

Estudio de mercado sobre consultoría administrativa en Saltos del Guairá, Paraguay

Market study on administrative consulting in Saltos del Guairá, Paraguay

Derlis Daniel Duarte Sánchez
Universidad Nacional de Canindeyú, Paraguay
ORCID ID: 0000-0002-6717-2873
duartesanchezderlisdaniel@gmail.com

Fabiana De Souza Ramos
Universidad Nacional de Canindeyú, Paraguay
fabianadesouzaramos391@gmail.com

Recibido: 25/02/2025 – Aceptado: 19/05/2025

<https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a01>

RESUMEN

La consultoría administrativa es esencial para optimizar recursos, mejorar la toma de decisiones y facilitar la adaptación al cambio en las empresas. En esta investigación se tuvo como objetivo, realizar un estudio del mercado sobre una consultoría administrativa en Saltos del Guairá. Se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental, la población estuvo compuesta por 104 pymes del centro de Saltos del Guairá, se les aplicó encuesta. La recolección de datos se realizó durante el segundo semestre del 2024. Los hallazgos permiten conocer un equilibrio en la participación de sexos (54% hombres y 46% mujeres) y que el 39% de los encuestados se encuentra en el rango de 31 a 40 años, mientras que el 31% tiene entre 25 y 30 años. Además, el sector de servicios profesionales es el más representado (24%). Las empresas enfrentan varios desafíos administrativos: la gestión del tiempo es el principal reto (27%), seguido por la gestión financiera (25%) y la estrategia a largo plazo (24%). En este contexto, el 82% de los encuestados está dispuesto a contratar consultoría, donde se prioriza la calidad del servicio sobre el costo. Las necesidades específicas incluyen apoyo en planeación estratégica (45%), optimización de procesos (33%) y administración de costos (28%). En términos de disposición a pagar, el 43% de los encuestados está dispuesto a abonar 30 USD por una consulta administrativa, mientras que el 57% considera invertir hasta 2.000 USD en un combo de servicios. Esto contribuye a entender mejor la dinámica del mercado y la importancia de la gestión administrativa en el desarrollo empresarial.

Palabras Clave: Administración, consultoría, inversión, mercado.



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons
Autor para correspondencia: Derlis Daniel Duarte Sánchez, e-mail: duartesanchezderlisdaniel@gmail.com

Citar como: Duarte Sánchez, D.D. & De Souza Ramos, F. (2025) Estudio de mercado sobre consultoría administrativa en Saltos del Guairá, Paraguay. *Revista de Análisis y Difusión de Perspectivas Educativas y Empresariales*, 5 (11): 9-23, <https://doi.org/10.56216/radee022025ago.a01>

ABSTRACT

Administrative consulting is essential for optimizing resources, improving decision-making, and facilitating adaptability to change in businesses. This research aimed to conduct a market study on administrative consulting in Saltos del Guairá. A quantitative, descriptive, non-experimental methodology was used, with a population composed of 104 SMEs from the center of Saltos del Guairá, and surveys were administered. Data collection took place during the second semester of 2024. The findings reveal a balance in gender participation (54% men and 46% women), with 39% of respondents aged between 31 and 40 years, while 31% are between 25 and 30 years. Furthermore, the professional services sector is the most represented (24%). Companies face various administrative challenges: time management is the main challenge (27%), followed by financial management (25%) and long-term strategy (24%). In this context, 82% of respondents are willing to hire consulting services, prioritizing service quality over cost. Specific needs include support in strategic planning (45%), process optimization (33%), and cost management (28%). In terms of willingness to pay, 43% of respondents are willing to pay 30 USD for an administrative consultation, while 57% consider investing up to 2,000 USD in a service package. This contributes to a better understanding of market dynamics and the importance of administrative management in business development.

Keywords: Administration, consulting, investment, market.

Las organizaciones de todo el mundo están prestando cada vez más atención al desarrollo de nuevas tecnologías con el fin de adaptar adecuadamente sus estrategias a las nuevas necesidades y estímulos del mercado (Caputo et al., 2021).

Por lo tanto, sector de las pymes se encuentra en medio de condiciones adversas, caracterizadas por la sobreoferta de productos y servicios y altos niveles de incertidumbre; estas y otras manifestaciones externas las han llevado a dedicar gran parte del esfuerzo administrativo, a la búsqueda de nuevas alternativas que permitan contrarrestar los efectos de la competencia y los drásticos cambios comerciales a nivel mundial (Calderón et al., 2021). Las empresas, pymes y asociaciones, son esenciales para el desarrollo económico de las familias, ya que aportan al sustento diario, razón por la cual es importante centrarse en su adecuada administración (Burbano et al., 2019).

De lo anterior, la consultoría y asesoría administrativa, representan para las MiPymes, una herramienta de gestión fundamental, que les permite beneficiar y mejorar sus procesos, obteniendo una mayor presencia en el mercado y fortaleciendo su capacidad de gestión y habilidades organizacionales, ya que estos servicios ofrecen con personal externo capacitado en habilidades técnicas, humanas o sociales y conceptuales, el apoyo y parámetros necesarios para enfrentar los retos que el entorno competitivo les presenta; así mismo, orientan e identifican los factores que impiden el desarrollo de la MiPymes en el mercado, al establecer acciones estratégicas claras para contrarrestar los aspectos que debilitan o amenazan su perdurabilidad (Álvarez Contreras et al., 2020).

Los comienzos de la consultoría se relacionan con el surgimiento de la administración científica. Frederick Taylor y sus predecesores fueron innovadores en el establecimiento de esta actividad económica, a través de la cual promovían sus principios teóricos en varias industrias (López Zapata et al., 2010). Se define como un servicio profesional basado en conocimientos, habilidades y experiencias, que proporciona servicios de asesoría especializada a las empresas para la solución de problemas (Lozano Ramírez, 2022).

Por lo tanto, es una herramienta fundamental en la gestión estratégica de una organización. Aporta información valiosa, conocimiento especializado y orientación personalizada para ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos estratégicos y mejorar su desempeño (Aragão et al., 2023).

En este contexto, las empresas requieren profesionales capacitados que comprendan temas empresariales y tengan conocimiento del mercado para desempeñarse como consultores. El licenciado en administración está preparado para actuar como consultor de empresas, ya que durante su formación profesional adquiere las habilidades necesarias para revitalizar una empresa y desarrollar estrategias innovadoras (León Vázquez et al., 2018). Existen tipos de consultorías administrativas, por ejemplo, Albano (2016) consultoría generalista, dirección general, personal, financiera, de costos, de calidad, de responsabilidad social empresarial, de estudio de mercado etc.

Los consultores administrativos, como resultado de su trayectoria profesional, establecen un enfoque específico para trabajar con las empresas, lo que sugiere que hay diversas maneras de abordar los casos. No obstante, considerar los avances conceptuales en el ámbito de la consultoría, que provienen tanto de investigadores como de experiencias personales, contribuye a respaldar el trabajo con las empresas y a aumentar la probabilidad de éxito (Lozano Posso, 2009).

Por ejemplo, en resultados de la investigación de Pérez et al., (2022), se verifica la conexión entre el conocimiento y la administración de la consultoría empresarial, formando bases en la gestión del conocimiento. Esto se debe a que los análisis de referencia examinados ofrecen valiosas contribuciones que permiten al consultor administrativo participar en la planificación y desarrollo estratégico de la gestión integral de los procesos organizacionales.

Unos de los problemas de no contratar a un consultor es que, las empresas pasan menos tiempo activas en el mercado, cerrando por falta de planificación, gestión, conocimiento del mercado e incluso por ausencia de medidas estratégicas para el crecimiento del negocio (Procopio & Pereira, 2021).

En Paraguay, existen algunas investigaciones previas sobre estudio de mercado, por ejemplo, Oferta y Demanda de Productos Electrónicos, (computadoras, celulares) Pilar (Jiménez, 2021). Estado del arte sobre el pago por servicios ambientales (Rodríguez et al., 2023). Impacto de la inflación en las decisiones adoptadas por consumidores. Departamento de Paraguarí (Román Medina, 2023), percepción sobre la calidad de servicio brindado por la agencia de viajes Apleno S.A (Kwan Chung et al., 2022). Estrategias de Asignación de Precios en el Sector de Repostería en la Ciudad de Ayolas (Amarilla & Roman, 2025). Consumo cultural y emergente en el Paraguay (Achinelli Báez & Olmedo Barchello, 2024).

De todos esos estudios no ha observado un estudio de mercado sobre la consultoría administrativa en Saltos del Guairá, es por eso que la investigación es importante, además, este trabajo se alinea al Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y el trabajo decente para todos (Naciones Unidas, 2023; Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030, 2014).

METODOLOGÍA

Se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, descriptivo y no experimental, este enfoque implica utilizar herramientas matemáticas y estadísticas para llegar a conclusiones. Estos datos ayudan a encontrar asociaciones explicativas o relaciones causales entre variables (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018; Duarte Sánchez & Guerrero Barreto, 2024).

La población estuvo compuesta por 104 pymes que se incluyeron de manera intencionada y como instrumento de recolección de datos se les aplicó la encuesta, según Duarte Sánchez & Guerrero Barreto (2024), la encuesta en investigación de mercado es una herramienta clave para recopilar datos directos de consumidores y comprender sus preferencias, necesidades y comportamientos.

La recolección de datos se realizó mediante trabajo de campo con corte transversal. Para el análisis de los resultados se utiliza estadística descriptiva, los resultados fueron procesados en Excel.

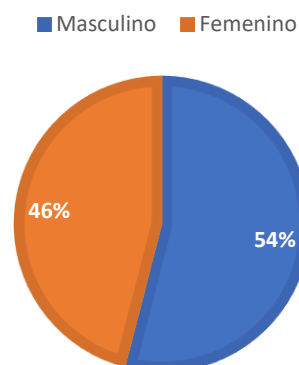
Tabla 1. *Variables de la investigación*

Variables	Categorías	Unidad de medida
Datos Demográficos	- Sexo	En porcentaje (%)
	- Edad	
	- Nivel Académico	
Información de la Empresa	- Rubro de la Empresa	
	- Tiempo en Actividad	
	- Cantidad de Colaboradores	
Desafíos Administrativos	- Principales desafíos en la gestión	
Servicios de Consultoría	- Contratación de consultoría	
	- Disposición a contratar	
	- Aspectos a mejorar en la gestión	
Factores de Selección	Factores al elegir una consultoría (calidad, costo, reputación, etc.)	
Disposición a Pagar	- Precio por consulta administrativa	
	- Precio por planeación estratégica	
	- Precio por análisis de punto de equilibrio	
	- Precio por implementación de software	
	- Precio por combo de servicios	

Fuente: elaboración propia

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

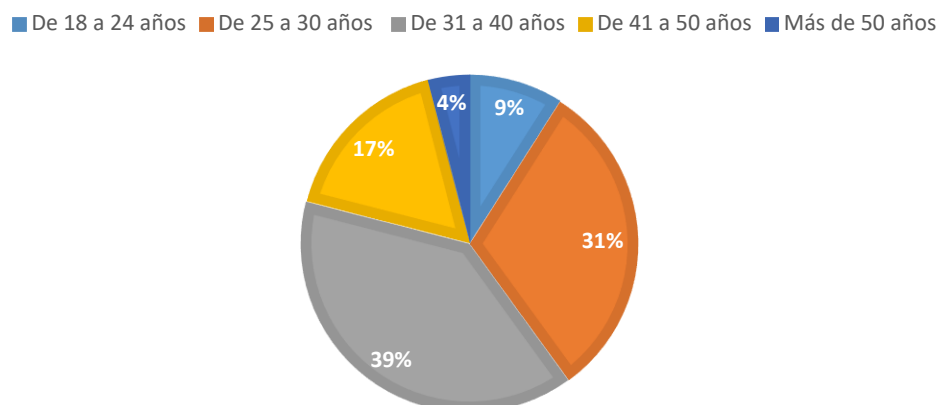
Figura 1. *Sexo*



Fuente: elaboración propia.

El 54% de la población encuestada son de sexo masculino y el 46% son de sexo femenino.

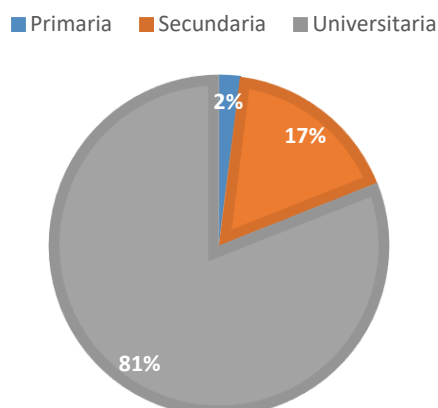
Figura 2. Edades



Fuente: elaboración propia

El 39% de la población encuestada, se encuentra en el rango de 31 a 40 años. Le sigue el segmento de 25 a 30 años, que representa el 31%. Los participantes de 41 a 50 años constituyen el 17%, reflejando madurez y experiencia, mientras que el grupo más joven de 18 a 24 años abarca el 9%, indicando una presencia incipiente en el mercado laboral. Por último, solo el 4% corresponde a personas mayores de 50 años, lo que sugiere una menor representación en comparación con los grupos más jóvenes.

Figura 3. Nivel Académico



Fuente: elaboración propia

El análisis del nivel educativo de los participantes revela que el 81% posee educación universitaria, lo que indica una alta formación académica. En contraste, el 17% tiene educación secundaria, lo que sugiere una etapa intermedia. Solo el 2% cuenta con educación primaria, lo que refleja una mínima representación en este nivel educativo y una orientación hacia temas que requieren preparación más avanzada.

Tabla 2. *Rubro de la Empresa*

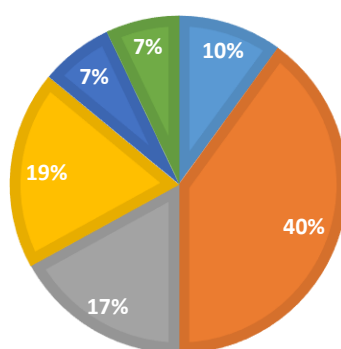
Actividad	Porcentaje
Servicios profesionales	24%
Gastronómico	7%
Construcción	12%
Agro negocios	6%
Mini Marquet y afines	9%
Cosméticos	4%
Financiero	13%
Muebles	5%
Gafas y reloj	3%
Bolsas	3%
Modas	5%
Otros	9%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

El sector de servicios profesionales lidera con un 24%, seguido por el financiero con un 13% y construcción con un 12%. Mini Marquet y afines representa el 9%, mientras que servicios gastronómicos y agro negocios tienen un 7% y un 6%, respectivamente. Sectores como cosméticos, muebles, gafas y relojes, y bolsas tienen entre el 3% y el 5% de representación. Finalmente, la categoría "otros" engloba un 9%, reflejando la diversidad de profesiones no incluidas en los sectores principales.

Figura 4. *Tiempo lleva en actividad su empresa*

■ Hasta 1 año ■ 2 a 5 años ■ 6 a 10 años ■ 11 a 20 años ■ 21 a 30 años ■ Más de 30 años

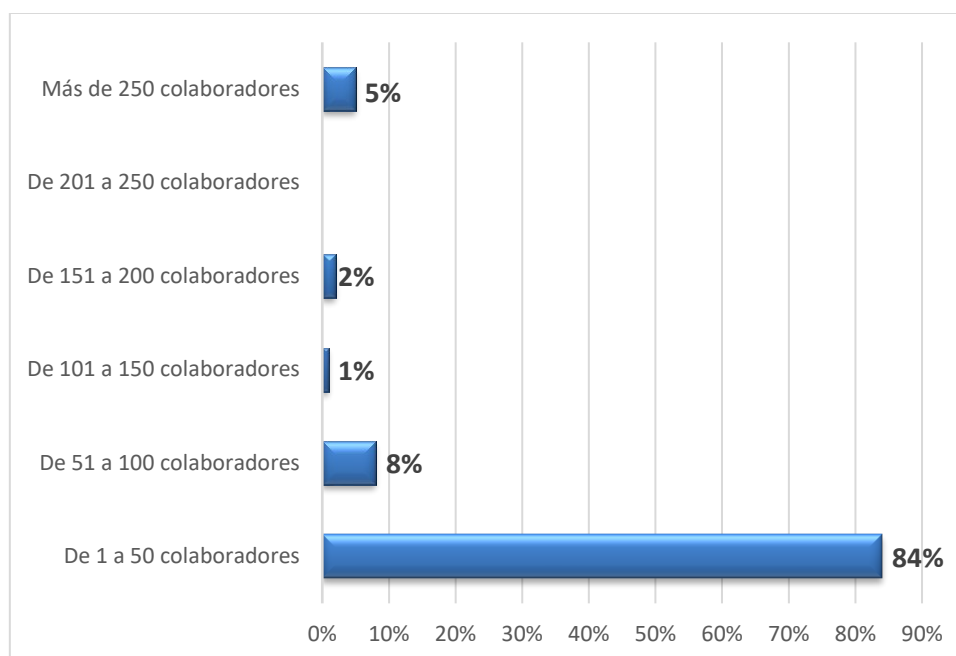


Fuente: elaboración propia

El grupo más numeroso es el de personas con 2 a 5 años de experiencia, que representa el 40% de la población, lo que indica que muchos están en los primeros años de su carrera. El 10% tiene hasta 1 año de experiencia, lo que sugiere que son recién ingresados al mercado laboral. El rango de 6 a 10 años de experiencia abarca el 17%, reflejando una estabilidad moderada. Aquellos con 11 a 20 años de experiencia constituyen el 19%, probablemente en

roles de mayor responsabilidad. Finalmente, los grupos con 21 a 30 años y más de 30 años de experiencia son los menos representados, con un 7% cada uno, lo que señala una menor presencia de personas con experiencia prolongada.

Figura 5. *Cantidad de Colaboradores*

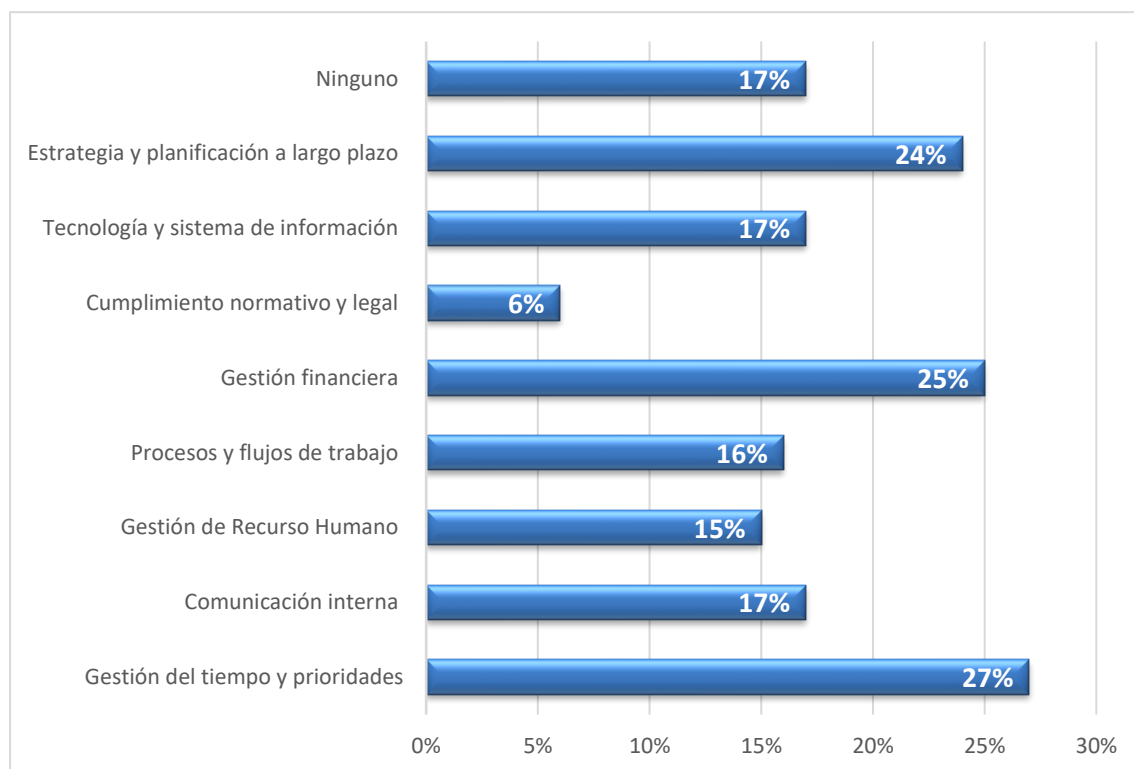


Fuente: elaboración propia

El análisis del tamaño de las empresas revela una predominancia notable de las pequeñas empresas, con un 84% que reporta entre 1 y 50 colaboradores, lo que sugiere estructuras organizativas flexibles y cercanas. Las empresas de 51 a 100 colaboradores representan el 8%, indicando una presencia moderada de empresas medianas. Aquellas con 101 a 150 colaboradores son solo el 1%, lo que señala que las organizaciones de tamaño medio-grande son poco comunes. Las empresas de 151 a 200 colaboradores constituyen el 2%, reflejando igualmente una baja representación de grandes empresas. Por último, el 5% restante corresponde a empresas con más de 250 colaboradores, lo que sugiere que las grandes corporaciones son relativamente raras en el mercado, mayormente compuesto por actores pequeños y medianos que ofrecen un entorno más ágil y especializado.

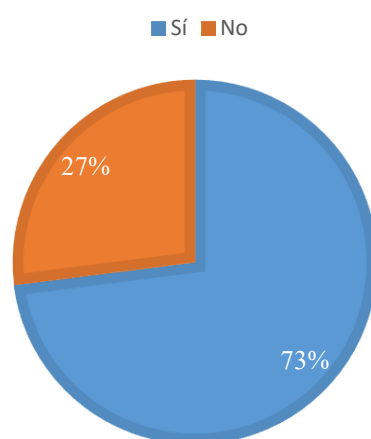
La gestión del tiempo y prioridades destaca como la más importante, con un 27% de las empresas enfocándose en ella. Le sigue la gestión financiera, con un 25%, evidenciando la necesidad de un control riguroso sobre los recursos económicos. La estrategia y planificación a largo plazo reciben atención del 24% de las empresas. El 16% se concentra en procesos y flujos de trabajo, mientras que la comunicación interna y la tecnología son prioridad para el 17% de las empresas cada una. La gestión de recursos humanos tiene un 15%. En contraste, el cumplimiento normativo y legal es una prioridad menor, con solo un 6%. Finalmente, el 17% de las empresas seleccionaron "Ninguno", porque no identifican un área clave de enfoque o enfrentan dificultades para definir prioridades.

Figura 6. *Desafíos administrativos en su negocio*



Fuente: elaboración propia

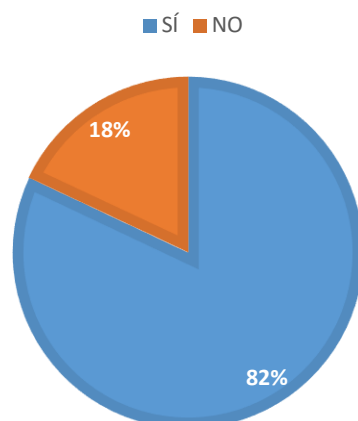
Figura 7. *Has contratado servicio de consultoría administrativa*



Fuente: elaboración propia

Con relación a la contratación de servicios de consultoría administrativa, solo el 27% de los encuestados ha optado por estos servicios, lo que indica que una minoría reconoce su valor. En contraste, un 73% no ha contratado consultoría, lo que puede reflejar una preferencia por la gestión interna, una percepción de autosuficiencia o restricciones presupuestarias.

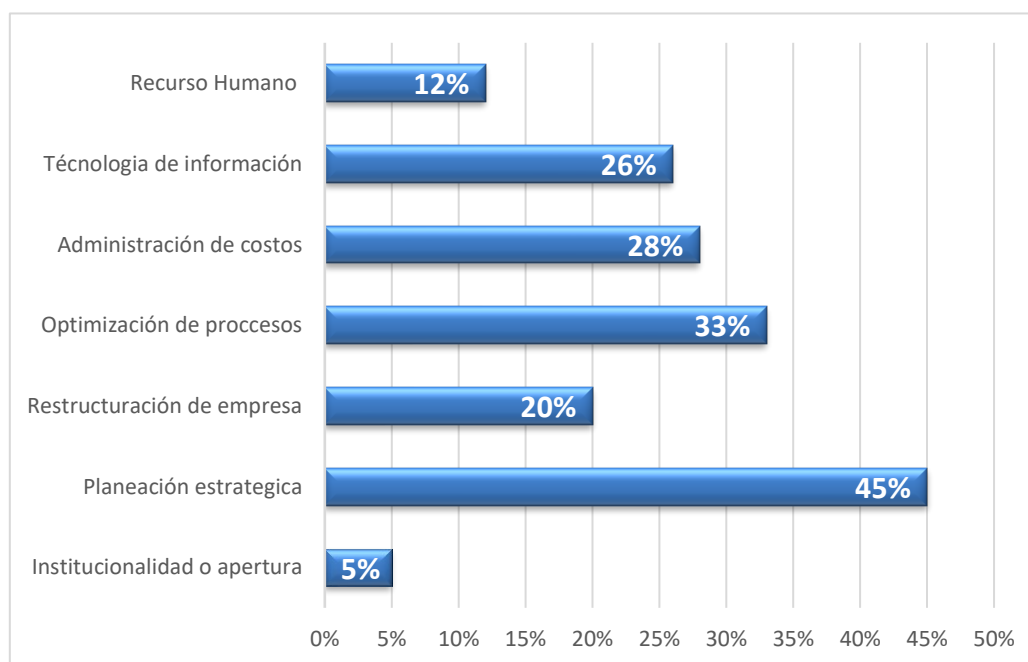
Figura 8. *¿Contrataría los servicios de una Consultora de Salto del Guairá?*



Fuente: elaboración propia

Con relación sobre las contrataciones administrativas el 82% de los encuestados expresó su disposición a contratar estos servicios, lo que indica un fuerte reconocimiento de su importancia. En contraste, el 18% no consideraría esta opción, posiblemente por falta de recursos o porque no lo ven como una prioridad inmediata.

Figura 9. *Aspectos a mejorar en la gestión administrativa de su negocio*

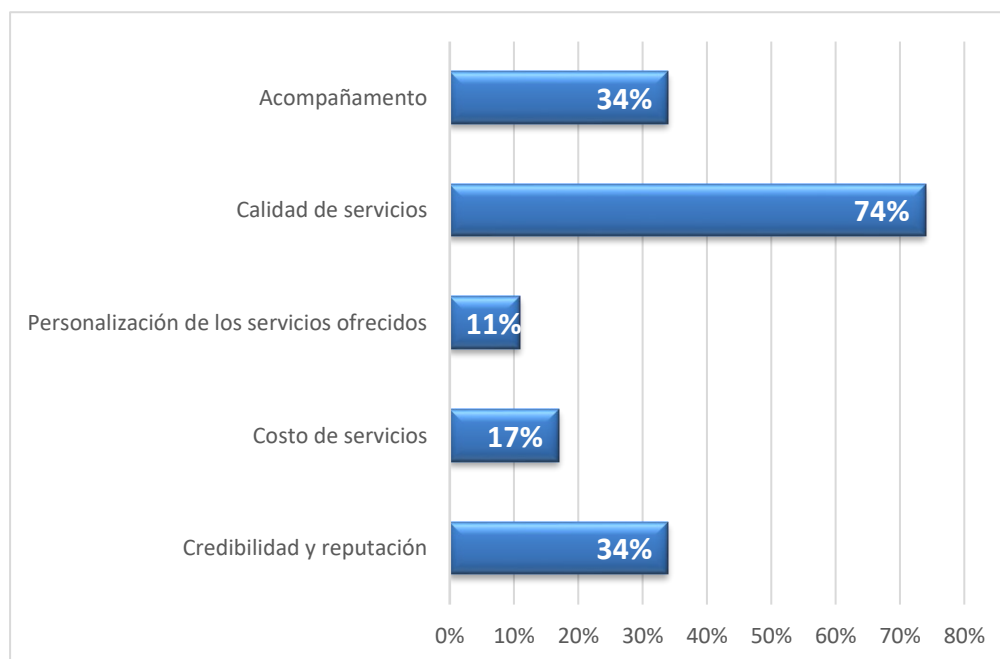


Fuente: elaboración propia

En nuestra evaluación sobre aspectos a mejorar en la gestión administrativa, la planeación estratégica se destaca como el área más crítica, con un 45% que necesita atención. La optimización de procesos sigue con un 33%, que indica la importancia de revisar

operaciones internas para aumentar la eficiencia. La administración de costos, con un 28%, también es crucial para la sostenibilidad financiera. La tecnología de la información, con un 26%, refleja la necesidad de actualizar sistemas. En contraste, la institucionalidad tiene la menor prioridad con un 5%, y la gestión del recurso humano y la reestructuración empresarial son menos críticas, con un 12% y 20%, respectivamente.

Figura 10. *Factores importantes al seleccionar una empresa de consultoría*

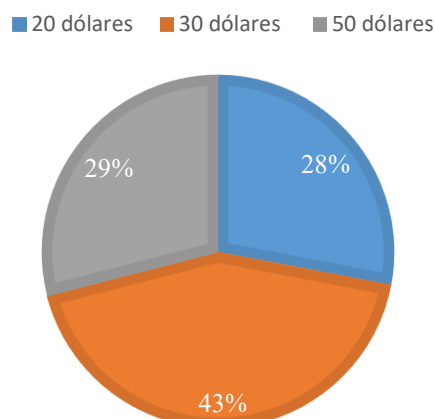


Fuente: elaboración propia

La calidad de los servicios es el factor más crucial, con un 74%, destacando su importancia para la satisfacción y lealtad del cliente. La credibilidad y reputación, con un 34%, indican que los clientes valoran la confianza en el proveedor. El acompañamiento, también con un 34%, resalta la necesidad de soporte continuo durante y después del servicio. En contraste, el costo de los servicios tiene un 17% de relevancia, mostrando que los clientes priorizan la calidad sobre el precio. Finalmente, la personalización, con un 11%, es la menor prioridad, aunque sigue siendo valorada.

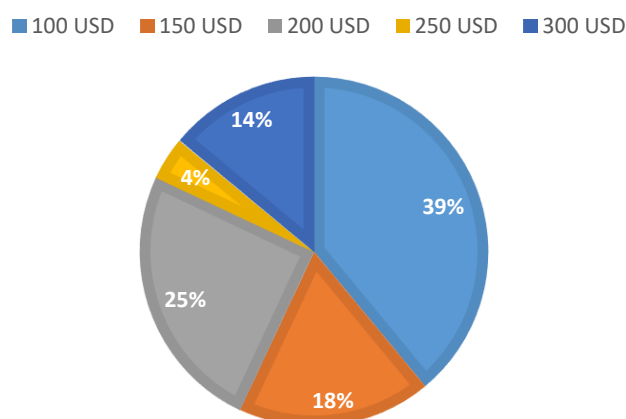
El 28% estaría dispuesto a pagar 20 USD, considerándolo accesible. El 43% optaría por 30 USD, viéndolo como una compensación justa que equilibra calidad y costo. Finalmente, el 29% pagaría 50 USD, reflejando una mayor percepción de valor y disposición a invertir en un servicio de mayor calidad.

Figura 11. *¿Cuántos pagarías por una consulta administrativa?*



Fuente: elaboración propia

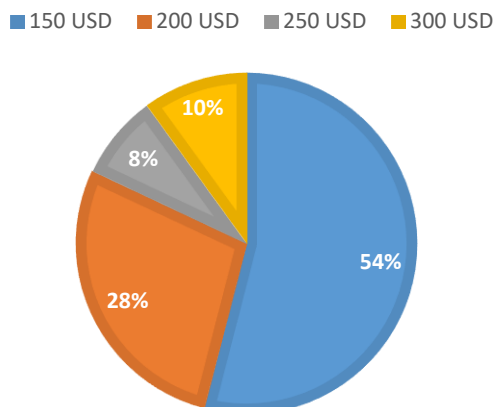
Figura 12. *¿Cuántos pagarías por un servicio de planeación estratégica?*



Fuente: elaboración propia

En una encuesta sobre el valor de un servicio de Planeación Estratégica, el 39% de los participantes estaría dispuesto a pagar 100 USD, considerándolo adecuado. Un 18% vería justo pagar 150 USD, mientras que un 25% invertiría hasta 200 USD por un análisis exhaustivo. Solo un 4% pagaría hasta 250 USD, buscando una planificación más profunda, y un 14% desembolsaría hasta 300 USD, buscando máxima calidad y un impacto significativo. Estos resultados reflejan diferentes niveles de disposición a invertir, con la mayoría buscando un equilibrio entre costo y valor.

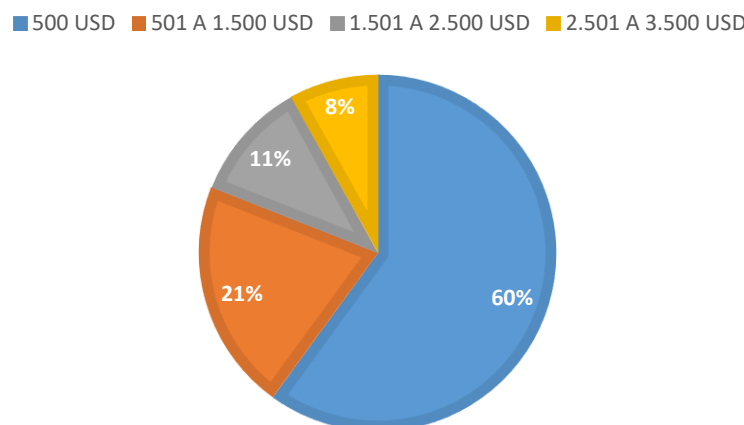
Figura 13. *¿Cuántos pagarías por un punto de equilibrio?*



Fuente: elaboración propia

En una encuesta sobre el precio de un análisis de Punto de Equilibrio, el 54% de los participantes considera que 150 USD es el precio ideal, viéndolo como un buen balance entre costo y valor. El 28% pagaría hasta 200 USD, valorando el análisis como crucial para la planificación financiera. Un 8% estaría dispuesto a pagar hasta 250 USD por un servicio más detallado, y un 10% pagaría hasta 300 USD, buscando un análisis exhaustivo. Estos resultados muestran que la mayoría busca equilibrio entre precio y valor, mientras que algunos están dispuestos a invertir más por calidad.

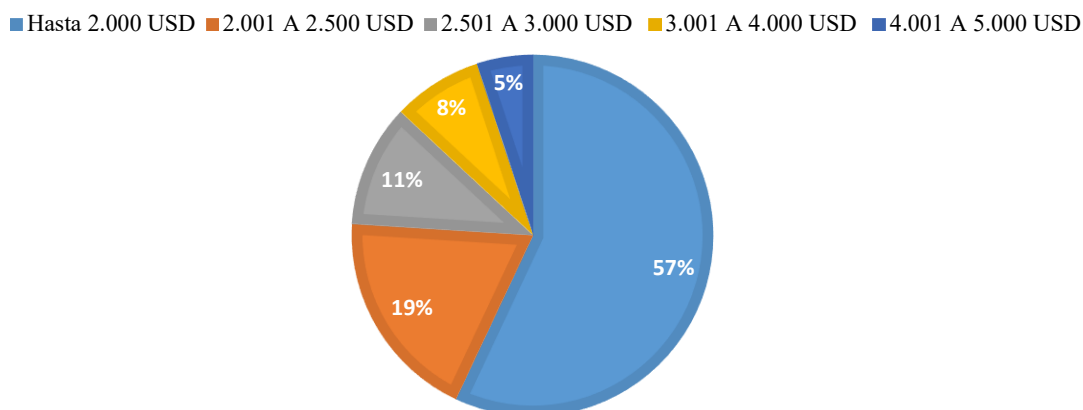
Figura 14. *Sistema de información e implementación de software*



Fuente: elaboración propia

El 60% de los encuestados pagaría hasta 500 USD por una aplicación eficiente y de buena relación costo-funcionalidad. Un 21% invertiría entre 501 y 1.500 USD, valorando características adicionales y mayor personalización. El 11% pagaría entre 1.501 y 2.500 USD por soluciones avanzadas que impacten positivamente en su empresa. Finalmente, el 8% estaría dispuesto a desembolsar entre 2.501 y 3.500 USD por una solución premium con soporte excepcional, considerándolo una inversión rentable.

Figura 15. *Combo de servicios como: planeación estratégica, reestructuración y optimización de procesos a corto plazo*



Fuente: elaboración propia

El 57% de los encuestados pagaría hasta 2.000 USD por servicios que mejoren la estrategia y procesos de la empresa. Un 19% invertiría entre 2.001 y 2.500 USD por soluciones más personalizadas. El 11% pagaría entre 2.501 y 3.000 USD por servicios exhaustivos con impacto significativo. Un 8% desembolsaría entre 3.001 y 4.000 USD buscando mayor detalle y soporte. Finalmente, el 5% pagaría entre 4.001 y 5.000 USD por una solución premium con máxima especialización y resultados.

CONCLUSIÓN

En primer lugar, la participación entre hombres y mujeres está equilibrada, con un 54% de hombres y un 46% de mujeres. Además, los encuestados son jóvenes, con un 39% en el rango de 31 a 40 años y un 31% entre 25 y 30 años. Asimismo, el alto nivel educativo de los participantes, con un 81% con educación universitaria, refuerza la idea de que están bien preparados para enfrentar los retos del entorno empresarial actual.

En cuanto a las características de las empresas, el sector de servicios profesionales lidera con un 24%, seguido por el sector financiero (13%) y la construcción (12%). La predominancia de empresas jóvenes, con un 40% que lleva entre 2 y 5 años en actividad, y el hecho de que el 84% de ellas son pequeñas, con entre 1 y 50 colaboradores, resaltan la necesidad de proporcionar apoyo específico a estos actores en crecimiento.

En este contexto, es crucial señalar los desafíos administrativos que enfrentan. La gestión del tiempo y prioridades se identifica como el principal reto, con un 27% de los encuestados señalándolo. Además, la gestión financiera (25%) y la estrategia a largo plazo (24%) son áreas que requieren atención. Estos datos evidencian la urgencia de implementar soluciones efectivas que optimicen la gestión en estas áreas críticas.

Por otra parte, aunque solo el 27% de las empresas ha contratado servicios de consultoría, un sorprendente 82% se muestra dispuesto a hacerlo en el futuro. Este interés resalta una apertura hacia la colaboración externa, especialmente en la planeación estratégica, que es considerada el área más crítica para mejorar, con un 45% de los encuestados destacándola como prioritaria.

Al analizar los factores de selección para contratar consultorías, se observa que la calidad del servicio es el criterio más relevante, con un 74% de los participantes así lo indican.

En contraste, el costo ocupa un lugar menos destacado, con solo un 17% considerándolo un factor determinante. Esto sugiere que los clientes valoran más la efectividad y el retorno sobre la inversión que el precio de los servicios.

Además, en términos de disposición a pagar, el 43% de los encuestados está dispuesto a abonar 30 USD por una consulta administrativa, mientras que el 57% considera invertir hasta 2,000 USD en un combo de servicios. En el caso de la planeación estratégica, el 54% establece 150 USD como el precio ideal para un análisis de punto de equilibrio.

De todo lo anterior, los hallazgos resaltan que las pequeñas y medianas empresas buscan soluciones para enfrentar sus desafíos administrativos. La disposición a invertir en servicios de consultoría de calidad, enfocándose en la optimización de la gestión, ofrece una oportunidad para que los proveedores de servicios diseñen ofertas que se alineen con las necesidades y expectativas del mercado. Así, se abre un camino hacia una colaboración que podría transformar las realidades empresariales actuales.

REFERENCIAS

- Achinelli Báez, M. F., & Olmedo Barchello, S. (2024). Consumo cultural y emergente en el Paraguay. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 20(2), 211-224.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9912518>
- Albano, S. (2016). Consultores, Empresarios, Herramientas de gestión y vinculación con Responsabilidad Social (Rosario). *Ciencia, docencia y tecnología*, 53, 162-204.
https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17162016000200008&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Álvarez Contreras, D. E., Jiménez Lyons, K. A., Álvarez Contreras, D. E., & Jiménez Lyons, K. A. (2020). LA CONSULTORÍA Y ASESORÍA: ALIADA ESTRATÉGICA PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA. *Tendencias*, 21(1), 252-271.
<https://doi.org/10.22267/rtend.202101.136>
- Amarilla, J. S. G., & Roman, N. B. E. (2025). Estrategias de Asignación de Precios en el Sector de Repostería en la Ciudad de Ayolas, Paraguay—Año 2024. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1),
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16181
- Aragão, J. F., Costa, S. A. L., Araújo, S. da C., & Andrade, J. do N. T. (2023). Importância da Consultoria Empresarial como Ferramenta de Gestão Estratégica em Empresas de Pequeno Porte. ID on line. *Revista de psicologia*, 17(68). <https://doi.org/10.14295/online.v17i68.3847>
- Burbano, M. J. P., Paspuel, O. G. A., Hernández, S. del R. Á., & Gualsaquí, J. C. (2019). La consultoría administrativa: Una oportunidad de negocio en la ciudad de Ibarra. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v3i1i1.1233>
- Calderón, X. N. Y., Soledispa, R. A. V., & Poveda, M. L. P. (2021). Crecimiento empresarial: Estrategia de desarrollo del mercado en el sector MIPYMES. *Revista Publicando*, 8(31), Article 31.
<https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2236>
- Caputo, A., Pizzi, S., Pellegrini, M. M., & Dabić, M. (2021). Digitalization and business models: Where are we going? A science map of the field. *Journal of Business Research*, 123, 489-501.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.053>
- Duarte Sánchez, D. D., & Guerrero Barreto, R. (2024). Revisión de técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación de mercado. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativas*, 3(1). <https://educaciontributaria.com.py/revista/index.php/rcetca/article/view/52>
- Duarte Sánchez, D., & Guerrero Barreto, R. (2024). La investigación cuantitativa en las ciencias sociales. *REVISTA CIENTÍFICA UNE*, 7(1). http://revistas.une.edu.py/index.php/revista_une/article/view/275
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA* (1.a ed.). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES,.
- Jiménez, O. D. F. (2021). Oferta y Demanda de Productos Electrónicos, (computadoras, celulares) Pilar, Paraguay; durante la Pandemia Covid – 19. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3).
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.502
- Kwan Chung, C. K., Urbieta-Almada, M. B., González-Ayala, G. G., Gorostiaga-Tippach, J. M., Cáceres-Ocampos, M. E., & Díaz-Vega, M. R. (2022). Percepción sobre la calidad de servicio brindado por la

- agencia de viajes Apleno S.A. - Paraguay mediante el modelo servqual. Revista Científica de la UCSA, 9(2). <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.02.103>
- León Vázquez, I. I. D., Melchor Chávez, P., Viveros Viveros, L. M., Silva Cruz, A. K., Ángeles Segovia, R., & Vélez Díaz, D. (2018). La Consultoría Administrativa en la PyMes de la Región del Valle del Mezquital. XIKUA Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan, 6(12). <https://doi.org/10.29057/xikua.v6i12.3205>
- López Zapata, E., Sepúlveda Rivillas, C. I., & Arenas Cardona, H. A. (2010). La consultoría de gestión humana en empresas medianas. Estudios Gerenciales, 26(114), 149-168. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0123-59232010000100008&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Lozano Posso, M. (2009). Elementos para la consultoría en empresas familiares. Pensamiento & Gestión, 26, 214-237. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-62762009000100010&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Lozano Ramirez, M. C. (2022). Dinámicas de aprendizaje organizacional en empresas de consultoría / Dynamics of organizational learning in consulting companies. Brazilian Journal of Business, 4(2), 724-734. <https://doi.org/10.34140/bjbv4n2-009>
- Pérez, Y. A., Rojas, R. O. V., & Catunta, D. J. C. (2022). Verdad y validez del conocimiento. Premisas para la consultoría administrativa. Economía & Negocios, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1329>
- Procópio, B. U., & Pereira, K. M. (2021). Consultoria empresarial: A importância da consultoria empresarial em um cenário competitivo. <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/8269>
- Rodríguez, S. M. A., Laino, R., Soto, C., Musálem, K., Kulik, N. P., Marín, L. J. V., Fernández, M. L. Q., & Villalba, J. D. G. (2023). Estado del arte sobre el pago por servicios ambientales en Paraguay: Dieciséis años de gestión. Ecología Austral, 33(2), Article 2. <https://doi.org/10.25260/EA.23.33.2.0.2037>
- Román Medina, L. (2023). Impacto de la inflación en las decisiones adoptadas por consumidores. Departamento de Paraguarí, Paraguay. Año 2021. Revista Ciencias Económicas, 4(8), 28-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9148204>.