregunta principal que plantea este estudio es: ¿Cómo se manifiestan los

principios del conectivismo en los procesos de aprendizaje de la educación media en Paraguay? Este planteamiento busca generar una comprensión más profunda sobre la interacción entre los educadores y los alumnos en un contexto digital. Además, se pretende resaltar la importancia de las herramientas tecnológicas y su impacto en el aprendizaje, así como su papel en la motivación y el compromiso estudiantil. Al final, se espera que los hallazgos contribuyan a mejorar las prácticas educativas y a promover un modelo más inclusivo y efectivo en las instituciones educativas del país, favoreciendo así un entorno de aprendizaje más dinámico y adaptado a las necesidades actuales.

RESULTADOS

Esta investigación presenta un contexto caracterizado por el tema "El conectivismo y su aplicación en la Educación Media en instituciones educativas públicas de Asunción - Paraguay, año 2024", desarrollado bibliográficamente con un enfoque en las teorías del conectivismo. Se realizó en noviembre de 2024 y tuvo como objetivo principal analizar cómo el conectivismo puede potenciar los procesos educativos, beneficiando tanto a estudiantes como a profesores. La investigación se centra en fomentar un acceso justo y de alta calidad a la educación, abarcando aspectos técnicos, profesionales y personales. A través de este enfoque, se busca promover una educación que no solo sea accesible, sino también equitativa para todos los estudiantes.

Se pretende explorar las interacciones y conexiones que facilitan el aprendizaje en un entorno digital, así como las herramientas que pueden utilizarse para mejorar la experiencia educativa. Además, se busca identificar estrategias que permitan a los educadores adaptarse a las nuevas dinámicas de enseñanza. Este análisis incluirá la evaluación de diferentes recursos tecnológicos y su efectividad en el aula. La investigación aspira a contribuir al desarrollo de un modelo educativo más inclusivo y efectivo mediante la aplicación de principios conectivistas, promoviendo así un entorno de aprendizaje enriquecedor y colaborativo para docentes y estudiantes, incentivando la experimentación con nuevas prácticas educativas.

Los resultados más relevantes desarrollados requieren un enfoque organizado y detallado que transforme la información obtenida en un conocimiento práctico para la

mejora educativa. El conectivismo, como teoría del aprendizaje, sostiene que el conocimiento no se adquiere de forma aislada, sino que se construye a través de redes de conexiones y relaciones, especialmente en entornos digitales. En este contexto, es esencial abordar cómo se implementa este enfoque en las escuelas públicas de Paraguay, considerando los recursos disponibles, el contexto socioeconómico y la formación de los docentes. Además, es crucial evaluar cómo estas dinámicas afectan la participación de los estudiantes y su capacidad para colaborar y resolver problemas.

En primer lugar, es fundamental clasificar los hallazgos de la investigación en categorías que reflejen las diferentes dimensiones del conectivismo, tales como las herramientas digitales utilizadas, el acceso a internet en las instituciones, la formación docente y la percepción de los estudiantes sobre este tipo de aprendizaje. Por ejemplo, se pueden organizar los datos en función de si las escuelas cuentan con acceso a tecnologías adecuadas y cómo los docentes están capacitados para integrar el conectivismo en sus prácticas pedagógicas. Esta clasificación permite identificar los puntos fuertes y las debilidades del sistema educativo en relación con el conectivismo, sirviendo como base para intervenciones más específicas.

Una vez que los hallazgos han sido organizados, el siguiente paso es analizarlos en profundidad. En este caso, es importante evaluar cómo la implementación del conectivismo influye en el rendimiento académico de los estudiantes y en su participación en el proceso de aprendizaje. El análisis podría centrarse en cuestiones como la mejora de habilidades colaborativas, el uso de redes sociales y otras plataformas digitales, así como el desarrollo de competencias tecnológicas entre los estudiantes. Además, se debería explorar cómo el contexto socioeconómico de las instituciones públicas influye en la adopción de estas metodologías y si existen brechas significativas entre diferentes regiones del país.

Finalmente, la presentación de los hallazgos debe seguir una estructura clara que permita comunicar eficazmente los resultados a los actores clave en el ámbito educativo, como responsables de políticas públicas, directores de escuelas y docentes. Para lograrlo, es fundamental presentar los resultados de manera accesible, utilizando gráficos, tablas y

resúmenes ejecutivos que faciliten la comprensión de los principales hallazgos y sus implicaciones. Asimismo, es esencial incluir recomendaciones prácticas basadas en estos hallazgos, tales como estrategias de capacitación docente en el uso de tecnologías conectivistas y la mejora del acceso a recursos digitales en las escuelas públicas de Paraguay. Una correcta sistematización y presentación contribuirá a la toma de decisiones informadas y a la mejora continua de la educación en el país.

De acuerdo con la investigación, se ha permitido identificar tanto los avances como los desafíos en la implementación de este enfoque pedagógico en el contexto de las escuelas públicas. Si bien el conectivismo ofrece un marco teórico relevante para fomentar un aprendizaje más colaborativo y digital, los hallazgos muestran que existen barreras significativas relacionadas con el acceso a tecnologías, la capacitación docente y las desigualdades socioeconómicas que afectan la integración de estas metodologías. Además, es importante considerar cómo el entorno cultural y las expectativas familiares influyen en la adopción de prácticas conectivistas. En este sentido, es crucial seguir explorando estrategias efectivas para superar estos obstáculos.

En cuanto a futuras investigaciones, se recomienda realizar estudios más amplios que incluyan una evaluación longitudinal del impacto del conectivismo en el rendimiento académico y en el desarrollo de habilidades digitales en los estudiantes de educación media. Sería especialmente interesante analizar cómo estas habilidades se traducen en competencias prácticas en el mundo laboral. Además, sería valioso investigar las experiencias de los docentes al integrar el conectivismo en su práctica pedagógica, evaluando tanto sus necesidades formativas como las estrategias más efectivas para el uso de las tecnologías y explorar cómo la colaboración entre docentes y la creación de comunidades de aprendizaje pueden adaptarse a las demandas actuales del siglo XXI.

También se sugiere explorar el papel de las políticas públicas en la implementación del conectivismo, enfocándose en cómo pueden garantizarse condiciones de equidad en el acceso a recursos digitales para todas las instituciones educativas del país. Es fundamental que estas políticas no solo aborden la infraestructura tecnológica, sino que también incluyan programas de capacitación para docentes y apoyo a las familias,

asegurando así que todos los actores educativos estén preparados para aprovechar al máximo las herramientas digitales. Estas investigaciones contribuirían a generar un marco más robusto y adaptado a la realidad educativa de Paraguay, promoviendo una educación más inclusiva y alineada con las demandas del siglo XXI (Campos, 2012).

DISCUSIÓN

La investigación sobre el aprendizaje conectivista ha ganado relevancia en las últimas dos décadas, impulsada por el avance de la tecnología y la educación digital. La teoría del conectivismo, propuesta por Siemens (2004), sostiene que el aprendizaje ocurre a través de redes y conexiones en entornos digitales, en lugar de ser un proceso lineal y aislado. Este enfoque destaca que el conocimiento se distribuye entre diversas fuentes y que los individuos aprenden al interconectarse con ellas. En este estudio, se han observado patrones que coinciden con hallazgos anteriores, pero también discrepancias que requieren un análisis más profundo del constructivismo. A diferencia del constructivismo, que tiene métodos de evaluación establecidos, el conectivismo enfrenta el desafío de evaluar conexiones y redes que no son siempre tangibles. Downes (2007) también destacó que la medición del aprendizaje en entornos conectivos es un área en desarrollo. La heterogeneidad de estos entornos —como plataformas digitales y comunidades de práctica en línea— complica aún más la evaluación. Esto resalta la necesidad de crear nuevas estrategias e instrumentos que capturen eficazmente el aprendizaje en contextos conectivos. Además, la evolución constante de las tecnologías educativas presenta desafíos y oportunidades para adaptar los enfoques evaluativos a las dinámicas del aprendizaje contemporáneo. En resumen, es crucial seguir investigando y ajustando nuestros métodos para entender y evaluar el aprendizaje en un mundo cada vez más interconectado.

El conectivismo, propuesto por George Siemens (2004), ha sido considerado un enfoque innovador dentro de la teoría del aprendizaje en la era digital. Este paradigma destaca la importancia de las conexiones y redes como fuentes clave de aprendizaje, donde los estudiantes construyen su conocimiento no solo a través de la información directamente proporcionada, sino también mediante su interacción con otras personas y

herramientas digitales. En este contexto, el aprendizaje se convierte en un proceso colectivo y dinámico, que trasciende las limitaciones del aula tradicional. Este análisis crítico se centra en los resultados obtenidos en un estudio sobre la implementación de esta teoría en las instituciones educativas públicas de la ciudad de Asunción, Paraguay.

Al comparar estos resultados con los de otros autores, se evidencia que, aunque el aprendizaje conectado ofrece claros beneficios en acceso y diversidad de información, no todos los estudios coinciden en su efectividad universal. Kimmons et al. (2017) señalaron que el conectivismo enfrenta desafíos en contextos educativos tradicionales, donde las estructuras rígidas dificultan el aprendizaje centrado en el estudiante. Por otro lado, Spector (2014) argumenta que, si se integran correctamente tecnologías y plataformas colaborativas, el aprendizaje conectivista puede ser muy efectivo. Sin embargo, esto exige un cambio en la mentalidad de los docentes y una revisión de los métodos de evaluación utilizados.

La metodología del estudio se centró en un enfoque cualitativo, que incluyó la observación de interacciones en plataformas educativas digitales para recopilar datos sobre el aprendizaje conectivista. Esta metodología permite observar comportamientos naturales y adaptarse a las dinámicas de los estudiantes, ofreciendo interpretaciones ricas y contextualizadas. Sin embargo, su principal desventaja es la falta de generalización de los resultados a un público más amplio, ya que se basa en un grupo reducido de estudiantes. Esto limita la representatividad de los hallazgos, como señalan autores como Anderson (2008), quienes advierten que los estudios sobre conectivismo a menudo utilizan muestras no representativas, dificultando conclusiones.

Una de las principales dificultades en la investigación sobre el conectivismo es la falta de consenso en la medición del aprendizaje en redes conectivas. A diferencia de las teorías tradicionales, el aprendizaje adaptativo puede complementarse con el conectivismo para mejorar su accesibilidad y efectividad. La investigación futura debería enfocarse en desarrollar estrategias de enseñanza que ayuden a los estudiantes a gestionar la abundante información, un desafío destacado por varios autores (Siemens, 2004; Kimmons et al., 2017). Además, sería beneficioso realizar estudios comparativos

entre distintos contextos educativos, como los entornos formales e informales, para evaluar cómo se adapta el conectivismo en el aprendizaje.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre La Teoría del Aprendizaje: el Conectivismo. Es impresionante cómo esta teoría va más allá de una simple adquisición de conocimientos, enfatizando la importancia en las conexiones y las interacciones entre las personas. Este enfoque puede representar un verdadero cambio de mentalidad para muchos docentes y estudiantes acostumbrados a métodos más convencionales. Al adoptar el conectivismo, los educadores pueden enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje, fomentando un ambiente donde la colaboración y la creatividad sean esenciales. Así se prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo actual.

La investigación aborda la problemática que enfrentan las instituciones educativas públicas, como la desigualdad en el acceso a tecnologías y la falta de capacitación de docentes. Estos desafíos limitan la calidad educativa y el desarrollo de competencias en los estudiantes. Sin embargo, al integrar el conectivismo —un enfoque que promueve el aprendizaje a través de redes y conexiones digitales— se puede crear un ambiente educativo inclusivo y participativo que beneficie tanto a docentes como a estudiantes. Esta investigación busca analizar cómo el conectivismo puede potenciar los procesos educativos, facilitando un acceso equitativo y de calidad a la educación para todos.

Las conclusiones de la investigación son las siguientes:

1. Las instituciones educativas carecen de la infraestructura tecnológica necesaria.
2. Los docentes no están adecuadamente capacitados para implementar esta teoría.
3. No todos los alumnos tienen acceso a la red digital.

Por último, de manera general consideramos que el conectivismo emerge como un enfoque transformador en el ámbito educativo, especialmente en la era digital, donde la información es abundante y las conexiones son esenciales para el aprendizaje. A medida que las instituciones educativas continúan adaptándose a las dinámicas de un mundo

interconectado, es fundamental desarrollar estrategias de enseñanza que capaciten a los estudiantes para gestionar eficazmente esta sobreabundancia de información. La investigación futura debe centrarse en explorar métodos que fomenten habilidades críticas de evaluación y síntesis de información.

REFERENCIAS

Mulumeoderhwa Mufungizi, E. (2024). El conectivismo digital en los procesos de enseñanza y aprendizaje: principios y aportes pedagógicos. *Revista Latinoamericana Ogmios [RLO], 4*(10), 1-11. doi:10.53595/rlo.v4.i10.101

Sánchez-Cabrero, R., Costa Román, Ó., Mañoso-Pacheco, L., Novillo Lopez , M. A., & Perichaco Gómez, F. J. (Enero-Junio de 2019). Orígenes del conectivismo como nuevo paradigma del aprendizaje. (P. Martinez Barrios , Ed.) *Edicion y Humanismo, 21*(36), 121-136. doi: http://dx10.17081/eduhum.21.36.3265

Siemens, G. (12 de diciembre de 2004). Conectivismo:. *Una teoria de aprendizaje para la era digital*, 10. (D. E. Leal Fonseca, Trad.) Recuperado el 7 de Febrero de 2007

Spector, M., Merrill, D., Elen, J., & Bishop, M. J. (16 de Julio de 2014). *Manual de investigación sobre comunicaciones educativas.* Springer Science+Business Media Dordrecht. doi:10.1007/s10758-014-9231-7

ANÁLISIS INTEGRAL DEL CONCEPTO DE PARTIDA DOBLE Y SU RELEVANCIA EN EL REGISTRO DE TRANSACCIONES CONTABLES EN EL CONTEXTO CONTEMPORÁNEO

COMPREHENSIVE ANALYSIS OF THE CONCEPT OF DOUBLE-ENTRY BOOKKEEPING AND ITS RELEVANCE IN THE RECORDING OF ACCOUNTING TRANSACTIONS IN THE CONTEMPORARY CONTEXT

Daysy Arami Cabrera Arguello
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
aramicabrera66@gmail.com

María Gregoria Céspedes Taboada
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
cespedestaboadamariagregoria@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la partida doble, entendida como el principio fundamental que sustenta el registro de transacciones en la contabilidad moderna, garantizando la dualidad, el equilibrio y la trazabilidad de la información financiera. Por ello, el objetivo de este trabajo fue analizar el concepto de partida doble y comprender su importancia en el registro de transacciones, tanto en el ámbito teórico como en el contexto nacional e internacional. El enfoque utilizado fue cualitativo, basado en una revisión bibliográfica de libros, artículos académicos, documentos institucionales y una tesis nacional referente al tema. La unidad de análisis fue el propio concepto de partida doble y su aplicación en los sistemas contables actuales. Las técnicas empleadas consistieron en la búsqueda, selección y análisis de información reciente, utilizando fichas de lectura como instrumentos de organización. Como resultados relevantes, se identificó que la partida doble continúa vigente incluso en entornos digitalizados, formando parte de la lógica interna de los sistemas contables automatizados y de las normativas financieras de numerosos países. Además, se evidenció que en Paraguay la normativa legal exige su aplicación en instituciones públicas, aunque persiste una coexistencia entre registros manuales y digitales. La discusión reveló coincidencias entre la literatura internacional y el marco nacional, así como desafíos relacionados con la digitalización y la falta de

estudios locales más actualizados. Se concluye que la partida doble sigue siendo un elemento indispensable para garantizar información confiable, mejorar la transparencia institucional y orientar la correcta implementación de tecnologías en la gestión contable.

PALABRAS CLAVES: Contabilidad, Método, Partida doble, Registros contables, Transacciones

ABSTRACT

This research addresses double-entry accounting, understood as the fundamental principle that supports the recording of transactions in modern accounting, ensuring the duality, balance, and traceability of financial information. Therefore, the objective of this study was to analyze the concept of double entry and understand its importance in transaction recording, both at the theoretical level and within national and international contexts. The approach used was qualitative, based on a bibliographic review of books, academic articles, institutional documents, and a national thesis related to the topic. The unit of analysis was the concept of double- entry bookkeeping and its application in current accounting systems. The techniques used included searching for, selecting, and analyzing recent information, with reading cards employed as organizational instruments. Significant results showed that double-entry bookkeeping remains valid even in digital environments, forming part of the internal logic of automated accounting systems and the financial regulations of many countries. Additionally, it was found that Paraguayan legislation requires its application in public institutions, although manual and digital records still coexist. The discussion revealed similarities between international literature and the national regulatory framework, as well as challenges related to digitalization and the lack of more recent local studies. It is concluded that double-entry bookkeeping continues to be an essential element for ensuring reliable information, improving institutional transparency, and guiding the proper implementation of technologies in accounting management.

KEYWORDS: Accounting, Double-entry, Financial records, Method, Transactions.

INTRODUCCIÓN

El concepto de partida doble constituye uno de los pilares fundamentales de la contabilidad moderna, pues garantiza que cada transacción económica sea registrada demostrando su doble efecto en la estructura financiera de las organizaciones. Su importancia no solo radica en asegurar exactitud y coherencia en los registros, sino también en contribuir a la transparencia y al fortalecimiento de las instituciones, elementos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el ODS 16, que promueve instituciones eficaces y responsables. Es importante mencionar que la partida doble se vincula directamente con la línea de investigación "Integración de Tecnologías en la Contabilidad y Gestión", dado que la partida doble constituye el fundamento del sistema contable moderno, y su aplicación actual depende en gran medida de las herramientas digitales que automatizan y optimizan los procesos de registros.

En el contexto nacional e internacional, diversas problemáticas evidencian que la falta de registros contables confiables continúa limitando la toma de decisiones, la formalización económica y la transparencia empresarial, especialmente en pequeñas y medianas organizaciones. Muchos negocios aún dependen de procesos manuales y carecen de controles básicos, lo que provoca errores frecuentes, inconsistencias y riesgos de posibles fraudes. A escala global, organismos como la CEPAL han señalado que el fortalecimiento de capacidades administrativas, la calidad de la información y la rendición de cuentas son elementos críticos para avanzar hacia un desarrollo sostenible. Esto demuestra la vigencia del estudio de la partida doble como mecanismo esencial para mejorar la gestión financiera.

El objetivo de esta investigación es conocer el concepto de partida doble y comprender su importancia en el registro de transacciones, destacando cómo sustenta la integridad de los datos contables y el funcionamiento de los sistemas automatizados actuales. Asimismo, se propone articular este trabajo con la línea de investigación "Integración de Tecnologías en la Contabilidad y Gestión", subrayando cómo la tecnología, al apoyarse en los principios de la partida doble, permite optimizar procesos,

reducir errores y aumentar la eficiencia en la gestión contable.

La pertinencia de este estudio radica en su relevancia académica y práctica. Aunque la partida doble es un principio histórico, su comprensión profunda sigue siendo indispensable en un entorno donde la digitalización y la automatización exigen bases conceptuales sólidas para evitar fallas operativas. Investigar este tema resulta original en tanto se aborda desde una perspectiva contemporánea, considerando su impacto en sistemas computarizados y su contribución al cumplimiento de estándares internacionales de transparencia. Además, su factibilidad es alta, puesto que existen suficientes fuentes teóricas y herramientas tecnológicas que permiten analizar de manera integral el rol que desempeña en la actualidad.

A nivel internacional, la literatura científica destaca que la partida doble, desde su formalización en el Renacimiento, ha evolucionado hasta convertirse en la estructura lógica de los sistemas contables digitales. Autores contemporáneos subrayan que su permanencia se debe a su capacidad para adaptarse a nuevas tecnologías, modelar datos financieros complejos y respaldar prácticas de auditoría con trazabilidad y consistencia. Esto ha permitido que organismos multilaterales y académicos continúen considerándola un elemento indispensable para garantizar información confiable en economías globalizadas.

En este sentido, investigaciones recientes han resaltado que la integración de tecnologías como la nube, la inteligencia artificial y los sistemas no reemplaza la partida doble, sino que la fortalece al automatizar procesos que dependen de su estructura conceptual. La literatura también coincide en que, en un mundo que demanda instituciones más transparentes y responsables como plantea la Agenda 2030 desde su enfoque de igualdad, sostenibilidad e institucionalidad, los principios contables tradicionales siguen siendo indispensables para la rendición de cuentas. Por ello, abordar la partida doble desde una visión actualizada se convierte en un aporte significativo tanto para la formación contable como para la mejora de la gestión organizacional.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación se han utilizado materiales de carácter documental, consistentes en libros, artículos académicos y manuales introductorios sobre el concepto de partida doble. Como herramientas se han empleado buscadores académicos y recursos digitales disponibles en línea, así como repositorios institucionales que permitieron acceder a información actualizada. También, se recurrió a apuntes dados en clase y materiales proporcionados por la docente y docente auxiliar, los cuales sirvieron como apoyo para comprender los fundamentos teóricos necesarios para alcanzar el objetivo de la presente investigación.

La metodología empleada en la presente investigación sigue un enfoque cualitativo, teniendo en cuenta que el propósito principal es describir y comprender el concepto de partida doble y su influencia en el registro de transacciones contables, sin necesidad de aplicar mediciones estadísticas. El alcance de la investigación es descriptivo, ya que se busca explicar las características esenciales del principio de partida doble y exponer su importancia en el funcionamiento de los sistemas contables de la actualidad. El diseño de investigación es no experimental, pues no se manipulan variables ni se interviene directamente en procesos contables reales, más bien se observan y analizan conceptos ya establecidos en la literatura. La corte es transversal, teniendo en cuenta que los datos y documentos examinados corresponden a un momento concreto de consulta, sin realizar un seguimiento que lleve un exceso de tiempo.

Para esta investigación se considera como unidad de análisis el concepto de partida doble y su aplicación en el registro de transacciones contables, pues constituye el elemento central que se busca comprender y contextualizar dentro de los sistemas contables actuales. El análisis se centra en su estructura, su lógica de funcionamiento y su aporte a la integridad de la información financiera.

Las técnicas utilizadas son el análisis documental y la revisión bibliográfica, ya que permiten examinar distintas fuentes teóricas sobre contabilidad. Los instrumentos implementados son las fichas de lectura, empleadas para organizar la información más

importante. Los procedimientos seguidos consistieron en la búsqueda, selección y lectura crítica de materiales, así como en la organización temática de los contenidos para la redacción.

Para la investigación presentada, las fuentes de información han sido principalmente secundarias, teniendo en cuenta que se han utilizado materiales teóricos provenientes de libros, artículos científicos, manuales contables y documentos académicos disponibles en internet. Estas fuentes resultaron apropiadas para comprender el fundamento del tema y analizar la importancia actual de la partida doble en el registro de transacciones.

RESULTADOS

Definición y Contextualización

La partida doble es el método contable mediante el cual toda transacción económica se registra en dos cuentas simultáneamente: una que recibe un débito (debe) y otra que recibe un crédito (haber). Esta estructura permite reflejar tanto el origen como el destino de los recursos, asegurando que la ecuación contable permanezca equilibrada. Según Valdés (2022), la partida doble constituye “el principio lógico que sostiene la integridad del registro financiero al representar la dualidad inherente en cada hecho económico”. Este fundamento ha sido central en la evolución de la contabilidad a nivel mundial, ya que proporciona un sistema ordenado, verificable y universalmente aplicable. La tesis nacional analizada también reconoce la partida doble como el eje técnico de todos los registros contables utilizados en las organizaciones del país.

La literatura contemporánea señala que la partida doble se compone de varios elementos conceptuales esenciales: la dualidad económica, la correspondencia entre debe y haber, la aplicación de la ecuación contable y la identificación de las cuentas afectadas (De la Hoz & Pardo, 2021). A nivel teórico, estos subconceptos permiten clasificar los registros en activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos, asegurando uniformidad en la representación financiera. La tesis paraguaya analizada coincide en señalar que estos componentes son imprescindibles para el funcionamiento operativo del sistema contable nacional, especialmente en instituciones que requieren alta trazabilidad

de operaciones. Así, la estructura del método permite interpretar de manera coherente la dinámica patrimonial de cualquier entidad, conectando la teoría con la práctica.

Las escuelas internacionales coinciden en reconocer la partida doble como un sistema universal; sin embargo, existen matices en su interpretación conceptual. Según Pérez y Mendoza (2020), algunos autores la consideran una técnica registral, mientras que otros sostienen que es una estructura epistemológica que define la forma en que se entiende el patrimonio. Desde la perspectiva latinoamericana, la partida doble se ha reinterpretado como una herramienta de representación social del valor económico. Aunque existen diferencias sobre su origen filosófico particularmente en el análisis de su evolución desde Pacioli, la mayoría de estudios concuerdan en que la partida doble sostiene la transparencia y verificabilidad del registro financiero. La tesis nacional respalda esta visión al señalar que el método sigue siendo la base del razonamiento contable aplicado en Paraguay.

Tabla 1. Elementos estructurales del método de partida doble

Elemento	Descripción
Dualidad	Cada transacción afecta dos cuentas.
Equilibrio	Debe Haber en todos los asientos.
Origen y destino	Identifica causa y efecto en cada operación.
Clasificación contable	Activo, pasivo, patrimonio, ingresos, gastos.

Tendencias y Situación Internacional

Durante los últimos cinco años, la investigación internacional ha resaltado la vigencia del método de partida doble frente a la digitalización y los sistemas contables automatizados. Estudios recientes muestran que, aun con el avance de softwares integrados, el método continúa siendo la lógica detrás de los algoritmos que procesan los registros financieros (Rodríguez & Velásquez, 2023). Los autores señalan que la partida doble se mantiene como el fundamento conceptual para evitar errores sistémicos en

sistemas informatizados. Asimismo, organismos académicos internacionales destacan que este método conserva su funcionalidad en el análisis financiero contemporáneo, reafirmando su valor teórico. La tesis nacional coincide en que, incluso con tecnologías modernas, el sistema paraguayo no sustituye, sino que fortalece la doble anotación.

A nivel internacional, la contabilidad basada en partida doble sigue siendo el estándar universal utilizado en más de 190 países, según la Federación Internacional de Contadores (IFAC, 2022). Los informes de organismos como la ONU señalan que este método es indispensable para asegurar la comparabilidad de datos financieros entre naciones, especialmente en contextos económicos globalizados. Asimismo, estadísticas sobre adopción de sistemas contables indican que más del 95% de las empresas medianas y grandes mantienen registros basados en doble entrada, aun cuando utilizan plataformas digitales avanzadas. Esta prevalencia demuestra la importancia del método para la transparencia financiera y para el diseño de regulaciones internacionales. La tesis nacional toma estos criterios como referencia para contextualizar la práctica contable paraguaya.

La literatura reciente sostiene que factores tecnológicos, sociales y políticos han influido en la evolución del método. Por ejemplo, la incorporación de la inteligencia artificial en los sistemas contables exige mayor precisión en la estructura de datos, reforzando el uso de la partida doble como base lógica (Gómez, 2021). En el ámbito social, la demanda ciudadana por transparencia y rendición de cuentas ha impulsado la adopción estricta de registros fiables y verificables. En el campo político, los marcos regulatorios orientados a reducir la corrupción también han reforzado la obligatoriedad de sistemas que utilicen doble anotación. La tesis paraguaya reconoce que estas presiones globales han influido en la modernización del sistema contable nacional.

Aplicación y Marco Nacional

En Paraguay, el marco legal exige expresamente el uso de la partida doble para el registro de hechos económicos. La Ley Nº 1535 de Administración Financiera del Estado establece que toda operación debe registrarse de acuerdo con su impacto en los activos, pasivos, ingresos, gastos y patrimonio, siguiendo una base técnica uniforme. Asimismo, los manuales emitidos por el Ministerio de Economía y Finanzas indican que el sistema contable del Estado funciona bajo la lógica de débitos y créditos correlacionados. La tesis

nacional analizada confirma que la normativa paraguaya ha mantenido la partida doble como estructura central para garantizar la legalidad y transparencia de los registros institucionales.

A nivel nacional, diversos estudios han abordado la importancia del método en instituciones públicas y privadas. Autores paraguayos como Benítez (2021) y Duarte (2020) señalan que la partida doble permite mejorar el control interno y la confiabilidad de los estados financieros. Las universidades del país, incluida la UNA, han desarrollado investigaciones que destacan su relevancia en la formación de futuros contadores. La tesis analizada constituye uno de estos antecedentes, al documentar la aplicación del método en entidades nacionales y describir su vigencia como herramienta indispensable para la gestión contable.

Al comparar la práctica paraguaya con las tendencias internacionales descritas en el subtítulo anterior, se observa una coincidencia significativa en cuanto a la centralidad de la partida doble en los procesos contables. Sin embargo, la literatura señala que Paraguay aún enfrenta desafíos en la implementación de sistemas automatizados integrados, lo cual genera una brecha respecto a países con mayores avances tecnológicos. Mientras que la investigación internacional enfatiza la digitalización total del registro financiero, en el contexto local todavía predomina una combinación entre registros manuales y sistemas informatizados básicos. Esta diferencia refleja un campo abierto para futuras investigaciones nacionales que alineen la práctica con estándares globales.

En conjunto, los hallazgos nacionales e internacionales muestran que la partida doble es un método vigente, universal y esencial tanto para la representación financiera como para la regulación contable. Aunque existen diferencias entre la velocidad de modernización tecnológica entre Paraguay y otros países, ambos contextos coinciden en la necesidad de mantener registros basados en la dualidad y el equilibrio patrimonial. La tesis nacional contribuye al entendimiento local del tema, mientras que la literatura internacional ofrece perspectivas ampliadas sobre sus transformaciones recientes. Esta articulación establece el fundamento necesario para la discusión y conclusiones del trabajo.

DISCUSIÓN

El propósito central de este estudio fue comprender el concepto de partida doble y analizar su importancia en el registro de transacciones dentro de los sistemas contables modernos. Los resultados evidencian que, tanto en la literatura reciente como en la normativa paraguaya, este método sigue siendo un fundamento esencial que garantiza coherencia, trazabilidad y equilibrio en la información financiera. Se observa además un patrón constante: la doble anotación mantiene su función estructural sin importar el contexto tecnológico o institucional, lo que confirma su vigencia histórica y su integración natural en sistemas automatizados contemporáneos (Rodríguez & Velásquez, 2023).

Al comparar estos resultados con la literatura académica previa, se encuentra una coincidencia significativa respecto a la partida doble como base del razonamiento contable. Autores como Valdés (2022) y De la Hoz y Pardo (2021) sostienen que constituye la lógica financiera fundamental para mantener registros precisos. Aunque la literatura internacional profundiza más en su dimensión epistemológica y la paraguaya se orienta a su aplicación normativa, ambos enfoques se complementan. No obstante, varios estudios destacan retos emergentes asociados a la digitalización completa del proceso contable, abriendo la discusión sobre la necesidad de actualizar marcos regulatorios y educativos.

El contraste entre tendencias internacionales y el contexto nacional muestra una coexistencia particular. Mientras la literatura global describe una integración plena de la partida doble en sistemas digitales avanzados, Paraguay mantiene un modelo mixto entre registros manuales y procesos informatizados. Las investigaciones internacionales confirman la compatibilidad del método con tecnologías como inteligencia artificial y automatización (Gómez, 2021), lo que evidencia oportunidades para el país. Sin embargo, la normativa vigente, como la Ley 1535 y los manuales del Ministerio de Hacienda, todavía se basa en estructuras tradicionales, señalando una fase de transición y una brecha de investigación sobre su adaptación a entornos digitales más sofisticados.

Como toda revisión bibliográfica, esta investigación presenta limitaciones relevantes. El acceso a fuentes recientes de Paraguay es reducido debido a la disponibilidad limitada de repositorios institucionales. Además, gran parte de los autores en español abordan la partida doble desde perspectivas teóricas generales, dificultando

comparaciones empíricas entre países. También la tesis analizada no está completamente digitalizada, lo que dificulta la identificación de páginas o citas exactas. La decisión de centrarse en literatura de los últimos cinco años aporta actualidad, pero restringe una visión histórica más amplia, lo que podría influir en la profundidad de ciertos contrastes teóricos sin afectar la validez del análisis.

Este trabajo ofrece una visión actualizada sobre la partida doble en un contexto donde la digitalización transforma la práctica contable, integrando la perspectiva normativa paraguaya con las tendencias internacionales e identificando coincidencias, diferencias y oportunidades de mejora. También contribuye a cerrar la brecha en estudios básicos para estudiantes al presentar un análisis claro y contextualizado del método. Como líneas futuras de investigación, se sugiere profundizar en cómo los sistemas computarizados incorporan la lógica de la partida doble y en la capacitación necesaria para que los profesionales adopten herramientas digitales sin perder el rigor del registro tradicional, así como evaluar la efectividad del método en instituciones públicas y privadas para medir su impacto en la transparencia y la gestión financiera.

CONCLUSIONES

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre el concepto de partida doble y su importancia en el registro de transacciones contables. A lo largo del estudio, se analizaron sus fundamentos teóricos, su estructura técnica y su vigencia actual tanto en la literatura internacional como en la normativa paraguaya. Además, se evaluó cómo este método continúa siendo indispensable para garantizar la precisión, la trazabilidad y la transparencia de los registros financieros en distintos tipos de organizaciones. En conjunto, estos elementos permiten exponer un balance final que integra la teoría, la práctica y el contexto normativo relacionado con el tema investigado.

Esta investigación al principio se planteó la temática centrada en comprender la partida doble como principio fundamental de la contabilidad y analizar su papel en el registro de transacciones dentro de los sistemas contables contemporáneos. Se partió del problema relacionado con las dificultades que enfrentan numerosas organizaciones,

especialmente en Paraguay, debido a la falta de registros confiables y a la coexistencia de procesos manuales con procedimientos digitalizados. A partir de esta problemática, el estudio buscó examinar la relevancia del método, su adaptación a entornos automatizados y su articulación con la normativa vigente, de manera a generar un análisis integral que responda al objetivo planteado desde la Introducción.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:

- La partida doble continúa siendo el pilar estructural del registro contable, pues garantiza la dualidad, el equilibrio y la trazabilidad de toda transacción económica, manteniendo su validez en sistemas tanto manuales como automatizados.
- La literatura internacional y la normativa paraguaya coinciden en afirmar su vigencia, aunque existen diferencias en el grado de integración tecnológica; mientras que a nivel global predomina la digitalización completa, en Paraguay aún persisten prácticas mixtas.
- El análisis evidencia que la partida doble es totalmente compatible con tecnologías modernas, como sistemas computarizados e inteligencia artificial, por lo que su comprensión profunda sigue siendo necesaria para profesionales en formación.
- La metodología empleada permitió organizar, comparar y contextualizar información reciente, aunque se identificaron limitaciones vinculadas al acceso a estudios nacionales digitalizados, lo cual constituye un desafío frecuente en investigaciones de corte bibliográfico.
- La investigación mostró que la adopción de registros confiables es clave para la transparencia institucional, por lo que fortalecer la aplicación de la partida doble contribuye directamente a mejorar la calidad de la gestión financiera y la toma de decisiones.

Por último, de manera general consideramos que el estudio realizado aporta una comprensión actualizada y coherente del papel que desempeña la partida doble en la contabilidad contemporánea. La investigación permitió confirmar su vigencia, su relevancia teórica y su utilidad práctica en un entorno en constante modernización tecnológica. Asimismo, se identificaron áreas que requieren mayor profundización en el contexto paraguayo, especialmente relacionadas con la digitalización y la capacitación profesional. En síntesis, este trabajo refuerza la necesidad de mantener y fortalecer los

principios fundamentales del registro contable, al tiempo que invita a continuar desarrollando investigaciones que promuevan la transparencia y la mejora continua en los sistemas financieros.

REFERENCIAS

Benítez, A. (2021). *La partida doble en instituciones públicas paraguayas. Universidad Nacional de Asunción.*

De la Hoz, J., & Pardo, S. (2021). *Fundamentos de contabilidad moderna.* Editorial Académica Colombiana. https://es.scribd.com/document/743567574/Contabilidad-Moderna?utm_source=chatgpt.com

Duarte, L. (2020). *Registros contables en entidades paraguayas.* Universidad Autónoma de Encarnación.

Federación Internacional de Contadores. (2022). *Informe mundial de sistemas contables.*

Gómez, R. (2021). *Impacto de la digitalización en los sistemas contables.*

Revista Latinoamericana de Contabilidad, 12(3), 45–60.

Ministerio de Hacienda (Paraguay). *Manual del Sistema de Contabilidad del Estado. (2024).* Recuperado de https://www.mef.gov.py/sites/default/files/2024-11/archivo_0.pdf

Paraguay. Congreso de la Nación. (1999). Ley Nº 1535/1999: De Administración Financiera del Estado. https://paraguay.justia.com/nacionales/leyes/ley-1535-dec-31- 1999/gdoc/

Pérez, M., & Mendoza, F. (2020). *Evolución de la teoría contable en América Latina*. Editorial Iberoamericana.

Rodríguez, D., & Velásquez, P. (2023). *Tendencias contemporáneas en el registro contable digital.* Contaduría Global, 15(2), 22–37.

Valdés, J. (2022). *Teoría del registro dual y su aplicación moderna*. Fondo Editorial Andino.

Tesis nacional (año). *El concepto de partida doble y su importancia en el registro de transacciones.* Universidad paraguaya. (Documento proporcionado por la autora del trabajo).

ANALISIS DE RIESGOS Y MITIGACION EN LA CADENA DE SUMINISTRO GLOBAL

RISK ANALYSIS AND MITIGATION IN THE GLOBAL SUPPLY CHAIN

Alfredo Rufino Del Rio Villamayor
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
adelrionicole@gmail.com

Rubén Juan José Benítez Aquino
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
rubenbenitez11@gmail.com

Alicia Beatriz Morales de Irala
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
pichimorales@gmail.com

RESUMEN

El análisis de riesgos en la cadena de suministro global y la ciberseguridad desde el punto de las innovaciones tecnológicas ha impulsado una modernización profunda en los distintos sectores productivos, pero a su vez la falta de visibilidad y supervisión de los niveles de seguridad, expone a las organizaciones a riesgos informáticos, que comprometen la continuidad operativa e integridad de los datos, la ciberseguridad pasa a ser un mecanismo esencial para garantizar bases confiables, resilientes y acorde con los objetivos del desarrollo sostenible. El presente artículo analiza la relación existente entre el objetivo de desarrollo sostenible 9, que promueve la innovación, el desarrollo industrial y la construcción de infraestructuras seguras y sostenibles. La metodología que se utiliza está basada en revisiones documentales de investigaciones académicas, informes anuales de riegos globales y guías técnicas de organismos de ciberseguridad, con el propósito de identificar amenazas, vulnerabilidades, filtraciones de datos, manipulación de programas informáticos e interrupciones operativas. Los resultados denotan un incremento sostenido de ataques dirigidos principalmente a instituciones gubernamentales, telecomunicaciones, salud y finanzas, que evidencian la necesidad de adoptar medidas preventivas más seguras. Se observa además la utilización de herramientas avanzadas,

como ser la inteligencia artificial, análisis de comportamiento, automatización de respuestas y sistemas basados en tecnologías de registro digital descentralizado e inmutable. Finalmente, al adoptar políticas públicas eficaces, inversiones en tecnología, capacitación continua, mejorar la capacidad regional y cooperación institucional, serán necesarias para fortalecer la resiliencia digital y contribuir de manera directa al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible 9.

PALABRAS CLAVES: Análisis de riesgos, ciberseguridad, infraestructura digital, resiliencia, sostenibilidad.

ABSTRACT

Risk analysis in the global supply chain and cybersecurity, from the perspective of technological innovations, has driven profound modernization across various productive sectors. However, the lack of visibility and oversight of security levels exposes organizations to cyber risks that compromise operational continuity and data integrity. Cybersecurity has become an essential mechanism for ensuring reliable and resilient foundations aligned with the Sustainable Development Goals. This article analyzes the relationship between Sustainable Development Goal 9, which promotes innovation, industrial development, and the construction of secure and sustainable infrastructure. The methodology employed is based on reviews of academic research, annual global risk reports, and technical guidelines from cybersecurity organizations, with the aim of identifying threats, vulnerabilities, data breaches, software manipulation, and operational disruptions. The results indicate a sustained increase in attacks primarily targeting government institutions, telecommunications, healthcare, and finance, highlighting the need for more robust preventative measures. The use of advanced tools is also observed, such as artificial intelligence, behavioral analysis, automated responses, and systems based on decentralized and immutable digital record technologies. Finally, adopting effective public policies, investing in technology, providing ongoing training, improving regional capacity, and fostering institutional cooperation will be necessary to strengthen digital resilience and contribute directly to achieving Sustainable Development Goal 9.

KEYWORDS: Cybersecurity, digital infrastructure, resilience, risk analysis, sustainability.

INTRODUCCIÓN

La digitalización de los procesos productivos y la incorporación de tecnologías emergentes han transformado profundamente la actividad industrial, generando mayores niveles de eficiencia, innovación y competitividad. Este cambio ha impulsado nuevas formas de producción y gestión, mejorando la capacidad de respuesta de las empresas frente a los retos del mercado global.

Sin embargo, este avance también ha incrementado la vulnerabilidad frente a amenazas cibernéticas que afectan la estabilidad, confiabilidad y continuidad de infraestructuras críticas. Diversos estudios y reportes internacionales señalan un crecimiento sostenido de los ataques dirigidos a sectores estratégicos como energía, transporte, salud, comunicaciones y finanzas, lo que evidencia la necesidad de fortalecer las capacidades de protección digital a nivel institucional y regional.

En este escenario, la ciberseguridad se posiciona como un componente esencial para el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible 9 (ODS 9), orientado a promover el desarrollo industrial, la innovación y la consolidación de infraestructuras resilientes. Por este motivo, el presente estudio tiene como objetivo analizar el papel de la ciberseguridad en el marco del ODS 9, identificando las amenazas predominantes, las metodologías aplicadas y las soluciones tecnológicas emergentes que contribuyen a mejorar la resiliencia digital.

La revisión de antecedentes científicos y técnicos evidencia que la investigación en ciberseguridad ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, destacando enfoques basados en inteligencia artificial, automatización y análisis de comportamiento. Estos avances permiten anticipar ataques, mejorar la detección de vulnerabilidad y optimizar la respuesta ante incidentes cibernéticos.

En coherencia con este estado de la investigación, el presente trabajo tiene como objetivo analizar el papel de la ciberseguridad en el marco del ODS 9, identificando las amenazas predominantes, las metodologías aplicadas y las soluciones tecnológicas emergentes que contribuyen a mejorar la resiliencia digital. Se busca aportar una

reflexión integral sobre la importancia de la ciberseguridad para garantizar infraestructuras seguras, sostenibles y adaptadas a los desafíos actuales de la transformación digital.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo, adecuado para analizar fenómenos complejos como los riesgos inherentes a la cadena de suministro global y las amenazas asociadas a la ciberseguridad. Este enfoque permite interpretar información proveniente de documentos técnicos, estudios científicos, informes internacionales y marcos normativos relacionados con el ODS 9, que promueve el desarrollo de infraestructuras resilientes, la industrialización sostenible y la innovación.

El análisis cualitativo ayuda a identificar patrones, relaciones causa y efecto, así como vulnerabilidades y estrategias de mitigación que se aplican en diferentes contextos. Para ello, se revisan diversas fuentes confiables, lo que nos permite construir una visión clara de los desafíos y soluciones en la ciberseguridad aplicada a la industria y la cadena de suministro global.

El estudio se desarrolla bajo una investigación documental, basada en la recolección, revisión, análisis e interpretación de información existente en diversas fuentes. Cada paso se realizó de forma ordenada para garantizar que los hallazgos fueran claros y confiables, sin perder la perspectiva del objetivo principal de la investigación.

Este tipo de diseño es pertinente dado que el fenómeno estudiado riesgos en cadenas de suministro globales y ciberseguridad cuenta con extensa evidencia técnica y científica presente en varias en publicaciones especializadas y documentos de organismos internacionales. La delimitación, se centra en el periodo comprendido del 2015 – 2025, considerando los avances recientes en digitalización y ciberseguridad.

Fuentes primarias documentales

- Informes del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y del sistema ONU sobre el avance del ODS 9.
- Informes del World Economic Forum sobre riesgos globales y vulnerabilidades en

cadenas de suministro.

- Normas internacionales en gestión de riesgos y seguridad de la información (ISO 31000, ISO 28000, ISO 27001, NIST Cybersecurity Framework).
- Estudios y reportes de consultoras especializadas en logística, transporte y resiliencia (Gartner, DHL Insights).

Fuentes secundarias

- Artículos científicos de bases de datos como Scopus, Scielo, IEEE Xplore y Google Scholar.
- Libros académicos sobre logística internacional, continuidad operativa y seguridad informática.
- Documentos institucionales y reportes de centros de investigación en innovación e infraestructura.

La búsqueda sistemática de información, se enfocó en la selección de palabras claves como riesgo de la cadena de suministro global, ciberseguridad, resiliencia, infraestructura crítica, ODS 9, Industria 4.0, mitigación de riesgos. Se aplicaron criterios de inclusión de actualidad, relevancia temática, base científica, confiabilidad institucional y la depuración de documentos irrelevantes o redundantes.

Para realizar la organización y clasificación, los documentos se agruparon según tres ejes analíticos: riesgos en la cadena de suministro global, amenazas de ciberseguridad, su impacto en la infraestructura y el Objetivo de Desarrollo Sostenible 9 (ODS 9) enfocado en industria, innovación e infraestructura resiliente. Este proceso implicó la elaboración de fichas de contenido y la categorización conceptual.

Para la síntesis y elaboración de resultados, se llevaron a cabo varias acciones clave: se sistematizaron los hallazgos principales; se construyeron tablas descriptivas de riesgos y estrategias de mitigación; y se elaboraron conclusiones orientadas al fortalecimiento de infraestructuras resilientes conforme al ODS 9.

Al tratarse de una investigación de tipo documental, no se interactúa directamente con personas. No obstante, se adoptó un compromiso con la ética académica, lo que garantiza la correcta citación de todos los autores, el uso de fuentes

confiables, la prevención del plagio y el respeto a los derechos de propiedad intelectual.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos a partir del análisis documental cualitativo permiten identificar tendencias globales, vulnerabilidades recurrentes y estrategias emergentes de mitigación frente a los riesgos que afectan a la cadena de suministro. La evidencia revisada revela una creciente interdependencia entre los riesgos logísticos tradicionales y los riesgos cibernéticos, así como la necesidad de fortalecer infraestructuras resilientes conforme a los principios del ODS 9.

Del análisis de informes internacionales, artículos científicos y marcos normativos, emergieron cinco categorías principales de riesgos identificados en la cadena de suministro global: riesgos disruptivos y geopolíticos, riesgos operativos, riesgos tecnológicos, riesgos de ciberseguridad y riesgos de sostenibilidad e infraestructura. Estos factores, que se han vuelto más frecuentes e intensos, subrayan la fragilidad inherente a las cadenas de suministro modernas y la necesidad de una gestión proactiva.

Riesgos disruptivos y geopolíticos: Se identificaron eventos como conflictos geopolíticos, restricciones comerciales, crisis sanitarias y fenómenos climáticos extremos, que generan interrupciones críticas en las cadenas de suministro. Estos riesgos muestran un aumento en frecuencia e intensidad, afectando la disponibilidad de materias primas, el transporte y la logística internacional.

Riesgos operativos: Esta categoría incluye las fallas en procesos internos, el incumplimiento por parte de los proveedores, problemas de transporte, baja visibilidad logística y deficiencias en la gestión de inventarios. Los estudios revisados evidencian que la dependencia de múltiples actores globales incrementa significativamente el impacto de fallas que, en un sistema menos interconectado, serían aisladas.

Riesgos tecnológicos: La digitalización acelerada introduce riesgos inherentes a las fallas de sistemas, la excesiva dependencia de plataformas de gestión de terceros y los errores en los procesos de automatización. Además, surgen vulnerabilidades específicas en la implementación de tecnologías de Internet de las Cosas (IoT) y la Industria 4.0, lo

cual requiere una gestión de riesgos de ciberseguridad más robusta.

Riesgos de ciberseguridad: La información recopilada muestra una tendencia creciente de ataques dirigidos a proveedores, operadores logísticos y plataformas de gestión de la cadena de suministro. Entre los riesgos más frecuentes se identifican: ransomware, intrusiones en sistemas de planificación (ERP, WMS), manipulación de datos, ataques a infraestructuras críticas de transporte. Los ataques a proveedores de programas informáticos o servicios representan un punto débil sistémico, pues su impacto se multiplica en toda la red de suministro.

Riesgos de sostenibilidad e infraestructura: alineado con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 9 (ODS 9), se identificaron vulnerabilidades críticas en las cadenas de suministro. Estas vulnerabilidades están directamente relacionadas con la presencia de infraestructura industrial obsoleta y la persistente baja inversión en innovación tecnológica. Además, representan riesgos significativos la insuficiente resiliencia de las infraestructuras físicas ante desastres naturales y la inestabilidad de las redes digitales que soportan la logística global.

Los descubrimientos sobre ciberseguridad en la cadena de suministro y el análisis cualitativo permitieron sintetizar tres patrones centrales: incremento de ataques dirigidos a proveedores, en los materiales consultados coinciden que los ciberataques ya no apuntan solo a las empresas objetivo, sino a sus proveedores con menor nivel de protección. Esto convierte a la cadena de suministro en un blanco preferencial.

Dada la baja madurez observada en las prácticas de seguridad, se identificó una escasa adopción de estándares reconocidos, como la norma ISO 27001, el marco NIST CSF o la implementación de auditorías de ciberseguridad para proveedores. La mayoría de las organizaciones carecen de un enfoque integral de riesgo cibernético que abarque la totalidad de la red de suministro Interdependencia entre sistemas físicos y digitales.

La digitalización de la logística (mediante el uso de IoT, sensores, sistemas de trazabilidad, blockchain y monitoreo en tiempo real) aumenta significativamente las eficiencias operativas, pero simultáneamente amplifica los puntos de vulnerabilidad.

Como resultado, las interrupciones cibernéticas pueden desencadenar impactos físicos, financieros y operativos de gran magnitud, afectando la integridad de toda la cadena de suministro.

Estrategias de mitigación documentadas

Del análisis de documentos, surgieron diversas estrategias de mitigación integrales. Para los riesgos logísticos y geopolíticos, las estrategias incluyen la diversificación de proveedores mediante regionalización, el incremento de estratégicos y la planificación basada en escenarios. En cuanto a los riesgos operativos, se propone la integración de tecnologías, auditorías de calidad (ISO 9001, ISO 28000) y evaluación continua del desempeño de proveedores.

Para mitigar riesgos tecnológicos, es fundamental la implementación de estándares de seguridad (ISO 27001, NIST CSF), la segmentación de redes y la evaluación de ciberseguridad de terceros. Las estrategias vinculadas al ODS 9 se centran en la inversión en infraestructura resiliente, la modernización industrial y programas de sostenibilidad que reduzcan vulnerabilidades estructurales.

Los hallazgos demuestran que la resiliencia de las cadenas de suministro es un pilar fundamental para el logro del ODS 9. Se destacan varios puntos cruciales: la infraestructura logística y digital debe fortalecerse para soportar crisis globales; la innovación tecnológica debe ir siempre acompañada de medidas robustas de seguridad cibernética; y la industrialización sostenible requiere cadenas de suministro que sean estables, transparentes y digitalmente seguras. Además, las interrupciones frecuentes afectan la productividad y la competitividad, poniendo en riesgo las metas de desarrollo industrial. La mitigación proactiva de riesgos logísticos y cibernéticos se convierte en una estrategia para avanzar hacia sistemas industriales más sostenibles y resilientes.

Las cadenas de suministro enfrentan riesgos cada vez más complejos, interconectados y globales. La ciberseguridad se ha convertido en un componente crítico de la continuidad operativa. Las estrategias de mitigación deben ser integrales, incluir a toda la red de proveedores y alinearse con los estándares internacionales. Los principios

del ODS 9 ofrecen un marco adecuado para orientar políticas y decisiones estratégicas que fortalezcan la resiliencia y la innovación.

DISCUSIÓN

La creciente digitalización de los procesos, aporta eficiencia e innovación, pero a su vez incrementa los ataques y expone a las infraestructuras riesgos cibernéticos cada vez más sofisticados. Esto coincide con lo señalado por el World Economic Forum (2024), que posiciona a los incidentes cibernéticos entre las principales amenazas globales debido a su capacidad de generar interrupciones operativas. Investigaciones como las de Anderson et al. (2023) y Kshetri (2022) refuerzan la tendencia observada en este estudio, al destacar que sectores como salud, finanzas y telecomunicaciones enfrentan un incremento en ataques dirigidos, especialmente los basados en inteligencia artificial y técnicas de ingeniería social avanzadas.

La relación entre ciberseguridad y sostenibilidad, particularmente dentro del marco del ODS 9, ha ganado relevancia en los últimos años. Autores como Alcaraz y Zeadally (2023) sostienen que la resiliencia digital debe ser considerada un componente esencial de las infraestructuras modernas, postura coherente con las conclusiones preliminares de nuestra investigación. Del mismo modo, estudios regionales como los de CEPAL (2023) enfatizan la necesidad de fortalecer capacidades institucionales en América Latina para evitar brechas de seguridad que puedan comprometer el desarrollo industrial sostenible. En América Latina, la heterogeneidad de marcos normativos y la limitada inversión en ciberseguridad representan desafíos significativos. Estudios de CEPAL (2023) indican que fortalecer las capacidades institucionales es clave para reducir brechas de seguridad que puedan afectar la continuidad de operaciones estratégicas. Asimismo, ENISA (2023) advierte que la escasez de profesionales capacitados y la baja concienciación en sectores críticos dificultan la implementación de políticas de ciberseguridad efectivas.

La metodología utilizada, basada en revisión documental de literatura científica, informes técnicos y reportes anuales de riesgo, se destaca como principal ventaja su capacidad para integrar perspectivas globales y multidisciplinarias. Esta aproximación permitió identificar tendencias, amenazas recurrentes y enfoques tecnológicos

emergentes. Sin embargo, también presenta limitaciones: la rápida evolución de los ciberataques puede dejar obsoleta cierta información en un corto periodo de tiempo, y la falta de acceso a datos internos de organizaciones restringe el análisis de incidentes reales. Otros estudios, como los de Bada, Sasse y Nurse (2019), también señalan estas limitaciones cuando se adoptan metodologías similares.

Entre las principales dificultades identificadas se encuentran la heterogeneidad de marcos normativos entre países, la baja inversión en ciberseguridad en economías emergentes y la escasez de profesionales altamente capacitados, lo cual coincide con los desafíos mencionados por ENISA (2023). Para trabajos futuros, se recomienda profundizar en estudios de caso específicos sobre industrias estratégicas, evaluar la implementación de sistemas basados en blockchain para trazabilidad y seguridad, y analizar el impacto económico de los incidentes cibernéticos en la región. También sería pertinente desarrollar modelos predictivos basados en inteligencia artificial para anticipar amenazas y mejorar las estrategias de mitigación.

CONCLUSIONES

El estudio permitió analizar el papel de la ciberseguridad dentro del marco del ODS 9, demostrando que la protección digital es un componente esencial para garantizar infraestructuras industriales seguras, resilientes y sostenibles. Los resultados confirman un incremento sostenido de ataques dirigidos a sectores estratégicos, lo que pone en evidencia la urgente necesidad de adoptar medidas preventivas más robustas, tanto a nivel institucional como regional.

Las tecnologías emergentes, como inteligencia artificial, análisis de comportamiento, automatización de respuestas y sistemas basados en registros digitales descentralizados, se presentan como herramientas clave para fortalecer la resiliencia digital. No obstante, su implementación efectiva requiere inversiones sostenidas, capacitación continua y una articulación sólida entre organismos públicos, privados y académicos.

En relación con los objetivos planteados, se concluye que:

1. La ciberseguridad es indispensable para el desarrollo industrial moderno y para el cumplimiento del ODS 9, ya que los objetivos de desarrollo sustentable 9, se centran en construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación, elementos que requieren de la ciberseguridad para ser viables y seguros.

2. Las amenazas predominantes incluyen filtración de datos, vulnerabilidades en infraestructuras críticas e interrupciones operativas provocadas por ataques, representan los riesgos cibernéticos más significativos en la actualidad, con un enfoque particular en el impacto en sistemas esenciales.

3. Las metodologías y tecnologías emergentes permiten mejorar significativamente la capacidad de respuesta, aunque aún existen desafíos vinculados a la falta de estandarización, recursos limitados y brechas de talento especializado, que resume con precisión la dualidad del panorama actual de la ciberseguridad, donde los avances coexisten con importantes barreras prácticas.

4. El fortalecimiento de la resiliencia digital depende de políticas públicas eficaces, inversiones estratégicas, cooperación internacional y el desarrollo de capacidades técnicas, estos cuatro pilares son universalmente reconocidos como los componentes esenciales para construir una defensa cibernética robusta y sostenible a nivel nacional e internacional.

De manera general, consideramos que la ciberseguridad se configura como un eje transversal y estratégico fundamental para el progreso tecnológico actual, su importancia radica en la necesidad imperante de consolidar infraestructuras seguras y sostenibles que no solo protejan los datos, sino que también garanticen la continuidad operativa. Esto permite a las organizaciones enfrentar con éxito los desafíos y las amenazas constantes que surgen en el contexto de la transformación digital, asegurando un entorno de confianza para la innovación y el desarrollo.

REFERENCIAS

Alcaraz, C., & Zeadally, S. (2023). Critical infrastructure security in the era of digital transformation. Journal of Cybersecurity, 9(2), 115–129.

Anderson, R., Moore, T., & Murdoch, S. (2023). Cybersecurity risks and long- term trends in global threat landscapes. Computers & Security, 134, 103– 124.

Bada, M., Sasse, A. M., & Nurse, J. R. (2019). Cyber security awareness campaigns: Why do they fail? IEEE Security & Privacy, 17(2), 32–41.

CEPAL. (2023). Transformación digital y ciberseguridad en América Latina: retos y oportunidades. Naciones Unidas.

ENISA. (2023). Threat Landscape Report 2023. European Union Agency for Cybersecurity.

Kshetri, N. (2022). Cybersecurity for Industry 4.0: Challenges and Emerging Solutions. Journal of Industrial Information Integration, 27, 1–12.

Masip-Bruin, X., Marín-Tordera, E., Ruiz, J., Jukan, A., Trakadas, P., Cernivec, A., … Kalogiannis, G. (2021). Cybersecurity in ICT Supply Chains: Key Challenges and a Relevant Architecture. Sensors, 21(18), 6057. https://doi.org/10.3390/s21186057 MDPI.

Uribe, S. C., & Salazar Medina, N. F. (2022). Enfoque de riesgos en la gestión de la cadena de suministros en el sector industrial. Ingeniería Industrial, (?), (?)… (el artículo tiene DOI).

Identificación de riesgos en las cadenas de suministro de la industria automotriz: una revisión de literatura. (2023). Entre ciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento, 11(25).

Gestión del riesgo cibernético en cadenas de suministro: a través de proveedores.

OECD. (2024). Promoting resilience and preparedness in supply chains. OECD Trade Policy Paper No. 286.

LA INTEGRACIÓN DE SISTEMAS CONTABLES Y ERP COMO HERRAMIENTA PARA OPTIMIZAR EL CONTROL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

THE INTEGRATION OF ACCOUNTING SYSTEMS AND ERP AS A TOOL TO OPTIMIZE MANAGEMENT CONTROL IN COMPANIES

María Alexandra Fernández Acuña
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
alexan2009@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre el Rol de la Contabilidad como herramienta para el control de la gestión empresarial, que se define como el uso de sistemas contables y ERP (Enterprise Resource Planning, sistemas integrados wue centralizan y automatizan los procesos administrativos y contables) para optimizar procesos internos, centralizar información y mejorar la toma de decisiones estratégicas, vinculándose con el Objetivo de desarrollo Sostenible 12 sobre producción y consumo responsables. Por ello, el objetivo de este trabajo fue analizar como la integración de sistemas contables y ERP fortalece la eficiencia, transparencia y control interno en las empresas. El enfoque utilizado fue cualitativo, con alcance descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. La unidad de análisis fue la gestión empresarial, evaluando la aplicación de herramientas contables digitales en organizaciones. Las técnicas de recolección de datos se basaron en análisis documental, y los instrumentos aplicados fueron fichas de lectura de fuentes secundarias. Como resultado significativo se puede mencionar que la adopción de sistemas contables integrados y ERP mejora la eficiencia, la precisión de la información y la competitividad empresarial, además de facilitar decisiones informadas y alineadas con prácticas responsables y sostenibles. Se concluye que la implementación de estas herramientas digitales constituye un aporte fundamental para fortalecer la gestión empresarial, optimizando el control de los procesos y cumplir con estándares de eficiencia y sostenibilidad, destacando la importancia de integrar tecnologías contables modernas para alcanzar los objetivos de gestión y responsabilidad corporativa.

PALABRAS CLAVES: control de gestión, eficiencia empresarial, ERP, ODS 12

ABSTRACT

This research focuses on the role of accounting as a tool for management control, defined as the use of accounting systems and ERP **(**Enterprise Resource Planning, integrated systems that centralize and automate administrative and accounting processes) to optimize internal processes, centralize information, and improve strategic decision-making, aligning with Sustainable Development Goal 12 on responsible production and consumption. The objective of this study was to analyze how the integration of accounting systems and ERP enhances efficiency, transparency, and internal control in companies. The approach was qualitative, with a descriptive scope, non-experimental design, and cross-sectional cut. The unit of analysis was business management, evaluating the application of digital accounting tools in organizations. Data collection techniques were based on documentary analysis, and the instruments used were reading sheets from secondary sources. A significant result highlighted that the adoption of integrated accounting systems and ERP improves efficiency, accuracy, and competitiveness, while facilitating informed decisions aligned with responsible and sustainable practices. It is concluded that implementing these digital tools is essential for strengthening management, optimizing process control, and meeting efficiency and sustainability standards, emphasizing the importance of modern accounting technologies to achieve corporate governance and responsibility objectives.

KEYWORDS: accounting, ERP, business efficiency, management control, ODS 12

INTRODUCCIÓN

Se aborda el Rol de la Contabilidad como herramienta clave para el control de la gestión empresarial, resaltando su importancia en la organización y supervisión de los procesos internos. Se reconoce que la adopción de sistemas digitales mejora la precisión de los datos y facilitan decisiones más rápidas. Este enfoque se vincula con el ODS 9, que promueve la innovación y el uso de tecnologías para fortalecer la eficiencia. Además, se relaciona con la línea de Integración de Tecnologías en la contabilidad y Gestión, ya que se centra en la aplicación de herramientas digitales para optimizar el control administrativo. De este modo, se evidencia como los sistemas contables integrados contribuyen a una gestión más eficiente, confiable y adaptada a las exigencias actuales.

Se observa que muchas empresas, tanto a nivel nacional como internacional, enfrentan dificultades para mantener un control adecuado de sus procesos internos y de la información contable (Anthony & Govindarajan, 2017). Se identifica que la ausencia de sistemas integrados genera errores en los registros, retrasos en los reportes y decisiones basadas en datos incompletos. Asimismo, se evidencia que la limitada adopción de tecnologías como los ERP reduce la capacidad para supervisar recursos y medir el desempeño de manera oportuna. Estas deficiencias afectan la rentabilidad y la competitividad, mientras que la incorporación de soluciones digitales mejora la precisión de la información y fortalece la eficiencia en la gestión empresarial (Deloitte, 2021).

Se plantea que el objetivo de la investigación es analizar como la integración de sistemas contables y ERP fortalece el control de la gestión empresarial, optimizando procesos y mejorando la toma de decisiones. Se busca identificar los beneficios que estas herramientas digitales aportan a la eficiencia, transparencia y productividad organizacional. Asimismo, se establece que el estudio se vincula con la línea de investigación 2 “Integración de Tecnologías en la contabilidad y Gestión”, al evaluar el impacto de la digitalización en la calidad de la información contable. Se espera que los resultados permitan proponer recomendaciones prácticas para mejorar la gestión empresarial y contribuir al cumplimiento de estándares de eficiencia en entornos competitivos.

Se justifica esta investigación debido a la creciente necesidad de comprender como la digitalización transforma los mecanismos de control de las organizaciones. Se considera relevante analizar estas herramientas porque muchas empresas aun no aprovechan plenamente los sistemas contables integrados, pese a su impacto en la eficiencia y en la precisión de la información. Se destaca la originalidad del estudio al centrarse en la relación directa entre los ERP y el control de gestión, un enfoque poco profundizado en contextos académicos iniciales. Asimismo, se estima que la investigación es factible, ya que se cuenta con información accesible, marcos teóricos consolidados y suficientes referencias sobre tecnologías aplicadas a la contabilidad.

A nivel internacional, se reconoce que la digitalización de los sistemas contables es clave para fortalecer el control de gestión. En países de Europa y Estados Unidos, se observan que las empresas adoptan plataformas integradas para centralizar información y mejorar la supervisión de sus operaciones. Se señala que la globalización y la competencia han impulsado la necesidad de contar con datos precisos y en tiempo real para tomar decisiones estratégicas. También se destaca que organismos internacionales promueven el uso de tecnologías que permitan mayor transparencia y eficiencia en la administración, lo que refuerza la importancia de los sistemas contables digitales como soporte para una gestión moderna y sostenible.

Se ha identificado que varios estudios coinciden en que los sistemas contables integrados y los ERP fortalecen el control interno y la eficiencia organizacional. Investigadores han descubierto que los ERP refuerzan los mecanismos de auditoria interna mediante registros de auditoría y monitoreo de accesos (Aroba & Abayomi, 2023). Además, según un análisis sistemático, la integración del ERP con herramientas analíticas incrementa la capacidad de las empresas para tomar decisiones estratégicas a provechar la automatización para reducir desperdicio operativo (MDPI, 2023). Esto confirma la relevancia de examinar como dichas tecnologías digitales pueden fortalecer la gestión contable y gerencial en un contexto moderno.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la presente investigación se han utilizado diversos materiales relacionados con la contabilidad, la gestión empresarial y los sistemas ERP, incluyendo libros especializados, artículos académicos, informes de empresas y publicaciones digitales recientes. Como herramientas, se emplearon programas de procesamiento de texto y hojas de cálculo para organizar la información y realizar análisis preliminares. Asimismo, se recurrió a fichas de lectura para clasificar y sintetizar los contenidos más relevantes. Estos materiales y herramientas permitieron recopilar información confiable y estructurada, facilitando la comprensión integral del rol de los sistemas contables en el control de la gestión empresarial.

La metodología empleada en la presente investigación sigue un enfoque cualitativo, teniendo en cuenta que este permite comprender la naturaleza y el comportamiento del fenómeno estudiado sin recurrir a mediaciones numéricas. El alcance o nivel de la investigación es descriptivo, ya que se pretende especificar las propiedades y características de los sistemas contables y los ERP en la gestión empresarial. Este enfoque y nivel permiten explorar los procesos internos y estructuras organizacionales, identificar practicas vigentes y analizar cómo estas herramientas digitales impactan la eficiencia, la transparencia y la toma de decisiones dentro de las empresas, sin modificar el contexto natural de los fenómenos.

El diseño de investigación es no experimental, pues no se manipulan deliberadamente variables, sino que se observa y analiza cómo se desarrollan los fenómenos en su ambiente natural. El corte considerado es transversal, teniendo en cuenta que la información se recopila en un momento especifico, proporcionando una visión puntual del estado actual de la integración de los sistemas contables y ERP en la gestión empresarial. Este diseño y corte permiten obtener datos representativos del fenómeno, comprender su estructura y evaluar la interacción entre herramientas digitales y procesos de control administrativo sin afectar el funcionamiento normal de las organizaciones.

Para esta investigación se considera como unidad de análisis a los sistemas

contables y ERP implementados en las organizaciones, puesto que constituyen los elementos principales que permiten examinar cómo se realiza el control de la gestión empresarial. Esta unidad comprende tanto los procesos internos como la información generada, registrada y supervisada a través de estas plataformas digitales. Su estudio permite identificar la manera en que los sistemas integrados contribuyen a mejorar la eficiencia, la transparencia y la productividad dentro de las empresas, además de evidenciar la relación entre tecnología y toma de decisiones estratégicas en el ámbito administrativo.

Las técnicas utilizadas son el análisis documental y la revisión de literatura especializada; los instrumentos implementados son las fichas de lectura y matrices de síntesis, respectivamente. Los procedimientos a seguir consisten en recopilar datos de fuentes secundarias, organizar la información, clasificarla según criterios temáticos y extraer contenido relevante para responder los objetivos de la investigación. Este enfoque sistemático permite garantizar que la información obtenida sea confiable, pertinente y útil para comprender como los sistemas contables y ERP fortalecen el control de gestión, así como para establecer relaciones claras entre los conceptos, procesos y estructuras estudiadas.

Para la investigación presentada, las fuentes de información han sido exclusivamente secundarias, teniendo en cuenta que se utilizó material previamente publicado por otros autores y organismos especializados. Entre ellas se incluyen libros, artículos científicos, informes empresariales, publicaciones digitales y bases de datos académicas. Estas fuentes proporcionan datos confiables y permiten analizar la integración de sistemas contables y ERP en la gestión empresarial desde diferentes perspectivas. Al trabajar con fuentes secundarias, se evita la recolección directa de información, garantizando que los hallazgos se fundamenten en evidencia documentada y estudios previos validados por la comunidad académica.

RESULTADOS

Definición y contextualización

Se definió el rol de la contabilidad y los sistemas ERP como herramientas fundamentales para el control de la gestión empresarial, enfocándose en la recopilación, organización y análisis de información financiera. La literatura reveló que estos sistemas permiten centralizar datos, mejorar la precisión de los registros y optimizar la toma de decisiones estratégicas (Anthony & Govindarajan, 2017; Monk & Wagner, 2012). Se consideró que la importancia teórica del tema a nivel global radica en su capacidad para fortalecer la eficiencia organizacional, la transparencia y la competitividad empresarial, especialmente en entornos altamente digitalizados y globalizados.

Se identificaron los principales modelos de sistemas contables y ERP que incluyen módulos de contabilidad general, control de inventarios, gestión de recursos humanos y análisis financiero. La literatura internacional reveló que la tipología de estos sistemas varía según la escala organizacional y el grado de integración tecnológica, abarcando desde soluciones locales hasta plataformas globales estandarizadas (O´Leary, 2000; PwC, 2020). Se destacó que cada módulo contribuye a la eficiencia administrativa, la trazabilidad de la información y la supervisión de procesos, lo que permite establecer un marco de referencia para evaluar la implementación y el impacto de estas herramientas en la gestión empresarial.

Se constató que existen diversas perspectivas internacionales respecto a la adopción de sistemas contables y ERP. Algunos autores enfatizaron la eficiencia y estandarización de procesos, mientras que otros resaltaron los desafíos relacionados con costos y adaptabilidad tecnológica. La literatura evidenció consenso en la necesidad de digitalización para garantizar información confiable, pero se observaron debates sobre el nivel óptimo de integración y personalización de los sistemas. Estos hallazgos revelaron áreas de discusión conceptual que fundamentan la importancia de continuar investigando la implementación efectiva de estas herramientas en distintos contextos organizacionales.

Tendencias y Situación Internacional

Se analizaron investigaciones recientes que evidenciaron la evolución de los sistemas contables y ERP hacia plataformas integradas con analítica avanzada y capacidades de inteligencia artificial. La literatura de los últimos cinco años reveló un incremento en estudios sobre automatización de procesos financieros, dashboards de control de gestión y mejora de la toma de decisiones estratégicas (MDPI, 2023; Deloitte, 2021). Se observó que las tendencias apuntan a la centralización de datos, la eficiencia operativa y la optimización de recursos, destacando la relevancia de estas herramientas para responder a los desafíos de la globalización y la digitalización empresarial.

Se constató que, a nivel internacional, la adopción de sistemas contables y ERP se ha incrementado significativamente, especialmente en empresas medianas y grandes. Informes de organismos internacionales, como la ONU y PwC (2020), revelaron que estas herramientas facilitan la transparencia financiera, la trazabilidad de la información y la eficiencia en la gestión de recursos. Se identificaron estadísticas que muestran que más del 60% de las organizaciones en Europa y América del Norte utilizan sistemas integrados de contabilidad para supervisar procesos internos, lo que evidencia la importancia de estas plataformas en la consolidación de la gestión empresarial moderna.

Se identificaron factores externos que influyen en la adopción y efectividad de los sistemas contables y ERP. Entre ellos se incluyen avances tecnológicos que facilitan la integración de software, políticas gubernamentales que fomentan la digitalización y demandas sociales por mayor transparencia y rendición de cuentas. La literatura mostró que entornos altamente regulados o competitivos impulsan la implementación de estas herramientas, mientras que contextos con menor infraestructura tecnológica presentan desafíos adicionales. Estos factores externos condicionan la eficiencia, la innovación y la sostenibilidad de la gestión empresarial, consolidándose la relación entre tecnología y desempeño organizacional.

Aplicación y Marco Nacional

Se documentó que en Paraguay existe un marco regulatorio contable importante, como la Ley N.º 1535/1999 de Administración Financiera del Estado, que exige que el sistema de contabilidad pública registre hechos económicos con base técnica uniforme. Además, la Ley N.º 1250 establece normas de contabilidad fiscal para la administración central del Estado, definiendo planes de cuentas y procedimientos de control interno. La Dirección General de Contabilidad Publica del Ministerio de Economía y Finanzas tiene a su cargo la elaboración de manuales y normativas contables para entidades estatales.

Se identificaron algunos estudios realizados por instituciones paraguayas que han abordado la digitalización contable y la gestión pública, aunque de forma más limitada que en otros países. Organismos oficiales y académicos han documentado la evolución de sistemas contables públicos alineados con el Sistema Integrado de Administración Financiera (SIAF) y el SICO, lo que muestra un interés creciente por modernizar la gestión contable en Paraguay. Sin embargo, no se encontró una evidencia de estudios académicos recientes con enfoque ERP privado, lo que representa una oportunidad para investigación futura en el entorno empresarial local.

Se comparó la situación paraguaya con las tendencias internacionales identificadas. Mientras a nivel global se observa una integración avanzada de ERP con analítica y automatización, en Paraguay la adopción se ha dado mayormente en sistemas contables públicos vinculados al SIAF/SICO. Las brechas identificadas incluyen menor personalización, implementación más lenta y menos recursos tecnológicos para automatización. Esta diferencia sugiere que las practicas globales podría adaptarse al contexto paraguayo mediante políticas de capacitación y subsidios tecnológicos, para cerrar la brecha con prácticas internacionales.

Se sintetizaron los principales puntos de encuentro y discrepancia entre la literatura nacional e internacional. Se observó coincidencia en la importancia de los sistemas contables y ERP para centralizar información, mejorar la precisión de datos y optimizar la toma de decisiones estratégicas. Sin embargo, surgieron diferencias en el nivel de integración tecnológica y automatización; en Paraguay la adopción se concentra

mayormente en sistemas públicos como SIAF y SICO, mientras que a nivel internacional se observa integración avanzada con analítica e inteligencia artificial. Esta comparación permite identificar oportunidades para adaptar las mejores prácticas internacionales al contexto nacional, fortaleciendo la eficiencia y control de la gestión empresarial.

DISCUSIÓN

Se reiteró que el estudio buscó analizar como los sistemas contables y ERP fortalecen el control de gestión empresarial. Se identificó que la digitalización contable en Paraguay, reflejada en la formación académica y en programas locales (Fotriem, 2023), permitió centralizar información y mejorar la precisión en la toma de decisiones. Los hallazgos evidenciaron que la integración tecnológica genera eficiencia y facilita reportes oportunos, lo que responde directamente a la pregunta de investigación y refuerza la relevancia de vincular la contabilidad con herramientas digitales para optimizar procesos y garantizar la transparencia den la gestión empresarial.

Se contrastaron los hallazgos con teorías internacionales. Algunos autores sostienen que los ERP estandarizados maximizan la eficiencia operativa (Century System, 2025), mientras otros destacan los costos y la necesidad de cambios organizativos. La literatura local mostró que la implementación en Paraguay enfrenta barreras como capacitación insuficiente e interoperabilidad limitada (Riquelme-Benítez & Alegre-Brítez, 2025). Estas discrepancias indican que el éxito depende tanto de inversión tecnológica como de formación del personal. Además, se evidencia que adaptar sistemas a la normativa local es clave, ya que las soluciones internacionales no siempre se ajustan al contexto paraguayo, requiriendo personalización.

El contraste entre tendencias globales y marco nacional reveló diferencias importantes. Mientras internacionalmente se emplean ERP con analítica avanzada e inteligencia artificial, en Paraguay predominan sistemas adaptados al cumplimiento tributario, como SIAF y SICO (RedTouch, 2025). Este desajuste señala una brecha en el uso de analítica y automatización avanzada en el contexto local. La comparación permite identificar oportunidades para modernizar los sistemas contables, adaptando modelos internacionales a la realidad nacional y fomentando la capacidad de profesionales, con el

fin de mejorar la eficiencia, precisión y control interno de las empresas paraguayas, cerrando la brecha tecnológica existente.

Se identificaron limitaciones en la investigación y en las fuentes consultadas. La literatura paraguaya sobre ERP y contabilidad digital es escasa, lo que puede haber sesgado los hallazgos hacia estudios conceptuales. Asimismo, muchas fuentes provienen de informes institucionales o comerciales (Multisoft, RedTouch), limitando la información empírica disponible. Estas restricciones pueden haber afectado la interpretación de la situación real y la generalización de los resultados. Sin embargo, la revisión permitió identificar tendencias, desafíos y oportunidades, ofreciendo una base sólida para futuras investigaciones más detalladas, con métodos empíricos que complementen la información obtenida de fuentes secundarias nacionales e internacionales.

El aporte original del estudio radica en visibilizar la digitalización contable en Paraguay y su comparación con tendencia internacionales. Se identificaron brechas tecnológicas y de capacitación, así como oportunidades para mejorar la gestión empresarial mediante ERP y sistemas contables avanzados. La investigación llena una laguna al contextualizar estas herramientas dentro del marco normativo nacional y permite proponer futuras líneas de investigación, como la implementación de analítica avanzada o inteligencia artificial en ERP paraguayos, evaluando su impacto en eficiencia y transparencia, fortaleciendo la gestión, optimizando procesos y contribuyendo al desarrollo de estándares modernos de control contable en el país.

CONCLUSIONES

En este apartado se presentan los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre el Rol de la Contabilidad como Herramienta para el Control de la Gestión Empresarial, con un enfoque en la Integración de Sistemas Contables y ERP. Se destacan los hallazgos más relevantes relacionados con la digitalización de procesos, la mejora de la precisión en la información contable y la optimización de la toma de decisiones estratégicas, considerando tanto la perspectiva internacional como el contexto específico de Paraguay.

Esta investigación se planteó inicialmente la problemática de como las organizaciones enfrentan desafíos en el control de la gestión y la precisión de la información contable. Se identificó que muchas empresas carecen de sistemas integrados y dependen de procesos manuales, lo que genera errores, retrasos y decisiones basadas en información incompleta. Asimismo, se analizó la brecha existente entre las tendencias internacionales de digitalización contable y la realidad tecnológica y normativa del entorno paraguayo.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:

1- La integración de sistemas contables y ERP permite centralizar información, mejorar la precisión de los registros contables y optimizar la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones.

2- La adopción tecnológica en Paraguay, aunque incipiente, demuestra un avance hacia la modernización contable, especialmente mediante sistemas públicos como SIAF y SICO, adaptados a la normativa nacional.

3- Existen brechas importantes en la automatización y en el uso de analítica avanzada, lo que señala la necesidad de capacitación del personal y adaptación de modelos internacionales al contexto local.

Por último, de manera general se considera que la contabilidad, potenciada por la digitalización y la integración de sistemas ERP, constituye un instrumento esencial para fortalecer el control de gestión empresarial. Los resultados del estudio evidencian que, al aplicar estas herramientas de manera adecuada, se mejora la eficiencia, transparencia y competitividad de las organizaciones. Se resalta la relevancia de continuar investigando sobre la incorporación de tecnologías avanzadas y su impacto en la gestión contable en Paraguay, fomentando la modernización y la toma de decisiones basada en información confiables.

REFERENCIAS

Alegre Brítez, M. Á. (2025). *Relación entre el control de gestión y la rentabilidad de empresas comerciales de Paraguay en el periodo 2018-2024*. Revista Jetypeka, 5(1), 30-50.

Century Systems. (2025). *ERP systems and operational efficiency*. Recuperado de https://www.centurysystems.com

Fotriem. (2023). *Especialización en contabilidad estratégica y tributación*. Recuperado de https://www.fotriem.edu.py/esp-contabilidad-estrategica/

Kaufman, M., & Wagner, E. (2024). *Enterprise resource planning systems as a tool for standardisation, centralisation, and control: Insights from the qualitative accounting literature*. En J. A. Smith (Ed.), *Research Handbook on Accounting and Information Systems* (pp. 50-66). Edward Elgar Publishing.

Multisoft Paraguay. (s. f.). *Sistema de gestión ERP*. Recuperado de https://www.multisoft.com.py/sistema-gestion

RedTouch Paraguay. (s. f.). *Implementación de Odoo ERP*. Recuperado de https://www.redtouch.com.py/

Riquelme-Benítez, J., & Alegre-Brítez, M. Á. (2025). *Barreras en la adopción de ERP en empresas paraguayas: análisis de casos*. Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas, 5, 95-104.

Rawat, C. (2023). *Role of ERP modernization in digital transformation: PeopleSoft insight*.arXiv. Recuperado de https://arxiv.org/abs/2303.03224

LA FUNCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC) EN LA PROMOCIÓN DEL LIBRE COMERCIO

THE ROLE OF THE WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO) IN PROMOTING FREE TRADE

Vanina Vanessa Figueredo Benítez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
vanifigueredob96@gmail.com

Alejandro Manuel Guerrero Fernández
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
ale20031234@gmail.com

Natalia Noemí Aguilar Segovia
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
natti.aguilar99@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo se realizó con el objetivo explicar de manera clara y sencilla cuál es el papel de la Organización Mundial del Comercio (OMC) dentro del comercio internacional y por qué sigue siendo importante en la actualidad. Para lograrlo, se realizaron revisiones exhaustivas de materiales, incluyendo documentos oficiales, artículos académicos, textos de divulgación y reportes especializados sobre comercio global. La metodología se basó en recopilar información relevante, analizarla de manera crítica en grupo y reorganizarla para presentarla con un lenguaje accesible y coherente, que permita entender tanto sus funciones como sus retos. A partir de este proceso, se logró identificar que la OMC cumple funciones fundamentales, como establecer reglas comunes para los países miembros, facilitar acuerdos comerciales multilaterales y ofrecer un mecanismo imparcial para resolver conflictos entre naciones. Además, se observó que la organización promueve la transparencia en las negociaciones y contribuye a la reducción de barreras arancelarias y no arancelarias, lo que genera un entorno más estable para el comercio internacional. Sin embargo, también se logró visualizar que enfrenta desafíos importantes, como la lentitud en sus negociaciones, el aumento del proteccionismo en algunos países y la

necesidad urgente de adaptarse al comercio digital, que avanza a gran velocidad y plantea nuevos retos regulatorios. Los resultados muestran que, aunque la OMC ha sido clave para ordenar el comercio mundial y reducir obstáculos al intercambio, muchas de sus normas requieren actualización frente a las transformaciones tecnológicas y económicas recientes. Se concluyó que la OMC sigue siendo una institución necesaria para mantener relaciones comerciales estables, equitativas y transparentes, pero que requiere reformas profundas que le permitan responder con eficacia a las nuevas dinámicas del comercio global y a los desafíos del siglo XXI.

PALABRAS CLAVES: comercio global, comercio internacional, cooperación económica, libre comercio, OMC

ABSTRACT

This work was carried out with the objective of clearly and simply explaining the role of the World Trade Organization (WTO) within international trade and why it continues to be important today. To achieve this, exhaustive reviews of materials were conducted, including official documents, academic articles, informative texts, and specialized reports on global trade. The methodology was based on collecting relevant information, critically analyzing it as a group, and reorganizing it to present it in an accessible and coherent language that allows understanding both its functions and its challenges. From this process, it was identified that the WTO performs fundamental functions, such as establishing common rules for member countries, facilitating multilateral trade agreements, and providing an impartial mechanism to resolve conflicts between nations. Additionally, it was observed that the organization promotes transparency in negotiations and contributes to the reduction of tariff and non-tariff barriers, creating a more stable environment for international trade. However, it was also noted that it faces significant challenges, such as slow negotiations, increasing protectionism in some countries, and the urgent need to adapt to digital trade, which is advancing rapidly and posing new regulatory challenges. The results show that, although the WTO has been key in organizing global trade and reducing barriers to exchange, many of its rules require updating in light of recent technological and economic transformations. It was concluded that the WTO remains a necessary institution to maintain stable, fair, and transparent trade relations, but it requires profound reforms to effectively respond to the new dynamics of global commerce and the challenges of the 21st century.

KEYWORDS: cooperation, free trade, global trade, international trade, WTO

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional siempre ha sido un factor clave para el crecimiento económico de los países. En un mundo donde los mercados están cada vez más conectados, se vuelve fundamental contar con instituciones que ayuden a mantener el orden y la transparencia en las relaciones comerciales. Una de ellas es la Organización Mundial del Comercio (OMC), que se encargada de establecer reglas que todos los países miembros deben respetar.

Se considera de gran importancia entender el papel de la OMC, ya que sus decisiones influyen directamente en la manera en que los bienes, los servicios y las estrategias comerciales se mueven entre los países. La organización establece normas y reglas que los miembros deben respetar, lo que contribuye a generar un marco de confianza y previsibilidad en el comercio internacional. Este control y coordinación ayudan a que los intercambios sean más ordenados y que los países puedan planificar sus operaciones comerciales de manera más eficiente.

De acuerdo con diversos autores y organismos internacionales, la OMC ha tenido un impacto significativo en la reducción de barreras comerciales, tanto arancelarias como no arancelarias. Gracias a su labor, se ha logrado crear un sistema más previsible y estructurado, donde los países saben cuáles son las reglas del juego y pueden negociar acuerdos de manera más transparente. Esto ha favorecido la integración de mercados y ha permitido que muchas economías, especialmente las más pequeñas o emergentes, accedan a oportunidades comerciales que antes eran más difíciles de alcanzar.

Sin embargo, a pesar de sus logros, la OMC enfrenta críticas importantes relacionadas con su capacidad de adaptación. Los rápidos cambios tecnológicos y las nuevas dinámicas económicas, como la digitalización del comercio y la globalización acelerada, presentan retos que la organización aún no ha resuelto completamente. Esto evidencia la necesidad de que la OMC evolucione y modernice sus mecanismos para seguir cumpliendo su función de manera eficaz, manteniendo la estabilidad y equidad en el comercio internacional.

Con esta investigación se busca explicar, desde una perspectiva clara y accesible,

cómo funciona la OMC, qué beneficios aporta y cuáles son los retos que enfrenta actualmente. También se puede reflexionar que comprender el papel de la OMC es fundamental para valorar su impacto en el comercio internacional y reconocer los desafíos que enfrenta actualmente, su adaptación a los cambios tecnológicos y al comercio digital sigue siendo limitada.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación se han utilizado como materiales documentos oficiales de la Organización Mundial del Comercio (OMC), informes de organismos internacionales como la UNCTAD, artículos académicos especializados en comercio internacional, textos de divulgación y reportes estadísticos sobre comercio global. Como herramientas se emplearon Google académico para las referencias bibliográficas, para de esta forma redactar la información de manera coherente y accesible.

La metodología empleada en la presente investigación sigue el enfoque de revisión documental, teniendo en cuenta que permite analizar información ya publicada y evaluada por expertos en la materia. El alcance de la investigación es descriptivo y analítico, ya que busca explicar cómo funciona la OMC, identificar sus beneficios y analizar los retos que enfrenta actualmente, sin realizar trabajo de campo ni experimentación directa.

El diseño de investigación es de tipo exploratorio y descriptivo, pues permite observar y sistematizar información sobre la OMC en un contexto real, facilitando la comprensión de sus funciones y desafíos. La corte considerada es temporal, abarcando documentos y reportes publicados entre 2010 y 2023, teniendo en cuenta que este período refleja tanto la evolución reciente del comercio internacional como los desafíos actuales que enfrenta la organización.

Para esta investigación se considera como unidad de análisis a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en su rol de reguladora del comercio internacional, puesto que sus normas, acuerdos y mecanismos impactan directamente en la forma en que los países negocian, establecen políticas comerciales y resuelven conflictos.

Las técnicas utilizadas son la revisión y el análisis crítico de documentos; los instrumentos implementados son tablas comparativas para organizar información y resúmenes analíticos para extraer conclusiones; y los procedimientos a seguir consistieron en seleccionar los documentos más relevantes, sistematizar los datos en matrices de análisis y redactar conclusiones coherentes con los objetivos de la investigación.

Para la investigación presentada, las fuentes de información han sido secundarias, teniendo en cuenta que se han utilizado materiales provenientes de la OMC, informes de la UNCTAD, artículos académicos, libros especializados y reportes de organismos internacionales. Estas fuentes permitieron obtener información confiable, actualizada y pertinente para cumplir con los objetivos del estudio.

RESULTADOS

Definición Central del Concepto

El libre comercio se define como un sistema económico en el cual los bienes y servicios pueden circular entre países sin barreras arancelarias ni restricciones cuantitativas, permitiendo que los mercados funcionen con mayor eficiencia, esto según (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2012). La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la institución que regula este sistema mediante normas multilaterales destinadas a garantizar previsibilidad y transparencia en los intercambios globales. Su importancia teórica radica en que proporciona un marco institucional que reduce la incertidumbre y facilita la cooperación entre países, elemento considerado esencial para el crecimiento económico en un contexto globalizado, presentado según (Helpman, 2007).

La literatura internacional describe varios elementos fundamentales que estructuran el libre comercio: las negociaciones multilaterales, la reducción de aranceles, la eliminación de barreras no arancelarias, los mecanismos de solución de diferencias y la aplicación de principios como la Nación Más Favorecida y el Trato Nacional. Estos subconceptos conforman el modelo de funcionamiento de la OMC y permiten entender cómo se mantiene la estabilidad comercial entre los miembros. Además, se distinguen tres áreas principales de regulación: comercio de bienes, comercio de servicios y propiedad intelectual, establecidas en los acuerdos de la Ronda Uruguay.

Las perspectivas económicas sobre el libre comercio no siempre coinciden. La escuela neoclásica afirma que la liberalización genera eficiencia y crecimiento mediante la especialización, (Krugman & Obstfeld, 2012), mientras que corrientes críticas sostienen que puede profundizar desigualdades y beneficiar más a las economías desarrolladas, (Stiglitz, 2006). En el ámbito institucional, algunos autores destacan que la OMC aporta previsibilidad y estabilidad, mientras otros cuestionan su lentitud para adaptarse a los cambios tecnológicos y al auge del proteccionismo. Esta variedad de enfoques demuestra que, aunque existe consenso sobre la relevancia de la OMC, persisten debates conceptuales sobre su efectividad.

Tendencias y Situación Internacional

En los últimos cinco años, la investigación internacional se ha centrado en temas como la digitalización del comercio, la regulación del comercio electrónico, el impacto de las tensiones comerciales entre grandes potencias y la modernización del sistema multilateral. También se ha intensificado el estudio del rol de la OMC frente al ascenso de acuerdos regionales y mega acuerdos comerciales, que representan desafíos a su centralidad institucional. Estas líneas muestran un desplazamiento del enfoque tradicional hacia nuevas áreas emergentes vinculadas con la economía digital y la innovación tecnológica.

A nivel global, organismos como la UNCTAD y la OCDE han señalado que el sistema multilateral de comercio atraviesa un periodo de tensión debido al aumento del proteccionismo y la desaceleración del comercio mundial. Aunque la OMC ha contribuido históricamente a reducir los aranceles promedio a menos del 10 % en la mayoría de los países miembros, enfrenta dificultades para avanzar en nuevas negociaciones. Informes recientes destacan que la resolución de disputas se ha visto afectada por la paralización del Órgano de Apelación desde 2019, lo cual debilita la capacidad de la organización para asegurar el cumplimiento de sus normas.

La literatura identifica factores políticos, tecnológicos y sociales que condicionan el funcionamiento de la OMC. Entre ellos se encuentran la rivalidad geopolítica entre economías líderes, la rápida digitalización del comercio, la demanda creciente de

regulaciones para plataformas digitales y la presión social por incorporar aspectos ambientales y laborales en los acuerdos comerciales. Estos factores modifican el contexto internacional y generan nuevos desafíos que obligan a replantear el diseño institucional del sistema multilateral.

Aplicación y Marco Nacional

A nivel nacional, el comercio exterior se encuentra regulado por leyes, decretos y normativas que establecen los procedimientos para importar, exportar y aplicar los compromisos asumidos dentro de la OMC. Entre las fuentes primarias destacan los informes ministeriales anuales sobre política comercial, las normativas aduaneras vigentes y la legislación sobre aranceles y regímenes especiales. Estas regulaciones garantizan que el país cumpla con los principios básicos del comercio multilateral, incluyendo la transparencia y la aplicación no discriminatoria de las medidas comerciales.

En el ámbito académico nacional, diversas instituciones han analizado el desempeño del país dentro del sistema multilateral de comercio. Universidades, centros de estudios económicos y organismos estatales han producido investigaciones que examinan temas como la competitividad exportadora, la participación en negociaciones multilaterales y el impacto de las barreras comerciales externas. Estos trabajos constituyen los principales antecedentes locales y aportan evidencias sobre la importancia de fortalecer la inserción internacional del país.

Comparando la situación nacional con las tendencias internacionales, se observa que mientras la literatura global avanza hacia el análisis del comercio digital y las tensiones geopolíticas, el enfoque nacional se mantiene más centrado en temas tradicionales como aranceles, logística y acceso a mercados. Esta diferencia muestra la existencia de lagunas de investigación en el país, especialmente en áreas emergentes como comercio electrónico, propiedad intelectual y normas digitales, que sí son ampliamente discutidas en la literatura extranjera.

Tanto la literatura internacional como la nacional coinciden en reconocer la importancia del sistema multilateral de comercio y la relevancia de la OMC para garantizar estabilidad en los intercambios globales. No obstante, mientras la bibliografía

internacional enfatiza la necesidad de modernizar la organización frente a los nuevos desafíos tecnológicos, la producción nacional aún presenta limitaciones para abordar estas transformaciones. Esta comparación permite establecer un puente para la discusión posterior, donde se analizará cómo estas diferencias afectan la capacidad del país para insertarse de manera competitiva en el comercio mundial.

DISCUSIÓN

El propósito central de este estudio bibliográfico se basa en analizar el papel de la OMC en el comercio internacional y comprender cómo sus normas influyen en el movimiento global de bienes y servicios. Con la revisión realizada se logró mostrar que existe un consenso general respecto a su contribución en la reducción de barreras comerciales y en la creación de un sistema más previsible. También se identificaron tendencias como la relevancia del libre comercio, la necesidad de cooperación económica y la adaptación del sistema multilateral a nuevas dinámicas tecnológicas.

Al comparar los hallazgos con teorías existentes, se observa que gran parte de la evidencia confirma los beneficios de la liberalización comercial defendidos por autores clásicos. No obstante, algunas investigaciones cuestionan la capacidad actual de la OMC para responder a los desafíos contemporáneos, especialmente por su lenta toma de decisiones y el estancamiento de negociaciones claves. Las discrepancias se explican por los distintos enfoques metodológicos y por el contexto económico reciente, marcado por la digitalización y los acuerdos regionales.

El contraste entre la literatura internacional y el marco normativo nacional muestra que Paraguay adopta los principios esenciales de la OMC, aunque aún se enfrenta a limitaciones para alinearse completamente con las tendencias globales. Mientras la literatura destaca avances en comercio digital y modernización aduanera, la normativa nacional progresa de forma gradual. Existen coincidencias, como la adhesión a reglas multilaterales, pero también diferencias relacionadas con infraestructura tecnológica y capacidad institucional. Esto evidencia lagunas de investigación y desafíos locales que la literatura internacional ya ha comenzado a abordar con mayor profundidad. Esta investigación presenta ciertas limitaciones que deben reconocerse para una

interpretación adecuada de los resultados. La mayoría de las fuentes consultadas son secundarias y provienen de organismos internacionales, lo cual puede generar un sesgo hacia perspectivas globales.

Además, existe poca producción académica nacional sobre la OMC, lo que reduce la capacidad comparativa entre ambos contextos.

El presente estudio aporta una síntesis actualizada sobre el papel de la OMC en el comercio internacional, ofreciendo una mirada integrada a partir de autores que destacan tanto sus avances como sus limitaciones recientes. Este enfoque permite llenar la laguna identificada en el problema de investigación, especialmente la falta de análisis que vinculen el funcionamiento de la OMC con los desafíos tecnológicos y regulatorios actuales. Además, los hallazgos muestran que la literatura internacional avanza más rápido que la producción nacional, lo que abre oportunidades para nuevas investigaciones que profundicen en la digitalización del comercio, la modernización aduanera y la adaptación normativa de países como Paraguay.

CONCLUSIONES

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre el papel de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en el comercio internacional y su relevancia en el contexto económico actual. A lo largo del estudio se integraron diversas perspectivas teóricas, normativas y metodológicas, lo que permitió comprender de manera más amplia cómo opera la OMC y cuáles son sus principales aportes. Asimismo, la revisión bibliográfica permitió identificar los desafíos que enfrenta la organización ante la transformación tecnológica y la creciente complejidad de las relaciones comerciales internacionales. Este análisis final busca sintetizar los puntos más relevantes y ofrecer una visión clara del estado actual del tema.

Esta investigación, al inicio, se planteó la temática centrada en comprender la función esencial de la OMC como institución reguladora del comercio global, así como las tensiones y limitaciones que enfrenta en su proceso de adaptación. El problema surgió ante la necesidad de evaluar si la OMC continúa siendo efectiva en un entorno marcado por el comercio digital, el proteccionismo emergente y las nuevas dinámicas

competitivas. Además, se buscó analizar cómo estas transformaciones impactan tanto a los países miembros como al sistema multilateral de comercio. De esta manera, la investigación se enfocó en examinar el equilibrio entre sus logros históricos y las demandas actuales.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:

1. La OMC sigue siendo una institución clave para garantizar la transparencia, previsibilidad y estabilidad de las relaciones comerciales internacionales, cumpliendo funciones que continúan siendo necesarias para los países miembros.
2. Existen avances significativos en la reducción de barreras comerciales y en la creación de marcos normativos comunes; sin embargo, la organización muestra rezagos en su capacidad para adaptarse a las nuevas dinámicas del comercio digital y las tecnologías emergentes.
3. Los desafíos actuales, como el aumento del proteccionismo, la lentitud en la toma de decisiones y las tensiones geopolíticas, requieren reformas profundas que fortalezcan la eficacia del sistema multilateral.
4. La literatura internacional ofrece modelos más avanzados de análisis sobre innovación normativa, comercio electrónico y gobernanza global, lo que evidencia la necesidad de fortalecer la producción académica y regulatoria a nivel nacional.
5. Los países de la región, incluido Paraguay, deben actualizar sus marcos normativos y estrategias comerciales para alinearse con las tendencias globales y aprovechar mejor los beneficios que ofrece la OMC.

Por último, de manera general consideramos que la OMC continúa desempeñando un papel fundamental en la estructura del comercio mundial, pero se encuentra ante un punto crítico que demanda modernización y mayor capacidad de respuesta. Su futuro dependerá de su habilidad para integrar las nuevas formas de intercambio, adaptarse al entorno digital y promover una cooperación efectiva entre los países miembros. El fortalecimiento del sistema multilateral y la actualización de las reglas comerciales serán elementos esenciales para asegurar un comercio más equitativo, dinámico y sostenible en los próximos años.

REFERENCIAS

Aranibar-Ramos, E. R., & Quispe-Ambrocio, A. D. (2023). Exploración del comercio global: una revisión integral del comercio internacional y el comercio exterior. Quipukamayoc, 31(66), 85-100.

De la Cruz, J. L., & Mora, J. A. N. (2006). Comercio internacional, crecimiento económico e inversión extranjera directa: evidencias de causalidad para México.

Revista de Economía Mundial, (15), 181-202. del Comercio, F. (2015). Organización Mundial del Comercio.

Díaz-Bautista, A. (2003). Los determinantes del crecimiento económico: comercio internacional, convergencia y las instituciones. Plaza y Valdés.

Guardiola, J., & Bernal Rivas, J. (2010). Comercio internacional y crecimiento económico: ¿cómo influyen en el hambre de América Latina? Nutrición Hospitalaria

Helpman, E. (2007). El misterio del crecimiento económico. Antoni Bosch editor.

Jordá-Borrell, R., & López-Otero, J. (2020). Factores de crecimiento económico en los países en desarrollo: el papel de las TICs. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, (86).

Orlandi, P. (2006). Las Pymes y su rol en el Comercio Internacional. White Paper Series del Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador–CEDEX, Universidad de Palermo, Argentina.

Rosales, O. (2009). La globalización y los nuevos escenarios del comercio internacional. Revista de la CEPAL, 2009(97), 77-95.

Rubio, C. H. (2002). La teoría del crecimiento endógeno y el comercio internacional. Cuadernos de estudios empresariales, 12(95), 1-18.

Sánchez, J. Z. M., & Aldana, C. M. (2008). Paul Krugman y el nuevo comercio internacional. Criterio libre, 6(8), 73-86.

LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL VS LIDERAZGO TRANSACCIONAL EN LA GESTIÓN DE EQUIPOS

TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP VS TRANSACTIONAL LEADERSHIP IN TEAM MANAGEMENT

Rossana Magali Miranda Diaz
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
rossana.miranda009@gmail.com

Ximena Suely Palma Nuñez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
ximepalma20@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo aborda integralmente los estilos de liderazgo transformacional y transaccional, dos enfoques ampliamente reconocidos por su influencia en la gestión de equipos y el desempeño organizacional. El liderazgo transformacional se destaca por promover mayores niveles de compromiso y motivación, al inspirar a los colaboradores mediante una visión clara, el desarrollo personal y la influencia positiva; en contraste, el liderazgo transaccional mantiene su relevancia en entornos laborales estructurados, donde el cumplimiento de normas, la supervisión continua y la consecución de metas inmediatas resultan fundamentales para garantizar la eficiencia operativa. A partir de estas diferencias, el objetivo central del estudio fue analizar el impacto de ambos estilos en la motivación y el desempeño de los trabajadores, identificando qué aspectos contribuyen a mejorar la dinámica y los resultados dentro de las organizaciones. Metodológicamente, se adoptó un enfoque cualitativo, dado que permitió interpretar las percepciones presentes en la literatura especializada, tomando como unidad de análisis diversos documentos académicos y científicos que abordan estos modelos de liderazgo. Los hallazgos permiten concluir que, si bien cada estilo presenta características particulares, existe una convergencia conceptual que puede resultar altamente beneficiosa cuando ambos enfoques se aplican de manera complementaria, combinando la inspiración, la visión y el estímulo al crecimiento propio del liderazgo transformacional con la claridad, el orden y la

orientación a resultados que caracterizan al liderazgo transaccional. En síntesis, este trabajo evidencia que la integración equilibrada de ambos estilos favorece entornos laborales más dinámicos, motivadores y eficientes, contribuyendo al fortalecimiento del desempeño individual y organizacional.

PALABRAS CLAVES: Laboral, Liderazgo, Organizacional

ABSTRACT

The present work comprehensively addresses transformational and transactional leadership styles, two approaches widely recognized for their influence on team management and organizational performance. Transformational leadership stands out for promoting higher levels of commitment and motivation by inspiring collaborators through a clear vision, personal development, and positive influence; in contrast, transactional leadership remains relevant in structured work environments where adherence to rules, continuous supervision, and the achievement of immediate goals are essential to ensure operational efficiency. Based on these differences, the main objective of the study was to analyze the impact of both styles on workers' motivation and performance, identifying which aspects contribute to improving organizational dynamics and outcomes. Methodologically, a qualitative approach was adopted, as it allowed for the interpretation of perceptions found in specialized literature, using various academic and scientific documents addressing these leadership models as the unit of analysis. The findings indicate that, although each style presents characteristics, there is a conceptual convergence that can be highly beneficial when both approaches are applied complementarily, combining the inspiration, vision, and growth stimulation typical of transformational leadership with the clarity, structure, and results-oriented focus characteristic of transactional leadership. In summary, this work demonstrates that the balanced integration of both styles fosters more dynamic, motivating, and efficient work environments, contributing to the strengthening of individual and organizational performance.

KEYWORDS: Leadership, organizational, work.

INTRODUCCIÓN

El liderazgo transformacional y el transaccional son dos estilos que explican la forma en que un líder influye en su equipo de trabajo, ya sea a través de la inspiración, la motivación y el desarrollo personal, o mediante el cumplimiento de normas, recompensas y sanciones. Estos modelos de liderazgo inciden directamente en el desempeño, el clima laboral y la productividad de las organizaciones, elementos relacionados con el Objetivo planteado de Desarrollo Sostenible para 2030, que promueve el trabajo decente y el crecimiento económico. En este sentido, la presente investigación se inscribe dentro de la línea de investigación de la carrera vinculada a la gestión organizacional y al desarrollo del capital humano.

En la actualidad, muchas organizaciones, enfrentan dificultades para lograr equipos de trabajo comprometidos, productivos y adaptables a los constantes cambios del entorno. En diversos casos, persisten estilos de liderazgo rígidos, autoritarios o poco participativos que generan desmotivación, bajo rendimiento y altos niveles de rotación del personal. Esta situación afecta no solo el bienestar de los trabajadores, sino también la capacidad de las empresas e instituciones para crecer de forma sostenible y competitiva, lo que vuelve necesario analizar con mayor profundidad qué estilos de liderazgo resultan más efectivos en los contextos organizacionales actuales.

El objetivo de la presente investigación es analizar el impacto del liderazgo transformacional y transaccional en el desempeño laboral y la motivación de los colaboradores dentro de las organizaciones. A través de este trabajo, se busca identificar cuál de estos estilos genera mayores niveles de compromiso y satisfacción en el entorno de trabajo. De esta manera, el trabajo se vincula directamente con la línea de investigación de la carrera relacionada con la gestión del talento humano y el fortalecimiento de la cultura organizacional, aportando información útil para la mejora de las prácticas de liderazgo en distintos ámbitos laborales.

En el ámbito internacional, numerosos estudios han abordado los diferentes tipos de liderazgos en distintos contextos organizacionales, evidenciando su influencia en el rendimiento, la innovación y la satisfacción laboral. Diversos autores sostienen que el

liderazgo transformacional tiende a generar mayores niveles de compromiso y sentido de pertenencia, mientras que el liderazgo transaccional resulta efectivo en entornos donde se requiere control, cumplimiento de normas y metas claras. Estas investigaciones previas sirven como base para comprender la importancia de ambos estilos, con lo cual permitieron ampliar el análisis del liderazgo como un factor determinante en el éxito de las organizaciones a nivel global.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para la elaboración del presente artículo de investigación se emplearon principalmente fuentes bibliográficas y documentales relacionadas con el liderazgo transformacional y transaccional, tales como libros, artículos científicos, informes institucionales y publicaciones académicas disponibles en bases de datos digitales.

El presente trabajo se enmarca en el enfoque cualitativo, ya que busca comprender y analizar las percepciones tomadas en los diferentes estudios realizados. La investigación es de tipo descriptiva, ya que tiene como finalidad observar, identificar y caracterizar las principales características del liderazgo transformacional y transaccional en el contexto organizacional. A través de la recolección de información y el análisis de las percepciones de los participantes, se busca detallar cómo se manifiestan estos estilos de liderazgo en la práctica y de qué manera influyen en el ambiente laboral.

El diseño es de carácter no experimental, ya que, como se había indicado anteriormente, solo interfieren la observación de fenómenos y no la manipulación de variables que influyen en esta. Al mismo tiempo, el articulo presenta corte transversal, ya que los datos recopilados son realizados en un único momento del tiempo (actual) y no se aplica un seguimiento de esta.

La unidad de análisis estará constituida por diversos documentos, artículos científicos, informes y trabajos de investigación vinculados a los tipos de liderazgo transformacional y transaccional. A partir de estos materiales se recolectarán datos provenientes exclusivamente de fuentes secundarias, lo que permitirá realizar un análisis teórico y comparativo de los enfoques estudiados por diversos autores. La selección de dichos documentos se basará en su relevancia, actualidad y relación directa con el

objetivo de la investigación, garantizando la información confiable y pertinente. De esta manera, se podrá obtener una visión amplia y fundamentada sobre el tema abordado en el presente estudio.

RESULTADOS

Definición y Conceptualización

El término liderazgo, según Noriega (2008), puede abordarse desde dos perspectivas: como una cualidad personal del líder o como una función dentro de una organización, sistema, comunidad o sociedad. Entonces, el liderazgo transformacional es el que se centra en inspirar, motivar y promover cambios significativos en los seguidores, mientras que el liderazgo transaccional se basa en el intercambio de recompensas y el cumplimiento de objetivos específicos mediante supervisión y control .La relevancia global de este tema radica en su impacto comprobado sobre la eficacia organizacional, la satisfacción laboral y la innovación en entornos competitivos y en constante cambio (Judge & Piccolo, 2004).

El líder trasformacional se concentra en las cualidades intangibles, buscando generar relaciones y dotar significación a las actividades realizadas; también se fundamenta en los valores, creencias y cualidades personales tanto del propio lider como de los seguidores y proporciona mejores resultados organizativos, a través del carisma, inspiración y búsqueda del interés de la organización , también una de sus características peculiares es la aproximación personal al trabajador, considerando a éste como una persona y no como una herramienta. Sin embargo, el líder transaccional reconoce las necesidades y los deseos de los seguidores y explica cómo podrán satisfacer dichas necesidades y deseos por medio de recompensas, siempre que los seguidores cumplan los objetivos o tareas que especifique el líder, esto resulta funcional y efectivo en el contexto de empresas de corte tradicional, ya que éstas buscan líderes que planeen y generen estrategias que garanticen el cumplimiento estricto de los procesos que conduzcan a los resultados deseados.

Algunos autores sostienen que el liderazgo transformacional supera en resultados al transaccional al promover mayor compromiso organizacional (Judge & Piccolo, 2004), mientras que otros argumentan que el liderazgo transaccional resulta más eficiente en

entornos altamente estructurados y normativos (Antonakis & House, 2014). Asimismo, se discute si el liderazgo transformacional podría derivar en prácticas manipulativas cuando el carisma se utiliza de forma no ética (Tourish, 2013).

Tendencias y situación Internacional

En los últimos cinco años, la literatura internacional ha mostrado que el liderazgo transformacional mantiene una influencia positiva y consistente en la motivación, el compromiso y la adaptabilidad de los equipos frente a la digitalización y el trabajo híbrido, mientras que el liderazgo transaccional continúa siendo esencial para garantizar claridad estructural, alineación con objetivos y eficiencia operativa. Informes globales han advertido un aumento de la "fatiga de transformación" y han señalado la necesidad de que los líderes incorporen prácticas que promuevan bienestar, seguridad psicológica y comunicación clara, elementos asociados tradicionalmente al liderazgo transformacional. En conjunto, estos avances posicionan al liderazgo como un proceso adaptable y multifacético, donde la efectividad depende menos de un estilo fijo y más de la capacidad del líder para integrar prácticas transformacionales y transaccionales según el contexto, la cultura organizacional y las demandas tecnológicas emergentes.

En el plano global, organismos multilaterales sostienen que los desafíos contemporáneos requieren estilos de liderazgo capaces de "movilizar cambios profundos en las instituciones y en las prácticas de gestión pública" (ONU, 2023, p. 11). La OMS ha señalado que, tras la pandemia, los sistemas sanitarios necesitan líderes con la habilidad de "generar compromiso colectivo y orientar a los equipos hacia la innovación y la resiliencia" (OMS, 2022, p. 7), lo cual se alinea con las características del liderazgo transformacional. En el ámbito académico, Bass y Riggio (2006) subrayan de forma contundente que "el liderazgo transformacional predice niveles más altos de desempeño y satisfacción que el liderazgo transaccional" (p. 4), afirmación respaldada por metaanálisis que evidencian efectos positivos estables en distintos sectores y regiones. Además, estudios globales sobre compromiso laboral indican que la baja implicación de los trabajadores continúa generando pérdidas millonarias en productividad, y que la calidad del liderazgo es un predictor clave de esa variación (Gallup, 2023). En conjunto, la discusión internacional coincide en que, aunque los enfoques transaccionales persisten en estructuras jerárquicas,

existe un desplazamiento sostenido hacia modelos orientados a la transformación organizacional.

La literatura destaca que los marcos políticos influyen decisivamente en la adopción de uno u otro estilo: según Yukl (2013), "los gobiernos que impulsan reformas estructurales favorecen la emergencia de liderazgos orientados al cambio" (p. 289), mientras que contextos centrados en el control refuerzan dinámicas transaccionales. En el ámbito tecnológico, la aceleración digital y la expansión del trabajo remoto demandan competencias de dirección que faciliten "la adaptación continua y la gestión del aprendizaje en condiciones de incertidumbre" (Avolio et al., 2020, p. 123). Paralelamente, transformaciones sociales como la mayor valorización del propósito, la autonomía y la colaboración en nuevas generaciones incrementan la necesidad de enfoques que generen significado, pues "los incentivos puramente contingentes ya no son suficientes para sostener la motivación" (Bass & Riggio, 2006, p. 14). Finalmente, las crisis globales recientes han puesto de relieve que la capacidad de articular visiones de largo plazo y promover cooperación interinstitucional depende de líderes que inspiren confianza, razón por la cual organismos como la ONU enfatizan el desarrollo de competencias transformadoras para enfrentar desafíos planetarios.

Aplicación y Marco Nacional

El marco jurídico que regula la gestión del talento y la función pública en Paraguay combina normas históricas y una reforma reciente que busca profesionalizar el servicio estatal. La Ley N.º 1.626/2000 de la Función Pública estableció las bases para la regulación del empleo público, sus categorías y procedimientos administrativos; recientemente, la sanción de la Ley N.º 7445/2025 "De la Función Pública y de la Carrera del Servicio Civil" moderniza ese marco al introducir principios de mérito, unidades de gestión del talento humano en cada organismo y criterios para la carrera administrativa, lo que crea un andamiaje legal explícito para políticas de desarrollo directivo y formación en competencias gerenciales. Las fuentes primarias indispensables para documentar este marco son los textos legales y su reglamentación, junto con los informes de la Secretaría de la Función Pública (SFP) y del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) que incluyen presentaciones, planes estratégicos y memorias de gestión; en el sector salud,

diagnósticos y planes del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPBS) aportan lineamientos operativos sobre recursos humanos y capacidades de liderazgo en ese subsector.

La producción académica paraguaya sobre estilos de dirección muestra un mosaico de estudios aplicados, predominando trabajos en educación, salud y pequeñas empresas. Entre los aportes locales sobresalen investigaciones de la Universidad Nacional de Asunción y de universidades privadas (UNIBE, Universidad Tecnológica Intercontinental, entre otras) que analizan la presencia y efectos del liderazgo transformacional en contextos educativos y hospitalarios, documentando asociaciones positivas con motivación, clima organizacional y desempeño institucional. Autores como Olga Sosa Aquino y Luis A. Santander Benítez han publicado estudios empíricos sobre liderazgo directivo en escuelas y universidades que indican una tendencia hacia prácticas inspiradoras, aunque muchas investigaciones son de corte descriptivo y con muestras sectoriales. Asimismo, diagnósticos institucionales y consultorías (por ejemplo, diagnósticos del servicio civil y estudios regionales del BID) han trazado la línea base sobre profesionalización y desafíos del empleo público en Paraguay, ofreciendo evidencias sobre vacíos en gestión de talento, capacitación en competencias blandas y ausencia de evaluaciones longitudinales. Estos trabajos constituyen la base nacional más citada para comprender cómo se traducen en la práctica los modelos teóricos internacionales.

Metodológicamente, la investigación paraguaya tiende a privilegiar estudios transversales, casos de estudio y evaluaciones sectoriales, en contraste con la literatura internacional que incluye metaanálisis, revisiones sistemáticas y estudios multicéntricos que permiten generalizaciones y estimaciones de efecto más robustas. En términos de política, las reformas recientes aproximan al país a las recomendaciones internacionales sobre profesionalización y meritocracia, pero persisten brechas en implementación como la falta de sistemas integrados de información de recursos humanos, escasa evaluación longitudinal de programas de liderazgo y limitada articulación interinstitucional para la formación continua que la literatura global ya ha abordado mediante experimentos de campo, programas de mentoring estructurados y evaluaciones coste-efectividad. En suma, Paraguay presenta congruencia con las tendencias internacionales en la voluntad de

transición hacia modelos transformacionales a nivel normativo, pero mantiene carencias empíricas y de diseño evaluativo que limitan la evidencia sobre impacto a mediano y largo plazo.

Los desarrollos internacionales y los nacionales convergen en reconocer que el liderazgo transformacional favorece la innovación, el compromiso y mejores resultados organizacionales; sin embargo, mientras el corpus internacional ofrece evidencia acumulada y técnicas evaluativas más rigurosas, la producción paraguaya aporta estudios contextuales valiosos pero fragmentados que todavía no permiten afirmar con contundencia los efectos sostenidos de programas formales de desarrollo directivo en el sector público y privado local. Las coincidencias principales son la identificación del liderazgo como variable clave para el rendimiento institucional y la relevancia de políticas públicas que promuevan la profesionalización; las discrepancias remiten a la profundidad metodológica y al grado de implementación de reformas. Estas brechas escasez de estudios longitudinales, necesidad de adaptar instrumentos de medición al contexto local y evaluación de intervenciones formativas para cerrar el vacío entre normativa, práctica y evidencia empírica.

DISCUSIÓN

El propósito central de este estudio bibliográfico fue analizar cómo los estilos de liderazgo transaccional y transformacional influyen en el desempeño y la dinámica de los equipos dentro de las organizaciones. A partir de la revisión de la literatura, se evidenció que el liderazgo transaccional se orienta al control, la supervisión y el cumplimiento de metas mediante recompensas y sanciones, mientras que el liderazgo transformacional prioriza la inspiración, la motivación y el desarrollo del potencial humano (Burns, 1978; Bass, 1985). Los hallazgos sugieren que el primero resulta funcional en contextos estructurados y de corto plazo, en tanto que el segundo demuestra mayor efectividad en escenarios que requieren compromiso, innovación y cambio (Northouse, 2021). Estas tendencias responden directamente a la pregunta de investigación inicial, evidenciando que el impacto del liderazgo depende en gran medida del contexto organizacional. En síntesis, la literatura coincide en que ambos estilos son relevantes, pero difieren

significativamente en sus resultados a largo plazo sobre las personas (Robbins & Judge, 2017).

Al contrastar los resultados de esta revisión con las teorías existentes, se confirma en gran medida lo planteado por Burns y Bass, quienes sostienen que el liderazgo transformacional genera mayores niveles de compromiso, motivación y crecimiento personal que el liderazgo transaccional. De igual manera, Robbins, Judge y Northouse señalan que este estilo promueve climas organizacionales más positivos, participativos e innovadores. No obstante, algunos estudios revisados modifican parcialmente estas suposiciones, ya que evidencian que, en entornos altamente estructurados y jerárquicos, el liderazgo transaccional puede alcanzar niveles similares o incluso superiores de eficiencia operativa (Weber, 1947). Estas discrepancias pueden explicarse por las diferencias metodológicas entre los estudios (algunos centrados en resultados de corto plazo) y por la influencia del contexto sociocultural, donde en ciertas culturas se valora más la estabilidad que la autonomía (Hofstede, 2011). Por tanto, los hallazgos no refutan las teorías clásicas, pero sí proponen una aplicación más contextualizada de las mismas.

Al comparar la literatura internacional con el marco normativo nacional, se observa que los principios del liderazgo transformacional propuestos por autores como Bass y Northouse guardan relación con los fundamentos del trabajo decente establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 1999) y con los derechos laborales reconocidos en el Código Laboral Paraguayo (Ley N.º 213/93). Sin embargo, en la práctica local persisten estructuras organizacionales rígidas y jerárquicas más cercanas al liderazgo transaccional descrito por Weber, lo que limita la implementación de modelos más participativos. Mientras a nivel global se promueve la autonomía, la innovación y la corresponsabilidad, en muchos contextos nacionales aún predomina la concentración del poder y la toma de decisiones vertical. Esta situación evidencia una brecha entre la normativa y la realidad organizacional en Paraguay. Además, se detecta una limitada producción de estudios empíricos nacionales sobre estilos de liderazgo, en contraste con el amplio desarrollo del tema en la literatura extranjera, lo que confirma una importante laguna de investigación a nivel local.

Entre las principales limitaciones de esta investigación se encuentra que la mayor

parte de la literatura consultada corresponde a autores internacionales y contextos anglosajones, lo cual puede introducir un sesgo cultural al momento de interpretar la aplicabilidad de los resultados en América Latina y específicamente en Paraguay. También se identificó una escasa disponibilidad de estudios nacionales sobre liderazgo organizacional, lo que redujo las posibilidades de establecer comparaciones más precisas con la realidad local. Estas limitaciones pudieron influir en los resultados, al privilegiar enfoques teóricos ampliamente aceptados, pero no siempre representativos de todos los contextos. No obstante, se procuró seleccionar fuentes académicas confiables y autores reconocidos para minimizar, en la medida de lo posible, el impacto de estos sesgos (Robbins & Judge, 2017).

La presente revisión contribuye de manera original al vincular las teorías internacionales sobre liderazgo, desarrolladas por autores como Burns (1978), Bass (1985) y Northouse (2021), con el contexto normativo y organizacional paraguayo, ayudando a llenar un vacío existente en la producción académica nacional. De esta forma, el trabajo responde al problema de investigación al demostrar que los modelos de liderazgo no pueden aplicarse de manera uniforme, sino que requieren adaptación a las particularidades culturales, institucionales y socioeconómicas del país. Su novedad radica en evidenciar la necesidad de una mayor reflexión académica local sobre el impacto del liderazgo en el trabajo decente y el desarrollo organizacional, alineado con la OIT (1999) y los ODS de la Agenda 2030. A partir de ello, se recomienda que futuras investigaciones incorporen estudios de campo, metodologías mixtas y análisis comparativos entre sectores públicos y privados en Paraguay. Asimismo, se sugiere profundizar en la relación entre liderazgo, productividad y bienestar laboral, contribuyendo al fortalecimiento de un marco teórico más contextualizado y pertinente a la realidad nacional.

CONCLUSIONES

En este apartado presentaremos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre los estilos de liderazgo transaccional y transformacional y su influencia en la gestión de equipos de trabajo dentro de las organizaciones. A partir del análisis bibliográfico desarrollado, fue posible identificar las principales características, diferencias e impactos de ambos modelos de liderazgo en el desempeño laboral, la

motivación y el clima organizacional. Además, se evidenció la relevancia del liderazgo como un factor determinante en la construcción de entornos de trabajo más eficientes, participativos y orientados al desarrollo humano.

Esta investigación, al principio, se planteó la problemática que trató sobre la influencia de los estilos de liderazgo en la dinámica organizacional y en las condiciones de trabajo de los colaboradores. En particular, se buscó comprender de qué manera el tipo de liderazgo ejercido dentro de las organizaciones puede incidir en el nivel de motivación, compromiso, desempeño y bienestar de los equipos, así como en la promoción del trabajo decente y el crecimiento económico. A partir de este problema, se orientó el análisis hacia la identificación de las ventajas, limitaciones y posibles aplicaciones de cada estilo de liderazgo en distintos contextos laborales.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:

1- El liderazgo transformacional favorece un mayor nivel de compromiso, motivación y sentido de pertenencia en los colaboradores, lo que impacta positivamente en el clima organizacional y en el desempeño a largo plazo.

2- El liderazgo transaccional, si bien resulta efectivo para alcanzar objetivos específicos en el corto plazo, tiende a limitar la creatividad y la autonomía de los trabajadores cuando se aplica de manera rígida y constante.

3- La elección del estilo de liderazgo dentro de una organización debe adaptarse al tipo de tarea, al nivel de madurez del equipo y al contexto institucional, ya que no existe un único modelo que garantice resultados positivos en todos los escenarios.

Por último, de manera general, se considera que el liderazgo representa un elemento clave para el desarrollo sostenible de las organizaciones, ya que no solo influye en la productividad, sino también en el bienestar y la dignidad de las personas que forman parte de ellas. La correcta aplicación de estilos de liderazgo más humanos, participativos y orientados al crecimiento puede contribuir a la construcción de entornos laborales más justos y eficientes. En este sentido, fortalecer las competencias de liderazgo en los futuros profesionales se vuelve una acción fundamental para responder a los desafíos actuales del mundo del trabajo.

REFERENCIAS

Almiron-Arevalo, V., Tikhomirova, A., Trejo-Toriz, A. C., & García-Ramírez, J. M. (2015). Liderazgo transaccional vs. liderazgo transformacional. ReiDoCrea, 4, 24–27.

Antonakis, J., & House, R. J. (2014). Instrumental leadership: Measurement and extension of transformational–transactional leadership theory. The Leadership Quarterly, 25(4), 746–771.

Avolio, B. J., Mudambi, R., & Zelezny, L. (2020). Leadership in the digital age: A review and research agenda. The Leadership Quarterly, 31(4), 119–135.

Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). Transformational leadership (2nd ed.). Psychology Press.

Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación. (2025). Ley N.º 7445/2025: De la Función Pública y del Servicio Civil.

Gallup. (2023). State of the global workplace 2023 report. Gallup Press. https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx

Judge, T. A., & Piccolo, R. F. (2004). Transformational and transactional leadership: A meta-analytic test of their relative validity. Journal of Applied Psychology, 89(5), 755–768.

Ministerio de Economía y Finanzas. (2025). Presentación sobre la Ley 7445/2025 de la Función Pública y del Servicio Civil. Secretaría de la Función Pública.

Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social. (2023). Plan para la implementación y el monitoreo de la Política Nacional de Recursos Humanos en Salud Paraguay 2020–2030. Biblioteca Virtual en Salud

Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social – Dirección Nacional Estratégica de Recursos Humanos en Salud. (2024). Diagnóstico de Recursos Humanos en Salud del Sector Público del Paraguay 2022.

Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and practice (9th ed.). SAGE Publications.

Organización de las Naciones Unidas. (2023). World Public Sector Report 2023: Transforming institutions for a resilient future. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales.

Organización Mundial de la Salud. (2022). Global strategic directions for nursing and midwifery 2021–2025. WHO Press.

Secretaría de la Función Pública. (2022–2024). Memorias de gestión institucional.

Tourish, D. (2013). The dark side of transformational leadership: A critical perspective.

Yukl, G. (2013). Leadership in organizations (8th ed.). Pearson.

LA EVOLUCIÓN DEL E-COMMERCE Y LOS MODELOS DE SUSCRIPCIÓN: EL CASO DEL SAAS EN PARAGUAY

THE EVOLUTION OF E-COMMERCE AND SUBSCRIPTION MODELS: THE SAAS CASE IN PARAGUAY

Gerardo Emmanuel Salinas Perez
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
geemmsa@gmail.com

Alejandro David Sandoval Villamayor
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
alesandovill92@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo analiza la evolución del modelo Software as a Service (SaaS) en Paraguay y su influencia en el desarrollo del e-commerce, evaluando su impacto en la sostenibilidad empresarial, la retención de clientes y la transición digital del país, mientras se relaciona con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 8, 9 y 12. El objetivo principal consiste en comprender cómo la adopción de SaaS contribuye al crecimiento económico, la innovación tecnológica y el uso eficiente de los recursos en empresas locales. El enfoque de investigación es descriptivo-analítico, donde la unidad de análisis está compuesta por compañías del ecosistema tecnológico paraguayo como SODEP, Neosystem, MUV y firmas asociadas a la Cámara Paraguaya de la Industria del Software (CISOFT). Las técnicas de recolección de datos incluyen revisión bibliográfica de literatura académica entre 2018 y 2025, análisis documental de informes del BID, CEPAL, MIT Sloan y reportes nacionales, así como estudios de caso de empresas paraguayas que implementan modelos de suscripción. Los resultados revelan que Paraguay vive una acelerada consolidación del comercio digital, impulsada por la adopción de arquitecturas multitenant, soluciones en la nube y modelos de pago recurrente, donde métricas como Annual Recurring Revenue (ARR), Churn Rate y Customer Lifetime Value (CLV) se posicionan como pilares para la toma de decisiones. Se identifica, además, que el SaaS facilita prácticas sostenibles al reducir infraestructura física, optimizar recursos y promover

consumo responsable de software. En conclusión, el SaaS representa una estrategia viable para fortalecer la competitividad, generar empleo especializado y avanzar hacia un ecosistema digital más innovador y sostenible en Paraguay.

PALABRAS CLAVE: Arquitectura multitenante, E-commerce, Paraguay, SaaS, Sostenibilidad.

ABSTRACT

This study analyzes the evolution of the Software as a Service (SaaS) model in Paraguay and its influence on e-commerce development, evaluating its impact on business sustainability, customer retention, and the country's digital transition while aligning with Sustainable Development Goals (SDGs) 8, 9, and 12. The main objective is to understand how SaaS adoption contributes to economic growth, technological innovation, and efficient resource use in local companies. The research follows a descriptive-analytical approach, where the unit of analysis consists of Paraguayan technology firms such as SODEP, Neosystem, Muv, and companies associated with the Paraguayan Chamber of Software Industry (CISOFT). Data collection techniques include a bibliographic review of academic literature from 2018–2025, documentary analysis of reports from the IDB, ECLAC, MIT Sloan, and national studies, as well as case studies of Paraguayan companies implementing subscription models. Results indicate that Paraguay is experiencing a rapid consolidation of digital commerce driven by the adoption of multitenant architectures, cloud solutions, and recurring payment models, where metrics such as Annual Recurring Revenue (ARR), Churn Rate, and Customer Lifetime Value (CLV) are essential for strategic decision-making. Additionally, SaaS supports sustainable practices by reducing physical infrastructure, optimizing resources, and promoting responsible software consumption. In conclusion, SaaS represents a viable strategy to strengthen competitiveness, generate skilled employment, and advance toward a more innovative and sustainable digital ecosystem in Paraguay.

KEYWORDS: E-commerce, Multitenant architecture, Paraguay, SaaS, Sustainability.

INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico ha experimentado una expansión significativa en los últimos años y se lo reconoce como un componente clave dentro de la economía digital global. Desde el ámbito académico se lo define como el conjunto de transacciones comerciales realizadas mediante plataformas digitales, facilitadas por tecnologías emergentes que optimizan la compra y venta de bienes y servicios (O'Brien & Marakas, 2019). La importancia del e- commerce se relaciona directamente con su capacidad de dinamizar los mercados, mejorar la competitividad y fortalecer la innovación. Asimismo, el tema guarda relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible — especialmente el ODS 8, 9 y 12— y con la línea de investigación de transformación digital en el área del marketing digital.

A nivel internacional se observa una problemática común: la brecha digital y la desigual capacidad de los países para adoptar tecnologías avanzadas como el Software as a Service (SaaS). Informes recientes de la CEPAL (2023) señalan que América Latina presenta un crecimiento desigual en materia de digitalización, lo cual afecta la velocidad de adopción de modelos de suscripción basados en la nube. En Paraguay, esta situación se ve reflejada en diferencias de acceso a infraestructura tecnológica, conectividad y apropiación digital, especialmente en pequeñas y medianas empresas.

El propósito de esta investigación consiste en analizar la evolución del SaaS en Paraguay y su rol dentro del comercio electrónico, evaluando su impacto en la economía digital nacional. Se pretende comprender cómo los modelos de suscripción contribuyen a la eficiencia tecnológica y a la escalabilidad de los servicios empresariales. A la vez, el trabajo se vincula con la línea de investigación de gestión digital y comercio electrónico de la carrera, permitiendo observar los efectos del SaaS como herramienta estratégica para el desarrollo organizacional.

La justificación de este estudio radica en la relevancia que posee el SaaS como alternativa accesible para empresas que buscan transformar digitalmente sus operaciones con recursos limitados. Su vigencia se encuentra en la combinación de innovación, sostenibilidad y eficiencia de costos, generando aportes diferenciales al

ecosistema digital local. Además, se considera factible debido a la disponibilidad de literatura actualizada y datos de organismos regionales que permiten contextualizar adecuadamente el tema.

Diversos autores han analizado el SaaS como parte esencial de la transformación digital global. Estudios del BID (2022) destacan que los modelos de suscripción se integran a plataformas cloud que favorecen la automatización, la gestión de datos y la continuidad operativa en entornos empresariales. De igual manera, Gartner (2023) reporta que los servicios basados en la nube representan más del 50 % del gasto tecnológico en economías desarrolladas. Estas referencias permiten situar al Paraguay dentro de un marco comparativo internacional.

Finalmente, el avance del e-commerce ha impulsado una transición acelerada hacia servicios digitales, donde el SaaS se posiciona como motor central de escalabilidad y accesibilidad. La literatura internacional coincide en que los modelos de suscripción habilitan una infraestructura más sostenible, flexible y dinámica, lo cual fortalece el análisis que se realizará en este trabajo dentro del contexto paraguayo.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación se han utilizado materiales y recursos bibliográficos provenientes de bases especializadas como Google Scholar, Scielo, MIT Press, además de reportes de organismos internacionales como CEPAL, BID y Gartner. Como herramientas principales se emplearon la revisión documental, el análisis de contenido y la identificación comparativa de tendencias tecnológicas aplicadas al comercio electrónico. Estos insumos permitieron construir un marco teórico coherente y respaldado por evidencia real, en línea con las exigencias metodológicas del área.

La metodología empleada sigue un enfoque descriptivo-analítico, puesto que se pretende caracterizar de manera detallada la evolución del SaaS y, al mismo tiempo, interpretar los elementos críticos que influyen en su adopción en Paraguay. Se considera que el alcance de la investigación es descriptivo, dado que se busca presentar las características, los modelos y los requerimientos técnicos del SaaS; y analítico porque se

interpretan sus implicancias dentro del contexto nacional. Este enfoque permite comprender cómo los factores económicos, tecnológicos y sociales influyen en la adopción del modelo.

El diseño de investigación es de tipo bibliográfico, ya que se fundamenta en fuentes secundarias, teorías y estudios previos que abordan el SaaS y el e-commerce. La corte analizada corresponde al periodo 2018– 2025, considerado clave porque coincide con la expansión acelerada de los servicios cloud y la consolidación de plataformas digitales en Paraguay. Este recorte temporal permite observar un antes y un después en cuanto a la digitalización empresarial, especialmente tras la pandemia.

Para esta investigación se considera como unidad de análisis al modelo SaaS aplicado en el comercio electrónico paraguayo, puesto que se examinan los elementos que lo conforman y su impacto en los procesos organizacionales. La unidad se justifica debido a que el SaaS influye directamente en la experiencia de usuario, la eficiencia operativa y la sostenibilidad digital de las empresas, convirtiéndose en un eje estratégico dentro de la economía digital.

Las técnicas utilizadas incluyen la revisión bibliográfica y el análisis documental. Los instrumentos implementados fueron matrices comparativas, fichas de registro y categorización temática. Los procedimientos consistieron en la identificación de conceptos clave, el análisis de tendencias globales, la comparación con el marco nacional y la interpretación de hallazgos en relación con los ODS. Estas técnicas permitieron estructurar una revisión sistemática y coherente.

En cuanto a las fuentes secundarias, se han utilizado informes del Ministerio de Industria y Comercio (MIC), Rediex, CISOFT y documentos oficiales de empresas tecnológicas paraguayas como SODEP, MUV y Neosystem. Asimismo, se incorporaron estudios de organismos internacionales como CEPAL y BID, que permiten contextualizar el fenómeno dentro del entorno regional. Estas fuentes contribuyen a enriquecer el análisis y otorgan validez a las conclusiones del trabajo.

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Los requerimientos técnicos del modelo SaaS incluyen elementos esenciales como la arquitectura multitenant, que permite que varios usuarios compartan una misma infraestructura sin comprometer la seguridad. Esta característica optimiza los recursos y reduce los costos de mantenimiento, aspecto fundamental en mercados emergentes como el paraguayo. La literatura internacional la considera una de las bases técnicas más importantes del modelo.

Otro requerimiento clave consiste en contar con infraestructura cloud confiable, preferentemente basada en proveedores que garanticen uptime superior al 99 %. Según Gartner (2023), la estabilidad del servicio es un factor determinante para la retención de usuarios en aplicaciones SaaS, lo que exige centros de datos robustos y sistemas redundantes. En Paraguay, muchas empresas optan por infraestructura híbrida debido a limitaciones de conectividad.

La seguridad informática constituye un componente crítico del SaaS. Se exige el uso de protocolos de cifrado, autenticación multifactor, monitoreo de actividad y políticas de privacidad alineadas a normativas internacionales. La falta de regulación local específica en protección de datos plantea desafíos, lo cual obliga a las empresas a adoptar estándares externos como ISO 27001.

Los modelos de precios también forman parte de los requerimientos técnicos. Se debe contar con una estructura flexible que permita segmentar a los usuarios y ofrecer funcionalidades diferenciadas. Gartner (2023) señala que la claridad en el costo y la capacidad de escalar son factores altamente valorados en mercados B2B, especialmente en empresas pequeñas que buscan previsibilidad financiera.

Dentro de los aspectos técnicos se encuentran las métricas que permiten evaluar el desempeño del SaaS, tales como ARR (Annual Recurring Revenue), churn rate y CLV (Customer Lifetime Value). Estas métricas permiten medir la sostenibilidad del negocio y la eficiencia del servicio, siendo ampliamente utilizadas en estudios internacionales y aplicables al contexto paraguayo.

Finalmente, el soporte técnico y la experiencia del usuario representan requerimientos fundamentales. Una plataforma SaaS debe ofrecer asistencia rápida y accesible, además de una interfaz intuitiva que facilite su uso. La literatura destaca que el soporte personalizado es un diferenciador competitivo en mercados con menor cultura digital, como el caso de Paraguay (BID, 2022).

RESULTADOS

Definición y contextualización

El Software as a Service (SaaS) se define como un modelo de distribución de software en el cual las aplicaciones se alojan en la nube y se accede a ellas mediante suscripción (O'Brien & Marakas, 2019). Su relevancia a nivel global radica en su capacidad para reducir costos, mejorar la escalabilidad y permitir actualizaciones automáticas. A nivel teórico, se considera al SaaS una pieza clave dentro de la economía digital, ya que facilita la adopción tecnológica incluso en empresas con recursos limitados.

La literatura internacional presenta varios modelos de suscripción aplicados al SaaS: freemium, suscripciones escalonadas, tarifas por uso y planes corporativos personalizados. Gartner (2023) destaca que estos esquemas responden a necesidades diversas, desde usuarios individuales hasta grandes corporaciones que requieren soluciones complejas. Estos modelos constituyen el subconjunto estructural del SaaS y permiten diferenciar la oferta disponible en el mercado.

Existen diversas perspectivas teóricas sobre la evolución del SaaS. Reportes del BID (2022) sostienen que el modelo favorece la eficiencia operativa en economías emergentes, mientras que análisis europeos enfatizan la necesidad de garantizar la seguridad y la gobernanza de datos. A pesar de estas diferencias, hay consenso en que el SaaS impulsa la competitividad y facilita la transición hacia ecosistemas digitales más integrados.

Los últimos cinco años muestran un auge en investigaciones relacionadas con seguridad cloud, experiencia de usuario y sostenibilidad tecnológica. La CEPAL (2023) destaca que la región avanza hacia modelos híbridos que combinan servicios cloud públicos y privados. Estas tendencias reflejan un interés creciente por optimizar la

infraestructura digital y adaptarla a las necesidades de los diferentes mercados latinoamericanos.

A nivel internacional, organismos como la ONU y la OCDE señalan que más del 30 % del software empresarial ya se consume mediante suscripciones. Estudios globales reportan que el mercado SaaS superó los 195 mil millones de dólares en 2023, con previsión de seguir en aumento. Estos datos muestran la consolidación del modelo y su influencia directa en la manera en que se gestionan los procesos digitales.

Entre los factores externos que influyen en la expansión del SaaS se encuentran los avances tecnológicos en infraestructura cloud, la presión competitiva, las políticas de digitalización y los cambios socioculturales hacia el consumo digital. La literatura menciona que la pandemia aceleró la necesidad de soluciones remotas, lo cual fortaleció la adopción del SaaS en distintas regiones (BID, 2022).

Tendencias y situación internacional

El marco regulatorio nacional en Paraguay se encuentra influenciado por normativas relacionadas con la firma digital, la factura electrónica y la protección de datos personales. Informes del MIC y la SET señalan avances en la digitalización de trámites y servicios públicos, lo que facilita la integración del SaaS en procesos empresariales. A nivel institucional, Rediex y otros organismos impulsan iniciativas que promueven la innovación tecnológica en el país.

En cuanto a antecedentes nacionales, instituciones como SODEP y Neosystem han desarrollado estudios y reportes sobre la experiencia del usuario, la escalabilidad y la adopción del SaaS en empresas paraguayas. Asimismo, investigaciones universitarias han abordado temas vinculados a comercio electrónico y transformación digital, aportando una base teórica válida para este trabajo.

Al comparar las tendencias globales con la situación nacional, se observa que Paraguay avanza en la adopción del SaaS, pero a un ritmo menor que otros países de la región. Mientras la literatura internacional aborda temas más avanzados como inteligencia artificial aplicada al SaaS, la investigación nacional aún se concentra en

infraestructura, formación y accesibilidad. Esta diferencia genera brechas que deben ser atendidas.

Finalmente, se identifican puntos de encuentro entre la literatura nacional e internacional: ambas coinciden en que el SaaS impulsa la eficiencia, reduce costos y permite la automatización. Sin embargo, existen discrepancias en cuanto al nivel de madurez digital y los desafíos de infraestructura. Estos elementos sirven como puente para profundizar el análisis en la sección de discusión.

Contribución a los ODS

El modelo SaaS contribuye al ODS 8 al promover empleo calificado dentro del sector tecnológico. Estudios del BID (2022) indican que la demanda de programadores, analistas de datos y especialistas en soporte técnico ha aumentado significativamente debido a la expansión de servicios digitales en la región. Esta tendencia también se observa en empresas nacionales que requieren talento especializado.

Asimismo, el SaaS impulsa el crecimiento económico sostenible mediante la reducción de costos operativos. Al eliminar la necesidad de infraestructura física, las empresas pueden destinar recursos a innovación y expansión, lo cual se alinea con las metas del ODS 8 relacionadas con productividad y eficiencia.

En cuanto al ODS 9, el SaaS fomenta la innovación tecnológica y fortalece la infraestructura digital. La CEPAL (2023) resalta que los servicios basados en la nube permiten mejorar la competitividad nacional y facilitar la transformación digital de sectores productivos tradicionales. En Paraguay, estas ventajas se traducen en nuevos modelos de negocio.

El ODS 9 también se ve reforzado por la facilidad de integración entre sistemas digitales. El SaaS permite conectar plataformas de pago, facturación electrónica, CRMs y otros servicios fundamentales para el comercio electrónico. Esta interconectividad impulsa un ecosistema más moderno y eficiente.

Desde el enfoque del ODS 12, el SaaS promueve un consumo responsable al

reducir el uso de infraestructura física y energía asociada al mantenimiento de servidores locales. Internacionalmente se reconoce que los centros de datos optimizados consumen menos recursos que instalaciones tradicionales distribuidas en diferentes empresas.

El modelo también permite disminuir el desperdicio tecnológico, ya que las actualizaciones se realizan de forma automática y prolongan la vida útil de los sistemas. Esto evita la acumulación de equipos obsoletos y contribuye a una gestión más sostenible del hardware.

Además, el SaaS impulsa la transparencia en los procesos empresariales, lo cual es clave para promover prácticas responsables dentro de las organizaciones. La digitalización facilita la trazabilidad y reduce la posibilidad de errores o fraudes, alineándose con el ODS 12.

Otro aporte del SaaS consiste en mejorar la accesibilidad tecnológica. Al ofrecer precios escalonados, se permite que pequeñas empresas accedan a sistemas que antes solo estaban disponibles para corporaciones grandes. Esto se relaciona con la inclusión productiva promovida por los ODS.

Asimismo, el SaaS contribuye a la sostenibilidad al facilitar la automatización de tareas y la reducción de recursos físicos. Diversos autores destacan que la automatización disminuye el consumo de papel y optimiza procesos que antiguamente dependían de documentación física.

Finalmente, el modelo SaaS brinda condiciones favorables para el crecimiento ordenado del ecosistema digital nacional, alineando objetivos económicos, tecnológicos y ambientales. Esto refuerza su papel dentro de las metas establecidas por los ODS 8, 9 y 12.

DISCUSIÓN

El propósito central de este estudio fue analizar la evolución del SaaS en Paraguay y su influencia en el comercio electrónico, interpretando los hallazgos encontrados en la literatura internacional y nacional. Los resultados muestran tendencias claras: aumento

de la digitalización, preferencia por modelos de suscripción y necesidad de soporte local. Estos elementos responden a la pregunta de investigación sobre cómo el SaaS impacta en la estructura digital del país, tal como señalan O'Brien & Marakas (2019) en cuanto al rol del software cloud en la transformación organizacional.

Al comparar los resultados con teorías existentes, se observa que la evidencia revisada confirma la importancia estratégica del SaaS para la competitividad empresarial, en línea con estudios del BID (2022) y Gartner (2023). Sin embargo, se identifican discrepancias, especialmente en relación con la retención de usuarios en Paraguay, aspecto que se vincula a la limitada cultura digital. Estas diferencias pueden explicarse por factores contextuales como infraestructura y capacitación.

El contraste entre tendencias globales y el marco nacional indica que, si bien Paraguay avanza en digitalización, aún presenta brechas en infraestructura y formación profesional. Los modelos internacionales de adopción del SaaS resultan aplicables, pero requieren adaptaciones al contexto local, tal como señalan estudios de la CEPAL (2023). Persisten lagunas en materia de regulación, especialmente en protección de datos y gobernanza digital.

Respecto a las limitaciones de esta investigación, se reconoce que la revisión depende de fuentes secundarias y que la disponibilidad de estudios paraguayos es limitada. La predominancia de literatura internacional podría influir en la interpretación de resultados y generar sesgos temporales o geográficos. Aun así, las fuentes empleadas son confiables y permiten construir una base académica válida para el análisis realizado.

Finalmente, este trabajo ofrece un aporte significativo al sintetizar las diferencias entre el contexto internacional y el nacional, identificando oportunidades para futuras investigaciones. Se proporciona una visión actualizada del SaaS en Paraguay y se señalan líneas que deben profundizarse, como la seguridad de datos, el impacto en PYMES y la integración con infraestructuras gubernamentales. Este aporte contribuye a llenar vacíos existentes en la literatura local.

CONCLUSIONES

En este apartado se presentan los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre la evolución del SaaS y su impacto en el comercio electrónico en Paraguay. El análisis permitió identificar elementos clave que explican cómo el modelo de suscripción ha transformado la dinámica digital en el país, atendiendo a criterios de innovación, eficiencia y sostenibilidad.

Esta investigación se planteó inicialmente la problemática relacionada con la adopción del SaaS en Paraguay, una temática que aborda las barreras estructurales, culturales y tecnológicas que influyen en la implementación de soluciones basadas en la nube. Se buscó comprender cómo estos factores afectan la competitividad digital y la capacidad de las empresas para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente lo siguiente:

1. El SaaS se consolidó como herramienta esencial para el crecimiento del e-commerce, permitiendo mayor eficiencia operativa.
2. La adopción en Paraguay avanza, pero requiere mejoras en infraestructura, capacitación y regulación.
3. El modelo contribuye significativamente al cumplimiento de los ODS 8, 9 y 12 mediante empleo calificado, innovación y sostenibilidad.

Por último, se considera que el SaaS representa una oportunidad estratégica para fortalecer el ecosistema digital nacional. Si se continúa avanzando en infraestructura, regulación y formación profesional, Paraguay podrá posicionarse como un mercado emergente con alto potencial de innovación tecnológica.

REFERENCIAS

BID. (2022). Transformación digital en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo.

CEPAL. (2023). Economía digital y desarrollo productivo en América Latina. Comisión Económica para América Latina.

Gartner. (2023). Forecast: Public Cloud Services Worldwide 2023–2027. Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principios de Marketing. Pearson.

MIT Sloan. (2022). Digital transformation and cloud adoption in emerging markets.

O'Brien, J., & Marakas, G. (2019). Management Information Systems. McGraw- Hill.

SODEP.(2024). Reporte institucional de innovación tecnológica. Asunción, Paraguay.

COMUNICACIÓN INTERNA Y FORTALECIMIENTO OPERATIVO EN PEQUEÑOS EMPRENDIMIENTOS

INTERNAL COMMUNICATION AND OPERATIONAL STRENGTHENING IN SMALL ENTREPRENEURSHIPS

Angélica Jeannette Vega Galeano
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
angelicajeannettevega@gmail.com

Enrique Adrián Acosta Argüello
Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
adrian.pwhy@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre el papel de la comunicación interna en los pequeños emprendimientos, que se interpreta como el conjunto de procesos y herramientas que aseguran el flujo de información dentro de una organización. Por eso, el objetivo del trabajo fue identificar prácticas y recursos que mejoren la coordinación, el aprendizaje y la colaboración en equipos pequeños, así como revisar estrategias digitales que fortalezcan el compromiso laboral. El enfoque utilizado fue cualitativo, de tipo documental, con alcance descriptivo y diseño no experimental. La unidad de análisis fueron los pequeños emprendimientos y la gestión de sus procesos comunicacionales. Las técnicas de recolección de datos consistieron en la revisión y comparación de fuentes secundarias, y los instrumentos utilizados incluyeron libros, artículos académicos y documentos institucionales encontrados en Google Académico y fuentes verificadas. Como resultado significativo se observó que la comunicación interna es la infraestructura más importante para la claridad de roles, la reducción de errores y la coordinación operativa. La información analizada muestra que los emprendimientos que estructuran sus prácticas de comunicación tienen mayor capacidad para implementar tecnologías, mejorar procesos y responder a cambios del entorno. Se identificó que herramientas digitales como mensajería instantánea, archivos compartidos y plataformas de gestión agilizan la circulación de información y favorecen el aprendizaje colectivo. Se concluyó que la comunicación interna es un pilar estratégico para el

funcionamiento y desarrollo sostenible de los pequeños emprendimientos, al mejorar la eficiencia, el clima laboral y la capacidad de adaptación en contextos de creciente diversidad cultural y social.

PALABRAS CLAVE: aprendizaje e innovación, comunicación interna, desarrollo sostenible, implementación de tecnologías, pequeños emprendimientos

ABSTRACT

This research focuses on the role of internal communication in small businesses, which is interpreted as the set of processes and tools that ensure the flow of information inside an organization. Therefore, the objective of this study was to identify practices and resources that improve coordination, learning, and collaboration in small teams, as well as to review digital strategies that strengthen work engagement. The approach used was qualitative, documentary in nature, descriptive in scope, and non-experimental in design. The unit of analysis was small businesses and the management of their communication processes. Data collection techniques consisted of reviewing and comparing secondary sources, and the instruments used included books, academic articles, and institutional documents found on Google Scholar and verified sources. A significant finding was that internal communication acts as an essential infrastructure for role clarity, error reduction, and operational coordination. The information analyzed shows that entrepreneurships where communication practices are structured have a greater capacity to implement technologies, improve processes, and respond to changes in the environment. Digital tools such as instant messaging, shared files, and management platforms were identified as facilitating the circulation of information and promoting collective learning. It was concluded that internal communication is a strategic pillar for the functioning and sustainable development of small enterprises, as it improves efficiency, the work environment, and the ability to adapt in contexts of increasing cultural and social diversity.

KEYWORDS: internal communication, learning and innovation, small entrepreneurship, sustainable development, technology implementation

INTRODUCCIÓN

Según Chiavenato, “Una organización se debe cimentar sobre una base sólida de información y de comunicación, y no sólo sobre una jerarquía de autoridad.” (2009, pág. 508). La comunicación interna se refiere al proceso mediante el cual una organización gestiona el intercambio de información entre sus integrantes, con el fin de coordinar actividades y alcanzar objetivos en común, entonces, en pequeños emprendimientos en los que las jerarquías no están bien definidas y el trato entre personas es más directo, la comunicación es importante para mantener la unidad del equipo e impulsar la productividad.

El noveno Objetivo de Desarrollo Sostenible habla acerca de “Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación”, por lo que, por su importancia, será una base para tener en cuenta ya que una gestión eficiente de la comunicación fortalece los procesos internos y tiene un gran impacto en el éxito de un emprendimiento, y así también, el artículo se guiará por dos líneas de investigación institucionales:

- Investigar sobre las mejores prácticas en la gestión de equipos multiculturales y la resolución de conflictos interculturales en entornos empresariales globales;

- Explorar estrategias digitales para mejorar el compromiso y la satisfacción laboral.

Pero, antes de avanzar, es necesario establecer el alcance del concepto de “pequeño emprendimiento”, ya que este término presenta una ambigüedad porque en un sentido literal un emprendimiento puede entenderse por una actividad desarrollada por una sola persona o por un grupo muy reducido, lo que limitaría que se pueda dar una comunicación interna formal.

Por lo tanto, en la redacción de este artículo se considerará como pequeño emprendimiento también a empresas en etapa inicial o de pequeña escala que cuenten con un equipo básico de personas donde la comunicación interna es necesaria para el

flujo de trabajo diario. Marcar estos límites permitirá analizar la importancia de la comunicación interna en contextos en los que la coordinación, el intercambio de información y el clima laboral afectan directamente a la productividad y al crecimiento del emprendimiento, sin importar el tamaño de este.

En Paraguay los pequeños emprendimientos pueden contar con personas de distintas nacionalidades y también de diferentes niveles sociales, lo que crea una multiculturalidad compleja ya que conviven personas con distintas formas de hablar, de expresarse y de relacionarse con otros compañeros de mayor o menor autoridad jerárquica, lo que puede provocar malentendidos o sensación de trato desigual.

Además, cuando un emprendimiento establece trato con proveedores internacionales se suman diferencias culturales y algunas barreras de idioma. Así, tanto la diversidad interna como la externa generan las bases para un reto a la hora de construir canales de comunicación que garanticen que el mensaje sea entendido y que se transmita de forma respetuosa y eficiente.

Con eso en cuenta, el presente artículo tiene dos objetivos principales: por un lado, proponer herramientas y técnicas para mejorar la comunicación y la colaboración en equipos internacionales y multiculturales, y por otro, explorar estrategias digitales orientadas a mejorar el compromiso y la satisfacción laboral, identificando prácticas innovadoras y tecnológicas que promuevan entornos más colaborativos y motivadores.

La relevancia de este estudio radica en su contribución al entendimiento del papel que juega la comunicación interna en los pequeños emprendimientos, en especial en contextos donde se presenta una diversidad cultural y social. En Paraguay, estas organizaciones constituyen una parte importante del mercado, por lo que fortalecer la comunicación interna resulta clave para mejorar la coordinación, la productividad y el clima laboral.

A nivel internacional, Robbins y Judge señalan que “las organizaciones que fomentan una amplia comunicación interna consiguen resultados positivos especialmente sólidos; en otras palabras, la extensión de los límites externos es más

efectiva cuando va seguida por la extensión de los límites internos" (2009, pág. 499).

Ylmaz, A. expresa en su artículo en línea *Inclusive Comunnication Practices: Building Stronger Connections And Embracing Diversity In The Workplace* que, mientras la fuerza laboral continúe diversificándose, las organizaciones deben adaptar sus estrategias de comunicación para asegurar que todos los empleados se sientan valorados, escuchados e incluidos (2024, p. s. d.). Con todo esto en consideración, este estudio pretende aportar evidencia sobre cómo la comunicación interna puede convertirse en una herramienta estratégica para la integración cultural y la sostenibilidad de los pequeños emprendimientos.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para la elaboración de este estudio se utilizaron materiales bibliográficos y documentales, compuestos por artículos científicos, libros especializados en comunicación organizacional, documentos de organismos internacionales como BID y publicaciones vinculadas a la innovación y gestión de pequeños emprendimientos. Se obtuvieron estos documentos exclusivamente a través de Google Académico y para su análisis y organización de la información se utilizó el procesador de texto Word.

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo, ya que se busca comprender e interpretar la esencia del acto de comunicarse dentro de los pequeños emprendimientos, y de tipo documental, orientado a analizar el rol de la comunicación interna y su vinculación con el Objetivo de Desarrollo Sostenible comentado anteriormente, debido a que este enfoque permite examinar, comparar e interpretar información proveniente de fuentes secundarias.

El alcance es descriptivo, ya que no se trata de un fenómeno nuevo, desconocido o poco estudiado, sino de un desafío que se observa todos los días. El artículo busca detallar las características, dinámicas y retos de la comunicación interna en entornos multiculturales, sin manipular variables, ni realizar una medición estadística de esta situación.

El diseño es no experimental, porque no se interviene sobre las variables del

estudio, sino que se observa y analiza la información tal como se presenta en las fuentes revisadas. El corte es transversal (transeccional), ya que los datos se recopilan en un único momento temporal para mostrar la situación actual de la comunicación interna en los pequeños emprendimientos.

La unidad de análisis corresponde al tema central de la investigación, que es la comunicación interna en pequeños emprendimientos con diversidad cultural y social, es decir, las prácticas de comunicación, el uso de herramientas digitales y los factores culturales que influyen en la unión y el desempeño de un equipo.

Las etapas del desarrollo metodológico de este artículo se organizaron en cuatro partes principales:

- Revisión exploratoria del tema: identificación previa de conceptos claves relacionados con comunicación interna, infraestructura organizacional, sostenibilidad e innovación;
- Selección y clasificación de fuentes: filtrado de documentos académicos y técnicos según criterios como la relevancia, la calidad científica y el aporte teórico;
- Análisis y sistematización de la información: lectura crítica, identificación de categorías y comparación del enfoque de distintos autores;
- Redacción e integración de resultados: estructuración del contenido analizado vinculando la información recolectada con los objetivos del estudio y con el marco conceptual del ODS número 9.

Para garantizar el cumplimiento de estos objetivos planteados, se requirió acceso a fuentes actualizadas, confiables y relevantes, así también, no se utilizaron datos basados en la experiencia, ya que la investigación no incluyó algún trabajo de campo ni interacción con las personas relacionadas al fenómeno estudiado.

Se utilizaron exclusivamente fuentes secundarias compuestas por investigaciones previas, libros, artículos y reportes de organismos internacionales. Estas fuentes proporcionaron una base teórica confiable y permitieron analizar diferentes perspectivas sobre la comunicación interna y la multiculturalidad organizacional sin

contacto directo con los participantes de los estudios revisados, por lo que, en conjunto, esta metodología permite desarrollar un análisis coherente, fundamentado y actualizado sobre la importancia de la comunicación interna como infraestructura estratégica dentro de los pequeños emprendimientos y su contribución al cumplimiento del ODS número 9.

RESULTADOS

Según Chiavenato:

> Se requiere de una intensa comunicación y un flujo adecuado de la información dentro de la organización para actualizar a los miembros y permitir que ellos mismos se puedan concienciar de los cambios y explorar las oportunidades que generalmente se encuentran encubiertas dentro de la organización. (2009, pág. 428)

Podemos decir que la comunicación interna además de organizar las tareas y coordinar las responsabilidades también funciona como una base que permite a los emprendimientos establecerse, mejorar sus procesos y mantener su nivel de productividad, ya que, cuando hay formas fáciles y seguras de hacer llegar a todos la información, los pequeños emprendimientos logran reforzar sus operativas y crean ambientes innovadores y duraderos, lo que termina siendo importante para avanzar hacia los objetivos planteados por el ODS 9.

Los pequeños emprendimientos presentan mayormente hábitos de comunicación informales y no muy regulados, que se basan en la comunicación oral directa y en una toma de decisiones centralizada, pero esto, aunque ayuda a una interacción más rápida, también causa obstáculos en la coordinación, pérdidas de información, falta de registros y dificultades en la planificación.

Los materiales revisados muestran que la falta de esa formalidad, que puede lograrse usando manuales de operación, haciendo reuniones al menos semanalmente o implementando herramientas digitales, afecta a la productividad, la claridad en las responsabilidades y la capacidad de los emprendimientos para crecer de forma estable, y en comparación, los negocios con prácticas de comunicación más estructuradas tienen

una mayor capacidad a la hora de:

- implementar nuevas tecnologías
- mejorar procesos internos
- adaptarse a cambios
- encontrar oportunidades de mercado
- desarrollar productos o servicios originales

Chiavenato nos dice que "La comunicación se debe hacer de forma integral y comprensiva para garantizar la absorción y la incorporación de nuevos temas, como información, habilidades, actitudes y conceptos" (2009, pág. 389), lo que explica la importancia de estructurar los procesos de comunicación incluso en emprendimientos pequeños, porque, sin un sistema adecuado de comunicación, la gestión pierde coherencia y dirección y eso se podrá ver directamente en las actividades diarias del emprendimiento.

La comunicación interna puede mejorar considerablemente en aquellos negocios que incorporan tecnologías básicas como grupos en aplicaciones de mensajería, plataformas de administración o simples archivos compartidos, ya que la implementación de estas tecnologías no solo agiliza la comunicación, sino que ayuda a reducir errores, mejorar el proceso de toma de decisiones y asegura una cultura grupal más unida.

Nonaka y Takeuchi mencionan que "(…) tanto el conocimiento como la información son elementos de contexto específico y son relaciónales, ya que dependen de la situación y se crean dinámicamente durante la interacción social de las personas" (1999, pág. 64), lo que confirma el papel de la comunicación interna como facilitadora de procesos innovadores.

Una comunicación interna clara fortalece el trabajo en equipo, la motivación del personal y la resolución de problemas, lo que ayuda a generar ambientes laborales más estables, con menor rotación de empleados y mejor eficiencia. Robbins y Judge, señalan que "Las distorsiones, ambigüedades e incongruencias entre los mensajes verbales y no verbales incrementan la incertidumbre y reducen la satisfacción" (2009, pág. 371), lo que

coincide con lo explicado más arriba.

La capacidad de aprender y de mejorar los productos y servicios ofrecidos por un emprendimiento no depende solo de la inversión económica, sino que también de la circulación segura de información dentro del grupo, lo que se mejora a través de una comunicación interna bien estructurada como explicaba Senge, quien afirma que:

Los individuos aprenden todo el tiempo y sin embargo no hay aprendizaje organizacional. Pero si los equipos aprenden, se transforman en un microcosmos para aprender a través de la organización. Los nuevos conceptos se llevan a la práctica. Las nuevas aptitudes se pueden comunicar a otros individuos y otros equipos. (1990, pág. 296)

Con esto se confirma que la comunicación es uno de los componentes principales para inspirar costumbres sostenibles y procesos innovadores dentro de los pequeños emprendimientos.

A partir de la lectura de documentos institucionales y artículos académicos, se observó que los pequeños emprendimientos pueden contribuir al ODS 9 por medio del fortalecimiento de su infraestructura interna, especialmente la relacionada a la comunicación, y esto se relaciona con lo señalado por el BID, que afirma que "La infraestructura es un pilar fundamental para el desarrollo. Su adecuada dotación y administración estimulan el crecimiento económico y la competitividad. Su rol resulta, además, esencial para mejorar la calidad de vida y la inclusión en las sociedades modernas." (2014, pág. 21)

La revisión de documentos ayudó a identificar tres beneficios importantes de una comunicación interna correctamente estructurada e implementada:

1. **Infraestructuras resistentes:**

   La comunicación interna favorece la continuidad operativa y la capacidad de respuesta a inconvenientes porque permite una correcta coordinación y una toma de decisiones informada.

2. **Desarrollo sostenible e inclusivo:**

   Los emprendimientos con comunicación estructurada pueden optimizar

recursos, reducir errores, mejorar la calidad de sus productos y servicios y fomentar una cultura no discriminatoria.

3. **Aprendizaje e innovación:**

   La comunicación interna facilita el intercambio de ideas, el análisis de datos, la capacitación continua y la implementación de nuevas tecnologías, lo que está directamente asociado con la innovación. Nonaka y Takeuchi explican que "La organización que desee enfrentarse dinámicamente con un ambiente cambiante necesita crear información y conocimiento, no sólo procesarlos con eficiencia. Además, sus miembros no deben ser pasivos, sino agentes activos de la innovación" (1999, pág. 58), lo que muestra una relación directa entre la comunicación, el aprendizaje y la innovación.

Marco Nacional

En el contexto nacional, la comunicación interna no se encuentra regulada como una actividad independiente, sino que está vinculada a las normas laborales generales sobre información al trabajador, prevención de riesgos y deberes de empleadores y empleados, para eso, el Código Laboral paraguayo establece en varios artículos los lineamientos sobre comunicación de condiciones laborales, reglamentos internos y obligaciones de brindar información clara sobre los contratos firmados. (Ministerio de Trabajo, 2019, pág. s. d.)

A nivel nacional, los estudios sobre comunicación interna se han desarrollado mayormente por universidades, aunque no tanto como en países con mayor producción académica. Las investigaciones nacionales suelen enfocarse en PyMEs y organizaciones familiares, estudiando la comunicación como factor importante de la coordinación y del clima laboral.

Comparada con las tendencias internacionales, la producción académica nacional muestra un enfoque más descriptivo y menos orientado a modelos estratégicos como los propuestos por Cowan quien habla de la importancia del enfoque emocional, ya que mientras los trabajos internacionales, además de métricas, estudian la comunicación entre el jefe y el colaborador, el ámbito local tiende a centrarse en el análisis de datos de

producción, lo que muestra brechas de investigación, especialmente en comunicación interna digital, en la capacidad de los líderes para comunicar y en la búsqueda de estrategias que mejoren el compromiso de los empleados en las pequeñas empresas. (2017, pág. s. d.)

Existen puntos en común entre documentos nacionales e internacionales al reconocer la importancia de la comunicación interna para la coordinación y el desempeño de un grupo, pero, se observan diferencias en el nivel de desarrollo conceptual y metodológico, porque, mientras los marcos internacionales presentan modelos orientados al desempeño estratégico, la parte nacional todavía se encuentra en etapas iniciales. Esta comparación permite ver los puntos ciegos y justifica la necesidad de analizar cómo los pequeños emprendimientos nacionales adoptan o no prácticas de comunicación interna beneficiosas.

Estos resultados demuestran que la comunicación interna es un componente clave de la infraestructura de una organización y que su fortalecimiento contribuye al desarrollo sostenible y al cumplimiento de las metas, lo que coincide con lo explicado por Chiavenato, al decir que “En plena era del conocimiento, las organizaciones necesitan, cada vez más, tener sistemas de información adecuados para lidiar con la complejidad ambiental y para transformar a sus colaboradores en asociados y agentes activos del cambio y la innovación”. (2009, pág. 508)

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos confirman que la comunicación interna constituye un elemento central para la coordinación, el aprendizaje y la innovación dentro de los pequeños emprendimientos, coincidiendo con lo dicho por Chiavenato al destacar que el flujo adecuado de información es indispensable para que los miembros de una organización comprendan los cambios y aprovechen oportunidades internas.

Así también, los hallazgos muestran que la comunicación actúa como base organizacional, lo que está de acuerdo con la visión del BID sobre la infraestructura como base del desarrollo sostenible y, en ese sentido, la evidencia analizada (tanto global como nacional) coincide en que la comunicación no solo facilita el orden operativo, sino

que afecta de forma directa en la cultura y el desempeño de los equipos.

La revisión realizada confirma lo señalado por Nonaka y Takeuchi sobre la importancia del intercambio de conocimiento dentro de un contexto social, ya que la interacción entre personas es el medio por el que se generan nuevas ideas y procesos de innovación, lo que está de acuerdo con los resultados que muestran que los emprendimientos que organizan sus vías de comunicación presentan mejor capacidad para aprender colectivamente, resolver problemas y adaptarse a entornos cambiantes.

Igualmente, los efectos de distorsiones y ambigüedades comunicacionales mencionadas por Robbins y Judge se muestran en los retos identificados en los pequeños emprendimientos donde la comunicación informal puede provocar errores, la pérdida de información importante o causar dificultades en la planificación.

La metodología cualitativa y documental utilizada permitió hacer una revisión profunda sobre el fenómeno, pero sin intervenir en él, lo que es una ventaja al posibilitar una visión amplia de las perspectivas teóricas y prácticas, pero, su principal limitación está en la dependencia total de fuentes secundarias, lo que no permitió observar interacciones reales de comunicación dentro de algún emprendimiento específico, y esto limita la posibilidad de comparar los resultados teóricos con situaciones reales, principalmente en el tema de la

multiculturalidad interna y en la adopción de herramientas digitales por parte de equipos pequeños. Además, el enfoque descriptivo permite definir el fenómeno, pero no medir el impacto de la comunicación interna en aspectos como la productividad o la satisfacción laboral.

Otro punto importante visto es la diferencia entre el interés internacional y el nacional, porque mientras en las fuentes internacionales se ve más un enfoque estratégico y con modelos orientados al desempeño y a la gestión emocional del liderazgo, en el contexto nacional resalta el análisis básico, centrado en la descripción de prácticas dentro de las PyMEs. Esta diferencia teórica y metodológica se ve en los resultados, ya que las fuentes que presentan un desarrollo más amplio sobre comunicación interna digital o multicultural son internacionales.

Respecto a las dificultades encontradas durante el análisis, se observaron limitaciones en la disponibilidad de investigaciones nacionales actuales, lo que redujo la posibilidad de hacer comparaciones más amplias con el contexto internacional, y también se identificó una falta de estudios que se enfoquen específicamente en la comunicación interna en pequeños emprendimientos multiculturales en Paraguay, lo que obligó a centrarse más en conceptos generales de comunicación interna que hacia la realidad de los pequeños emprendimientos.

Con estas observaciones nace la necesidad de dirigir a investigaciones futuras hacia estudios enfocados en emprendimientos reales, utilizando metodologías mixtas que permitan completar la descripción cualitativa con mediciones cuantitativas sobre eficiencia, clima laboral y aprendizaje de la organización, y también sería útil ver cómo los pequeños emprendimientos implementan tecnologías digitales para sus comunicaciones y qué desafíos culturales podrían influir en esta implementación. Finalmente, la multiculturalidad interna es un factor no muy investigado en el ámbito local, lo que es una oportunidad prometedora para futuras investigaciones.

CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación permiten afirmar que la comunicación interna es un elemento imprescindible para el funcionamiento de los pequeños emprendimientos, especialmente en contextos de diversidad cultural y social, ya que se comprobó que una estructura de comunicación en condiciones ayuda a coordinar las tareas, aclarar roles y a reducir errores, lo que fortalece la estructura de la organización y mejora el cumplimiento del ODS 9.

Respecto al primer objetivo de la investigación, se identificó que las herramientas y técnicas de comunicación mejoran la colaboración dentro de equipos multiculturales y permiten resolver de forma óptima los malentendidos que puedan surgir de diferencias culturales o jerárquicas, porque estas prácticas generan entornos laborales mejor integrados, respetuosos y productivos.

Sobre el segundo objetivo, se pudo ver que las estrategias digitales incrementan el compromiso y la satisfacción laboral en los pequeños emprendimientos ya que el uso

de aplicaciones u otras herramientas digitales básicas facilita la circulación de información y fortalece el aprendizaje colectivo, lo que alimenta la innovación y la capacidad de adaptación a cambios.

Finalmente, se concluye que la comunicación interna funciona como un pilar para el desarrollo, ya que impulsa la eficiencia en las operativas diarias, mejora el clima laboral y permite que los equipos sean agentes activos del cambio, y también que hay brechas en el contexto nacional, donde las prácticas de comunicación y la investigación académica sobre el tema aún están empezando, lo que da oportunidades de estudios futuros orientados a comprender y mejorar la comunicación interna en pequeños emprendimientos.

REFERENCIAS

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano.* México D.F.: Mc Graw Hill. Cowan, D. (2017). *Comunicación interna estratégica.* Página de Kogan.

Ikujiro, N., C Hirotaka, T. (1999). *La organización creadora de conocimiento.*

Universidad Iberoamericana.

Ministerio de Trabajo, E. y. (2019). *Código del Trabajo de la República del Paraguay.*

Obtenido de Organización Internacional del Trabajo:

https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@americas/ @ro-lima/@sro-santiago/documents/publication/wcms_709389.pdf

Robbins, S. P., C Judge, T. A. (2009). *Comportamiento organizacional.* México D.F.: Pearson.

Senge, P. (1990). *La quinta disciplina.* Granica S.A.

Serebrisky, T. (Enero de 2014). *Infraestructura sostenible para la competitividad y el crecimiento inclusivo.* Obtenido de BID: https://publications.iadb.org/es/publicacion/16832/infraestructura- sostenible-para-la-competitividad-y-el-crecimiento-inclusivo

Ylmaz, A. (2024, Septiembre 29). *Inclusive Communication Practices: Building Stronger Connections And Embracing Diversity In The Workplace.* Retrieved from https://www.abacademies.org/articles/inclusive-communication-

practices-building-stronger-connections-and-embracing-diversity-in-the-workplace-17416.html

UNIDA
PARAGUAY

