



Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

RESOLUCIÓN N° 0485/2026

POR LA CUAL SE APRUEBA EL PROGRAMA DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA “GESTIÓN DE PYMES”, DE LA CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING – PLAN 2026 DE LA FP-UNA, CON CARGO DE DAR CUENTA AL CONSEJO DIRECTIVO.

06 de mayo del 2026

VISTO Y CONSIDERANDO: El Memorando DA/0704/2026 del Director Académico de la FP-UNA, Prof. MSc. Felipe Santiago Uzabal Escurra, con el cual remite el Memorando CCPTCC/022/2026 de la Comisión Coordinadora del Proyecto de Transformación Curricular de las Carreras de la FP-UNA, en el que presenta los programas de estudio de la Carrera Ingeniería en Marketing correspondientes al proyecto académico 2026.

Que los programas de estudios son equivalentes para las ofertas académicas de Ingeniería en Marketing en la sede San Lorenzo, y las filiales de Coronel Oviedo y Villarrica.

Que la Comisión Coordinadora del Proyecto de Transformación Curricular de Carreras de Grado, solicita la aprobación del Programa de Estudio de la asignatura “**Gestión de Pymes**”, de la carrera Ingeniería en Marketing – Plan 2026.

Que los programas fueron elaborados conforme a las disposiciones establecidas por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONES) en materia de **créditos académicos**, según lo dispuesto en la Resolución CONES N.º 221/2024, que regula el *Sistema de Créditos Académicos – Paraguay* y los criterios para su aplicación en las carreras de grado.

La Ley N° 4995/2013 de Educación Superior.

El Estatuto de la Universidad Nacional de Asunción, Art. 84, inc. “f”.

POR TANTO: en uso de sus facultades y atribuciones legales,

LA DECANA DE LA FACULTAD POLITÉCNICA RESUELVE:

Art. 1º Aprobar el Programa de Estudio de la Asignatura “**Gestión de Pymes**”, de la carrera Ingeniería en Marketing – Plan 2026 de la FP-UNA, detallado en el ANEXO de la presente Resolución, con cargo de dar cuenta al Consejo Directivo.

Art. 2º Comunicar, copiar y archivar.

Prof. Abg. Joel Arsenio Benítez Santacruz,
Secretario de la Facultad

Prof. Ing. Silvia Teresa Leiva León, MSc.
Decana





UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA

ANEXO RESOLUCIÓN N° 0485/2026

DEPARTAMENTO DE ENSEÑANZA DE GESTIÓN
PROGRAMA DE ESTUDIO

1. IDENTIFICACIÓN

Nivel				Grado							
Asignatura				Gestión de PYMES							
Carrera				Plan		Sede/Filial		Carácter	Semestre		Prerrequisitos
Ingeniería en Marketing				2026		Sede San Lorenzo/Filial Villarrica/Filial Coronel Oviedo		Electiva I	---		Haber aprobado 90 créditos.
Semanal						Periodo					
HT	HP	HTD	HTI	HS	PA	THTD	THTI	THA	CA-PY		
2	2	4	4	8	18	72	72	144	5		

- Siglas:
- *HT: Horas Teóricas semanales.
 - *HP: Horas Prácticas semanales.
 - *HTD: Horas semanales de Trabajo académico con acompañamiento Docente.
 - *HTI: Horas semanales de Trabajo académico Independiente del estudiante.
 - *HS: Horas Semanales (HTD+HTI).
 - *PA: Periodo Académico en semanas.
 - *THTD: Total de Horas de Trabajo académico con acompañamiento Docente (HTD*PA).
 - *THTI: Total de Horas de Trabajo académico Independiente del estudiante (HTI*PA).
 - *THA: Total de Horas de trabajo Académico (THTD+THTI).
 - *CA-PY: Créditos académicos de la asignatura.

II. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura Gestión de PYMES resulta esencial dentro del plan de estudios de la carrera de Ingeniería en Marketing, en el afán de formar profesionales capaces de comprender, desarrollar y liderar proyectos empresariales en el dinámico contexto de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), las que resulta clave, al generar empleos de manera significativa, contribuyendo al desarrollo económico del país y la región.

Las PYMES enfrentan desafíos asociados con el acceso a financiamiento, la gestión eficiente, la formalización y la competitividad en mercados nacionales e internacionales. Por lo que resulta imperativo que los futuros profesionales en marketing no solo comprendan el funcionamiento interno de estas empresas, sino que adquieran competencias estratégicas para su planificación, organización, promoción y sostenibilidad.

La asignatura promueve una visión emprendedora e integral, al unirlos principios de administración con las herramientas propias del marketing, la innovación y la gestión financiera; permitiendo al estudiante desarrollar habilidades de análisis de mercado, formular de planes de negocio, aplicar estrategias o tomar decisiones enfocadas en empresas emergentes y familiares.

Con enfoques prácticos y estudios de caso, los estudiantes aprenderán a diagnosticar situaciones empresariales reales, identificar oportunidades de mejora y diseñar propuestas viables de intervención, fortaleciendo el perfil profesional del ingeniero en marketing, preparándolo para llevar adelante su propio emprendimiento o brindar servicios de asesoramiento y gestión en el ámbito de las MIPYMES.

III. COMPETENCIA(S) DEL PERFIL DE EGRESO ASOCIADA(S)

- 1. Liderar, emprender y trabajar en equipo con eficacia y responsabilidad tomando decisiones basadas en evidencias.
- 2. Actualizarse permanentemente mediante la obtención y gestión autónoma de información de calidad, utilizando tecnología de la información y comunicación.
- 3. Evaluar el comportamiento de diversos fenómenos disciplinares e interdisciplinares relacionados con el área de marketing con una visión de sistema, mediante modelos teóricos validados y actualizados, capaces de abarcarlos integralmente, en un contexto de incertidumbre.
- 4. Seleccionar, construir y utilizar herramientas innovadoras vinculadas al ejercicio de la ingeniería en marketing.
- 5. Producir, aplicar y difundir conocimientos técnicos y científicos en el área de la ingeniería en marketing.

IV . ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

Unidad	Contenidos	Resultados de Aprendizaje
1. Análisis financiero y contexto de las PYMES.	1.1. Introducción al contexto de las PYMES. 1.2. Definición y clasificación de MIPYMES. 1.3. Características distintivas de las PYMES. 1.4. Importancia económica y social de las PYMES en Paraguay y el mundo. 1.5. Marco normativo y legal aplicable. 1.6. Instituciones de apoyo y fomento (MIC, Crédito Agrícola, AFD).	1. Reconoce el papel fundamental de las PYMES en el desarrollo económico. 2. Identifica el marco legal y las instituciones relacionadas con el sector. 3. Diferencia los tipos de MIPYMES y sus características clave.
2. Fundamentos de gestión empresarial.	2.1. Principios básicos de administración. 2.2. Procesos administrativos aplicados a PYMES. 2.3. Estilos de liderazgo en emprendimientos. 2.4. Cultura organizacional en empresas familiares.	1. Aplica los principios de gestión en contextos reales de PYMES. 2. Reconoce la influencia del liderazgo y la cultura organizacional. 3. Analiza la estructura básica de funcionamiento de una empresa pequeña.
3. Planeamiento estratégico para PYMES.	3.1. Diagnóstico interno y externo (FODA). 3.2. Visión, misión, valores. 3.3. Formulación de objetivos estratégicos. 3.4. Elaboración de planes operativos.	1. Realiza diagnósticos estratégicos adaptados a PYMES. 2. Formula objetivos alineados a la realidad de una empresa pequeña. 3. Elabora planes estratégicos viables para emprendimientos.
4. Gestión financiera y contable.	4.1. Principios básicos de contabilidad y finanzas.	1. Interpreta indicadores financieros clave.



Unidad	Contenidos	Resultados de Aprendizaje
	4.2. Flujo de caja y punto de equilibrio. 4.3. Fuentes de financiamiento para PYMES. 4.4. Indicadores financieros básicos para la toma de decisiones.	2. Elabora presupuestos y analiza la viabilidad económica. 3. Identifica fuentes de financiamiento disponibles para PYMES.
5. Gestión del marketing en PYMES.	5.1. Diagnóstico de mercado y análisis del consumidor. 5.2. Diseño de la propuesta de valor. 5.3. Estrategias de posicionamiento y diferenciación. 5.4. Marketing digital y canales de comercialización para pequeñas empresas.	1. Diseña estrategias de marketing adaptadas a la realidad de las PYMES. 2. Aplica herramientas digitales de bajo costo para promoción y ventas. 3. Desarrolla propuestas de valor competitivas y sostenibles.
6. Gestión de operaciones y recursos humanos.	6.1. Gestión de procesos y mejora continua. 6.2. Control de calidad y atención al cliente. 6.3. Gestión del talento humano en PYMES. 6.4. Legislación laboral básica y formalización.	1. Mejora procesos productivos y de atención en contextos reducidos. 2. Aplica principios de calidad y servicio al cliente. 3. Gestiona equipos de trabajo con enfoque en pequeñas estructuras.
7. Innovación, sostenibilidad y escalabilidad.	7.1. Innovación en productos, servicios y modelos de negocio. 7.2. Emprendimiento sostenible y responsabilidad social. 7.3. Herramientas de transformación digital en PYMES. 7.4. Escalabilidad y expansión de pequeñas empresas.	1. Propone estrategias innovadoras para PYMES. 2. Incorpora principios de sostenibilidad en la gestión empresarial. 3. Evalúa la posibilidad de crecimiento y expansión de una PYME.

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del programa se aplicarán estrategias didácticas conducentes a la apropiación teórica y la ejecución práctica de procesos y procedimientos, a saber:

- Clases expositivas con apoyo de TICs.
- Análisis de casos reales locales e internacionales.
- Taller de análisis FODA (proyectos prácticos).
- Juego de roles de entrevistas para selección de personal.
- Simulaciones de procesos operativos.
- Taller de diseño de propuesta de valor con el modelo CANVAS
- Proyecto integrador de simulación de PYME (A lo largo del semestre conformar equipos para desarrollar y aplicar los contenidos de la asignatura en PYMES seleccionadas)



La elección particular de la estrategia didáctica aplicada será explícita en el Planeamiento de la Asignatura, de acuerdo con el perfil de los estudiantes, los recursos disponibles y el contexto educativo.

VI. ESTRATEGIAS EVALUATIVAS

Para conocer el progreso de los estudiantes se aplicarán diversas instancias e instrumentos evaluativos durante y al final del proceso de enseñanza - aprendizaje tales como: evaluación continua, participación en clases, resolución de casos, talleres prácticos, trabajo práctico grupal: desarrollo de estrategia de marca real o simulada, evaluación teórico-práctica, examen final integrador: Proyecto de gestión de marca y presentación oral o Evaluación final individual integrador.

Con fines de calificación y promoción se aplicará el Reglamento Académico vigente en la institución que prevé valoraciones de proceso y final.

VII. MEDIOS AUXILIARES

Pizarra, marcadores, proyector y notebook, guías de trabajo material impreso y digitalizado, aula virtual.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2020). Digitalización de las PYMES en América Latina: Retos y oportunidades. <https://publications.iadb.org>
- Chiavenato, I. (2021). Administración de empresas: Enfoque por competencias (4.ª ed.). McGraw-Hill.
- García, J., & Montoya, S. (2019). Marketing digital para emprendedores y PYMES. Ediciones de la U.
- González Duarte, R. (2021). Plan de negocios: Cómo emprender y hacer crecer tu empresa. Trillas.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Dirección de marketing (16.ª ed.). Pearson Educación.
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, F. (2018). Administración de pequeñas empresas. CengageLearning.
- Ministerio de Industria y Comercio (MIC). (2023). Guía práctica para la formalización de microempresas en Paraguay. <https://www.mic.gov.py>
- Ministerio de Industria y Comercio del Paraguay. (2023). Registro de MIPYMES. <https://www.mic.gov.py/mipymes>
- Ramírez Padilla, M. (Coord.). (2021). Estrategias de gestión empresarial para MIPYMES en América Latina. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Scarano, D. (2022). Gestión dePyMEs: Casos y herramientas para la toma de decisiones. Ediciones Granica.
- Zapata, E., & García, M. (2020). Emprendimiento y gestión empresarial para pequeñas empresas. Ecoe Ediciones.
- Barroso Cañón, C., & Villegas Perrián, M. M. (2020). Internacionalización de la pyme: retos y oportunidades. Editorial Pirámide.
- Burgos, J. C. (2020). Cómo gestionar una PyME con éxito. Alfaomega Grupo Editor.
- Camisón Zornoza, C., & Forés Julián, B. (2021). Gestión estratégica de pequeñas y medianas empresas: un enfoque práctico. Ediciones Pirámide.
- Cepeda Carrión, G., & Roldán Salgueiro, J. L. (2020). Gestión de la innovación en PYMES. Editorial Pirámide.
- Fernández Pérez, P., & Guzmán Cuevas, J. (2019). La empresa familiar: Claves para su éxito. Editorial Deusto.
- Gálvez, E. (2022). Dirección de Recursos Humanos en pequeñas empresas. Editorial UOC.



- García Pérez de Lema, D. (2023). La dirección estratégica en pequeñas y medianas empresas familiares. ESIC Editorial.
- Morales, V. (2020). Pymes: Innovación, crecimiento y competitividad. Editorial Pearson.
- Ochoa, A. (2021). Plan de negocios para PYMES: cómo planear, lanzar y hacer crecer una empresa. Ediciones Díaz de Santos.
- Peña, A., & Soto, J. (2022). Administración de PYMES: teoría y práctica. Editorial Trillas.

