



Campus de la UNA  
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN  
FACULTAD POLITÉCNICA  
CONSEJO DIRECTIVO

RESOLUCIÓN 26/10/20-00  
ACTA 1245/04/05/2026

**“POR LA CUAL SE ACTUALIZA LOS MECANISMOS DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING DE LA FP-UNA CON LA INVESTIGACIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN”**

**VISTO:** El Memorando CD/CAI/02/2026 de la Comisión Asesora Permanente de Asuntos de Investigación del Consejo Directivo de la FP-UNA, en el cual presenta dictamen referente a la actualización del Mecanismo de Vinculación de la carrera Ingeniería en Marketing con la investigación y líneas de investigación.

**CONSIDERANDO:** La Ley 4995/2013 de Educación Superior, el Estatuto de la Universidad Nacional de Asunción y las deliberaciones sobre el tema.

Que luego del análisis de los documentos obrantes, la Comisión recomienda al Consejo Directivo la emisión del acto administrativo correspondiente, conforme al formato utilizado para otras carreras, a fin de establecer las líneas de investigación vinculadas a la carrera Ingeniería en Marketing.

Que la Comisión sugiere dejar establecido que las líneas de investigación que vinculan a la carrera Ingeniería en Marketing con los Grupos de Investigación de la FP-UNA deberán ser desarrolladas con la participación de docentes y estudiantes de dicha carrera, en el marco de las áreas de trabajo de los respectivos Grupos de Investigación.

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD POLITÉCNICA  
RESUELVE:**

**26/10/20-01** ACTUALIZAR los *Mecanismos de vinculación de la Carrera Ingeniería en Marketing de la FP-UNA con la Investigación y Líneas de Investigación*, detallado en el ANEXO 03 de la presente Acta.

**26/10/20-02** ESTABLECER que las líneas de investigación vinculadas a la carrera Ingeniería en Marketing deberán ser desarrolladas con la participación de docentes y estudiantes de la carrera, en coordinación con los Grupos de Investigación de la FP-UNA, conforme a sus respectivas áreas de trabajo.

**26/10/20-03** COMUNICAR, copiar y archivar.

Prof. Abg. Joel Arsenio Benítez Santacruz  
Secretario



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



Campus de la UNA  
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN  
FACULTAD POLITÉCNICA  
CONSEJO DIRECTIVO

Resolución 26/10/20-00 Acta 1245/04/05/2026  
ANEXO 03

**ACTUALIZACIÓN DE LOS MECANISMOS DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING CON LA INVESTIGACIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA FP-UNA.**

Las carreras de grado se integran a la actividad científica institucional a través de los siguientes **mecanismos de vinculación**:

- **Pasantías de investigación e iniciación científica:** Incorporación de estudiantes a los grupos de investigación de la FP-UNA para el desarrollo de competencias científicas tempranas.
- **Participación en proyectos de investigación:** Integración de alumnos en proyectos financiados o categorizados, dirigidos por docentes investigadores.
- **Desarrollo de Trabajos de Fin de Grado (TFG) con enfoque investigativo:** Elaboración del TFG integrados a proyectos de investigación institucionales.

**Marco Institucional y Operativo**

Bajo la estructura organizacional de la Dirección de Investigación (DI), la Facultad brinda soporte a las actividades de ciencia y tecnología en los niveles de grado y postgrado. Las líneas de investigación se alinean con la oferta académica, garantizando que el conocimiento generado sea pertinente a la formación profesional.

La DI articula el talento humano a través de Núcleos de Investigación (NI), Grupos de Investigación (GI) y Grupos de Investigación en Formación (GIF). Los docentes investigadores adscritos a estas unidades, al ejercer también la docencia en la carrera, actúan como nexos naturales para asesorar a los estudiantes en los mecanismos de vinculación vigentes.

Conforme al Reglamento de Núcleos y Grupos de Investigación (Res. 21/02/06-00), los estudiantes de grado podrán adquirir la categoría formal de *Investigadores Principiantes* al colaborar en proyectos de un GI/GIF mediante cualquiera de los mecanismos citados. Asimismo, la carrera dispone de investigadores-tutores con líneas de investigación definidas para la dirección y asesoría técnica de los TFG.

**Áreas Primordiales de Investigación en Ingeniería en Marketing**

La carrera define como ejes estratégicos de generación de conocimiento las siguientes áreas:

1. Marketing global y estrategias para mercados emergentes.
2. Investigación en comunicación y comportamiento del consumo.
3. Neurociencia aplicada al marketing.
4. Marketing digital y estrategias omnicanal.
5. Interacción TIC-Consumidor: Impacto de las tecnologías de información en las estrategias de marketing online y sectorial.
6. Marketing sostenible: Comportamiento del consumidor en contextos de innovación verde.
7. Innovación y desarrollo sostenible en mercados y organizaciones.
8. Sistemas inteligentes: Analítica y toma de decisiones basadas en datos (Data-driven marketing).

