

## **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

### **Breve descripción**

La Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Central del Paraguay UCP, tiene como una de sus actividades principales la determinación de líneas de investigación específicas para esta unidad académica; entendiéndose éstas “como orientaciones generales en torno a las cuales se concentran las políticas y la propia actividad Investigativa de la Universidad, se construyen en base a demandas de conocimiento, que a su vez priorizadas y alcanzadas a través de investigaciones concretas, en tal contexto se ha realizado un trabajo de determinación de lineamientos generales de investigación que identifica la problemática que aqueja al entorno, así como ejes temáticos en los que se debería desarrollar investigación.

En tal sentido la UCP busca direccionar la actividad investigativa de la Carrera de Ingeniería Comercial, a temáticas inherentes a los problemas y demandas de los sectores empresariales, productivos e institucionales, asimismo favorecer la vinculación de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial con la problemática de los sectores empresarial, productiva e institucional, a través de la realización de procesos investigativos que brinden marcos de acción y propuesta de solución.

Las líneas de investigación se correlacionan con los planes de desarrollo nacional, los de investigación y con las áreas de investigación científica en el Paraguay propuestas por la CONACYT, señaladas como prioritarias

LÍNEA.	Ejes
GESTIÓN, PRODUCCIÓN, PRODUCTIVIDAD, INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIA	A- GESTIÓN: ✓ Modelos Administrativos y Financieros. ✓ Modelos de Gestión del Talento Humano. ✓ Sistemas de Control. ✓ Gestión de la Calidad ✓ Marketing Social y Sustentable.
	B- PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD: ✓ Estudios de Factibilidad para Crear y/o Ampliar Unidades Productivas. ✓ Reingeniería de Procesos para Empresas, PYMES y MIPYMES.
	C- INNOVACIÓN y DESARROLLO: ✓ Planes de Negocios



<p><i>Proyectando un futuro de éxito</i></p>	<p><b>Marketing para Empresas , Pymes y Mipymes</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Diagnóstico Socioeconómico de los diferentes Sectores de la Región.</li><li>✓ Tic s Empresarial.</li><li>✓ Planes Estratégicos para Empresas Públicas y Privadas.</li><li>✓ Responsabilidad Social Empresarial.</li></ul>
	<p><b>D- CALIDAD Y NORMATIVA DE LAS EXPORTACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Análisis de las condiciones actuales de exportación.</li><li>✓ Estudio de la normativa aduanera e impositiva en procesos de exportación e importación.</li><li>✓ Análisis de mecanismos de exportación e importación y los acuerdos de integración para posibles productos.</li><li>✓ Requerimientos arancelarios y paraarancelarios en productos potenciales de exportación.</li><li>✓ Información sobre los mecanismos de exportación e importación y acuerdos de integración.</li><li>✓ Identificación y determinación de las exigencias y requerimientos de calidad en mercados internacionales</li><li>✓ Determinación de la demanda en el mercado internacional para la exportación de productos.</li><li>✓ Investigación de mercados externos.</li><li>✓ Identificación de mecanismos legales para la conformación de alianzas y consorcios para exportación.</li><li>✓ Identificación de tecnologías de la información y comunicación para la comercialización y exportación de productos (comercio electrónico)</li></ul>