

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2025,
Volumen 9, Número 1.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1

**IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS
INNOVACIONES EN PRODUCCION Y
COMERCIALIZACION DE FERIANTES DE
PRODUCTOS FRUTHORTÍCOLAS EN
AYOLAS, MISIONES (2024)**

**IMPLEMENTATION OF NEW INNOVATIONS IN
PRODUCTION AND MARKETING OF FRUIT AND
VEGETABLE PRODUCT FAIRS IN AYOLAS, MISIONES (2024)**

Vilma Ceferina Medina Acosta
Universidad Nacional De Pilar

Adriana Elizabeth Cáceres Acuña
Universidad Nacional De Pilar

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16153

Implementación de nuevas innovaciones en producción y comercialización de feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones (2024)

Vilma Ceferina Medina Acosta¹

vilmamedinaacosta@gmail.com

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas
y Económicas
Universidad Nacional De Pilar

Adriana Elizabeth Cáceres Acuña

humber05duarte@gmail.com

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas
y Económicas
Universidad Nacional De Pilar

RESUMEN

En el presente artículo se estudian las innovaciones implementadas en aspectos de producción y comercialización por los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones, y su impacto en la productividad y desempeño económico. A través de un enfoque descriptivo y analítico, se busca comprender las técnicas utilizadas por estos pequeños productores para adaptarse a las demandas del mercado y mejorar sus procesos comerciales. Asimismo, se examinan los obstáculos que enfrentan al adoptar nuevas prácticas administrativas, así como la percepción de sus clientes respecto a estas innovaciones. Los hallazgos destacan que los feriantes han adoptado diversas estrategias innovadoras, como nuevas técnicas de cultivo, mejoras en la presentación y empaque de productos, y el uso de tecnologías digitales para la comercialización. Estas prácticas han generado resultados positivos, con un aumento significativo o moderado en los ingresos reportado por más del 90% de los participantes. Además, los clientes muestran un alto nivel de satisfacción frente a las innovaciones implementadas, lo que refuerza la importancia de estas estrategias para el éxito comercial. Sin embargo, se identifican importantes obstáculos, tales como la falta de recursos económicos, resistencia al cambio y carencia de capacitación técnica, que limitan la capacidad de los feriantes para adoptar más innovaciones. Estos desafíos sugieren la necesidad de intervenciones dirigidas, como el acceso a financiamiento, capacitación y creación de redes de contacto entre feriantes, para potenciar aún más su competitividad y sostenibilidad.

Palabras Clave: innovaciones, feriantes, productos frutihortícolas, productividad

¹ Autor principal

Correspondencia: vilmamedinaacosta@gmail.com

Implementation of new innovations in production and marketing of fruit and vegetable product fairs in Ayolas, Misiones (2024)

ABSTRACT

This article studies the innovations implemented in aspects of production and marketing by vendors of fruit and vegetable products in Ayolas, Misiones, and their impact on productivity and economic performance. Through a descriptive and analytical approach, we seek to understand the techniques used by these small producers to adapt to market demands and improve their commercial processes. Likewise, the obstacles they face when adopting new administrative practices are examined, as well as the perception of their clients regarding these innovations. The findings highlight that fairground vendors have adopted various innovative strategies, such as new cultivation techniques, improvements in product presentation and packaging, and the use of digital technologies for marketing. These practices have generated positive results, with a significant or moderate increase in income reported by more than 90% of participants. Furthermore, customers show a high level of satisfaction with the innovations implemented, which reinforces the importance of these strategies for commercial success. However, important obstacles are identified, such as lack of economic resources, resistance to change and lack of technical training, which limit the ability of exhibitors to adopt further innovations. These challenges suggest the need for targeted interventions, such as access to financing, training and networking among exhibitors, to further enhance their competitiveness and sustainability.

Keywords: innovations, fairs, fruit and vegetable products, productivity

Artículo recibido 05 diciembre 2024
Aceptado para publicación: 25 enero 2025



INTRODUCCIÓN

La implementación de innovaciones en el emprendimiento de feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones, responde a la creciente necesidad de optimizar los procesos productivos y comerciales en un sector afectado por desafíos tanto climáticos como económicos. Como señalan Gabriel, Delvalle, Padilla, Pincay, Ayón, Narváez y González (2020), los emprendedores frutihortícolas necesitan una gestión minuciosa de sus recursos en cada fase de producción, desde la preparación del terreno hasta la comercialización de los productos. Esto incluye factores como la elección de semillas, el control del suelo, la fertilización, el manejo de agua, y la supervisión de plagas y enfermedades, todos ellos determinantes para mejorar la calidad y competitividad de los productos frutihortícolas.

En un contexto donde la competencia internacional y los cambios climáticos afectan a los pequeños productores, las innovaciones en producción y mercadeo se tornan indispensables. Según Gómez Espín (2004), la globalización del mercado obliga a los productores locales a adaptarse, incorporando innovaciones que agreguen valor a sus productos y satisfagan las exigencias de consumidores en constante cambio. Estas innovaciones no solo favorecen la productividad, sino que también se traducen en una mayor competitividad en el mercado (Rojo, Padilla y Riojas, 2019).

La administración eficiente de estos recursos es esencial para los feriantes, ya que les permite lograr una mejor organización y alcanzar sus objetivos productivos. Pantoja y Salazar Garza-Treviño (2019) destacan la importancia de una administración adecuada en cualquier actividad económica, señalando que es la base tanto para la convivencia social como para la consecución de objetivos específicos. Además, la evolución de las teorías administrativas, con enfoques que van desde la mecanización hasta los sistemas integrados, ofrecen herramientas clave para que los feriantes puedan organizar y estructurar sus operaciones de manera efectiva (Pantoja-Aguilar y Salazar Garza-Treviño, 2019).

En el ámbito de los pequeños productores, innovar no implica necesariamente contar con grandes recursos o infraestructura, sino maximizar las capacidades productivas existentes. Como explica Ciro-Gallo (2021), el tamaño de la empresa o sus recursos materiales no garantizan una ventaja competitiva sobre las pequeñas y medianas empresas (pymes), que muchas veces pueden sobresalir mediante el uso inteligente y eficiente de sus limitados recursos.



La necesidad de adaptarse a un entorno cambiante, tanto en lo económico como en lo social, requiere una respuesta estratégica que potencie las capacidades internas de los emprendimientos. Urcid-Puga y Rojas (2020) mencionan que las organizaciones actuales enfrentan transformaciones sociales, culturales, económicas y políticas, lo cual obliga a los emprendedores a ser flexibles e innovadores para mantenerse en el mercado. De acuerdo con Porter (2019), las políticas empresariales deben alinearse con objetivos estratégicos que aseguren una ventaja competitiva sostenible.

En Paraguay, las ferias agropecuarias han demostrado ser una fuente importante de ingresos para muchas familias rurales, proporcionando un medio de subsistencia y contribuyendo al bienestar socioeconómico. Según la Agencia de Información Paraguaya (AIP, 2022), en 2021, las Ferias de la Agricultura Familiar Campesina generaron aproximadamente 15.000 millones de guaraníes en ingresos para familias rurales, demostrando el impacto positivo que estas actividades pueden tener en las comunidades. Asimismo, la Itaipú Binacional (2022) señala que más de mil familias productoras generaron ingresos significativos mediante ferias apoyadas por esta entidad y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, contribuyendo a la reactivación económica de las áreas rurales.

La Constitución Nacional de Paraguay, en su Artículo 114, reconoce la importancia de la Reforma Agraria como un mecanismo para promover el bienestar rural y garantizar que las poblaciones campesinas se integren al desarrollo económico y social. Adicionalmente, la Ley N° 2.419/2004 que crea el Instituto Nacional de Desarrollo Rural y de la Tierra (INDERT) refuerza la relevancia de la Agricultura Familiar Campesina (AFC) como un modelo de producción que, aunque principalmente destinado al autoconsumo, genera ingresos adicionales mediante el comercio en ferias (INDERT, 2004). El protocolo establecido por la Dirección de Comercialización del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2020) para la organización de ferias agropecuarias asegura la calidad y presentación de los productos, estableciendo parámetros para la instalación, horario, productos permitidos, y la determinación de precios. Estas regulaciones no solo fomentan la transparencia y la competitividad entre los feriantes, sino que también permiten que los consumidores obtengan productos frescos y de calidad directamente del productor, eliminando intermediarios y favoreciendo la economía local.

La implementación de innovaciones en el ámbito del emprendimiento de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones, se presenta como una iniciativa clave para el fortalecimiento del sector, no solo en



términos económicos sino también sociales. Según Gargate Obregón (2022), a lo largo de los años, múltiples eventos han generado cambios profundos en el panorama mundial, impulsando la necesidad de nuevos paradigmas en la estrategia empresarial, donde la innovación es un elemento central. Este enfoque hacia la innovación se traduce en oportunidades y desafíos específicos para los emprendedores, quienes deben adaptarse constantemente a las exigencias del mercado y a las demandas de los consumidores. La globalización y la competencia de mercados, tal como destaca Gómez Espín (2004), han impuesto una presión constante sobre los productores locales, obligándolos a innovar y a generar valor agregado en sus productos para garantizar su competitividad en un entorno cada vez más exigente. En este sentido, la investigación se justifica al abordar la implementación de innovaciones en los procesos productivos y comerciales de los feriantes de productos frutihortícolas. Las innovaciones, tal como sostienen Rojo, Padilla y Riojas (2019), no solo aumentan la productividad y competitividad de las empresas, sino que también están íntimamente relacionadas con el desarrollo económico y el bienestar social. Este marco sitúa a la innovación como una estrategia indispensable para que los emprendedores de Ayolas logren mayor rentabilidad y estabilidad, en especial en un contexto donde la economía rural enfrenta desafíos de sostenibilidad.

Además, el proceso de diagnóstico organizacional se convierte en un recurso esencial para identificar las fortalezas y oportunidades de mejora dentro de estos emprendimientos. Arrieta et al. (2021) enfatizan que el diagnóstico permite optimizar los recursos internos y generar una capacidad estratégica que resulta fundamental para implementar innovaciones efectivas. En el caso de los emprendedores frutihortícolas, un diagnóstico preciso facilita el desarrollo de prácticas de manejo y producción más sostenibles y competitivas, abarcando desde la selección de semillas hasta el manejo postcosecha, como indican Gabriel et al. (2020).

A partir de esta base, los objetivos de la presente investigación se enfocan en evaluar cómo las innovaciones en los procesos productivos y comerciales pueden optimizar el emprendimiento de los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones.

Entre los objetivos específicos, se busca analizar las técnicas empleadas por los feriantes para mejorar la productividad, examinar cómo la implementación de nuevas prácticas administrativas y comerciales

impacta en el desempeño económico de estos pequeños productores e identificar los obstáculos para la implementación de innovaciones.

La investigación, por tanto, pretende contribuir a la consolidación de una estructura de innovación dentro de este sector agrícola, abordando aspectos específicos que impactan en la calidad y cantidad de los productos ofrecidos.

METODOLOGÍA

La metodología del presente estudio, titulado "*Implementación de Innovaciones en el Emprendimiento de Feriantes de Productos Frutihortícolas en Ayolas, Misiones (2024)*", se ha diseñado para recopilar datos precisos y relevantes, garantizando un análisis profundo sobre el impacto de las innovaciones en la producción y comercialización de productos frutihortícolas en la región. A continuación, se detallan los elementos metodológicos empleados.

Tipo de Estudio

El estudio es de tipo descriptivo, ya que busca caracterizar y analizar las prácticas innovadoras en los emprendimientos de feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones. Según Gamboa Graus (2017), los estudios descriptivos tienen como objetivo principal observar, identificar y detallar las características de un fenómeno o situación específica. Este tipo de investigación no solo se limita a describir, sino que también permite analizar y comprender las relaciones entre las variables estudiadas. A través de un enfoque descriptivo, se identifica las características de las innovaciones implementadas y su influencia en el desempeño económico y social de los productores locales.

Métodos de Investigación

Enfoque Cualitativo-Cuantitativo: Se adopta un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo para lograr una comprensión integral del fenómeno estudiado. El enfoque cuantitativo permite cuantificar las prácticas innovadoras y evaluar su impacto en el rendimiento y competitividad de los emprendimientos. Por su parte, el enfoque cualitativo facilita una exploración más profunda de las percepciones y experiencias de los feriantes, aportando un contexto relevante que enriquecerá los hallazgos cuantitativos. De acuerdo con Morales y Sangerman (2017), el uso de un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo es fundamental para obtener una visión integral y completa del fenómeno en estudio.

Fuentes de Información

Fuentes Primarias: La información primaria es recabada directamente de los feriantes de productos frutihortícolas a través de encuestas estructuradas, orientadas a obtener datos específicos sobre las prácticas innovadoras que implementan, así como sus percepciones acerca del impacto de estas innovaciones en sus actividades.

Fuentes Secundarias: Se utiliza fuentes secundarias como investigaciones previas, documentos institucionales, publicaciones académicas, y datos oficiales que brinden contexto sobre el sector agrícola y la innovación en los emprendimientos rurales en Paraguay. Estas fuentes ayudan a contextualizar los hallazgos y contrastarlos con estudios y teorías relevantes.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Encuesta: La técnica principal de recolección de datos es la encuesta estructurada, diseñada con preguntas cerradas y abiertas para captar tanto datos cuantitativos como cualitativos. Las preguntas abordan aspectos como la implementación de tecnologías, el manejo de la producción, las prácticas de comercialización y la percepción de los beneficios generados por la innovación. Esta herramienta permite analizar patrones comunes y variaciones en las prácticas de innovación de los productores.

Población y Muestra

Población: La población objeto de estudio incluye a los feriantes dedicados a la venta de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones. Estos feriantes representan a un segmento de la población rural que desempeña un rol importante en la economía local, promoviendo el consumo de productos frescos y generando ingresos para sus familias.

Muestra: Para determinar la muestra se aplica un muestreo probabilístico, seleccionando a un número representativo de feriantes que participen activamente en las ferias de la región. La muestra garantiza que los resultados puedan generalizarse a la población total de feriantes, permitiendo obtener una visión integral sobre las innovaciones implementadas y su efectividad en los emprendimientos frutihortícolas de Ayolas.

Esta metodología, respaldada por Cadena-Iñiguez et al. (2017), asegura la recopilación adecuada de datos, posibilitando un análisis riguroso del papel que desempeña la innovación en los emprendimientos

locales. Además, contribuye a identificar cómo estas prácticas pueden mejorar la competitividad y el bienestar de los feriantes, fortaleciendo así la sostenibilidad económica de sus actividades.

3.6 Criterios de Inclusión y Exclusión

Criterios de Inclusión

Feriantes de productos frutihortícolas: Solo se incluyen aquellos que se dediquen a la producción y venta de frutas, verduras y hortalizas en la feria local.

Residencia en Ayolas, Misiones: Los participantes deben residir en la región de Ayolas para asegurar la representatividad de la población objetivo.

Participación activa en ferias locales: Solo se incluyen feriantes que participan regularmente en las ferias de la región.

Disponibilidad para responder: Los feriantes deben estar dispuestos a participar en el estudio y completar la encuesta.

Experiencia mínima de un año: Solo se incluyen feriantes con al menos un año de experiencia en la venta de productos frutihortícolas.

Criterios de Exclusión

Feriantes de otros productos: Se excluyen los feriantes que venden productos distintos a los frutihortícolas, como artículos de artesanía o alimentos procesados, ya que su dinámica de ventas y prácticas podrían diferir.

Residencia fuera de Ayolas, Misiones: Aquellos feriantes que no residan en la región de Ayolas son excluidos para mantener el enfoque en el contexto local.

Participación esporádica en ferias: Los feriantes que participan ocasionalmente en la feria son excluidos, ya que su contribución no representa la regularidad deseada para el análisis de prácticas y efectos de innovación.

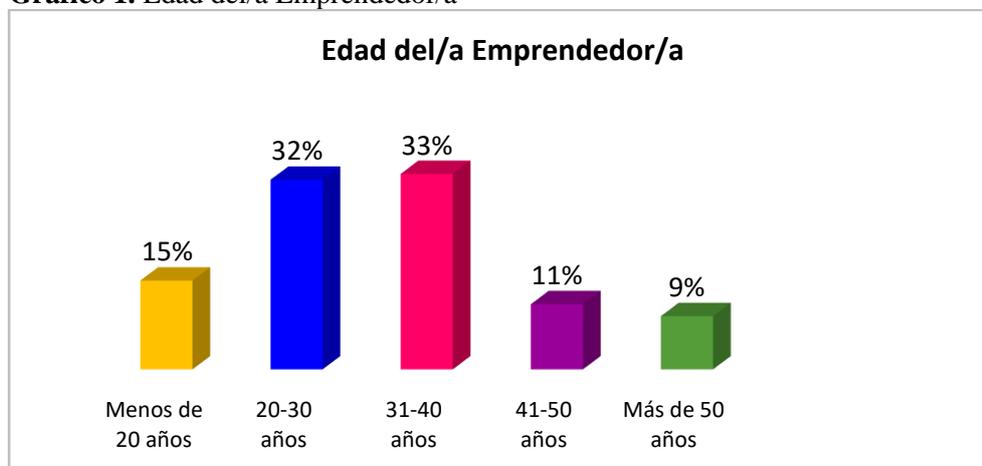
Falta de disposición a colaborar: Se excluyen aquellos feriantes que no deseen participar o que no estén disponibles para responder a las preguntas de la encuesta.

Menos de un año de experiencia: Feriantes con menos de un año en la actividad son excluidos, para evitar incluir participantes con una visión y experiencia limitadas.

RESULTADOS

Resultado de la Encuesta a dirigido a los feriantes de productos frutihortícolas

Grafico 1. Edad del/a Emprendedor/a



Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

El análisis de los datos obtenidos de la encuesta dirigida a los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas muestra una distribución etaria variada entre los emprendedores. La mayor proporción de feriantes se encuentra en el rango de edad de 31 a 40 años, representando el 33% del total. Este grupo destaca por estar en una etapa productiva clave, lo que refleja su compromiso con el emprendimiento. Le sigue el rango de 20 a 30 años, con un 32%, indicando una fuerte presencia de jóvenes emprendedores que participan activamente en este sector.

Por otra parte, el 15% corresponde a feriantes menores de 20 años, lo que evidencia un interés incipiente de las nuevas generaciones en estas actividades económicas. Los emprendedores de 41 a 50 años representan un 11%, mientras que los mayores de 50 años constituyen el 9%. Estos últimos aportan experiencia, aunque en menor proporción dentro del total.

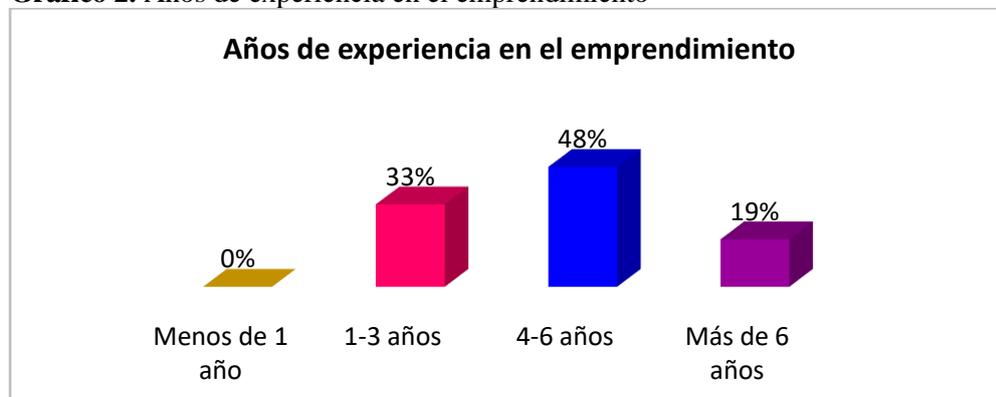
Estos resultados resaltan la diversidad de edades en los feriantes, reflejando tanto la inclusión de jóvenes innovadores como la continuidad de personas con más experiencia en el sector.

Los datos recopilados de la encuesta aplicada a los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas revelan una distribución de género equilibrada entre los emprendedores. El 52% de los participantes son hombres, mientras que el 48% son mujeres.

Este resultado destaca la significativa participación femenina en un ámbito tradicionalmente dominado por hombres, lo que sugiere una tendencia hacia una mayor equidad de género en actividades

económicas rurales. A pesar de la ligera mayoría masculina, la diferencia porcentual es pequeña, lo que refleja un escenario inclusivo donde ambos géneros contribuyen activamente al desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos locales.

Grafico 2. Años de experiencia en el emprendimiento



Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

El análisis de la encuesta aplicada a los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas indica una amplia diversidad en los años de experiencia de los emprendedores. Ninguno de los encuestados se encuentra en la categoría de menos de un año, lo que refleja una estabilidad mínima en los negocios.

El 33% de los feriantes tiene entre 1 y 3 años de experiencia, representando a un grupo en etapas iniciales de consolidación de sus emprendimientos. Por otro lado, el 48%, que constituye el porcentaje más alto, posee entre 4 y 6 años de experiencia, indicando una madurez significativa en sus actividades comerciales y productivas. Finalmente, el 19% de los feriantes cuenta con más de 6 años de experiencia, destacándose como el segmento más consolidado y con mayor conocimiento acumulado en el sector.

Estos resultados muestran que la mayoría de los feriantes ha superado las primeras etapas de establecimiento y desarrollo, lo que puede influir positivamente en la implementación de nuevas innovaciones y prácticas en sus procesos de producción y comercialización. Además, la experiencia acumulada en el sector es un factor clave que puede ser aprovechado para fortalecer las capacidades y competitividad de los feriantes en el mercado local.

Grafico 3. Tipo de productos que ofrece en la feria



Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

La encuesta aplicada a los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas revela una amplia variedad de productos ofertados en las ferias locales. Un 6% de los feriantes se dedica exclusivamente a la venta de frutas, mientras que el 18% se enfoca en verduras, siendo este el grupo más representativo entre los que ofrecen un solo tipo de producto. Por otro lado, un 6% ofrece hortalizas, y un 11% se especializa en productos procesados, como conservas, mermeladas u otros derivados de productos agrícolas.

El dato más relevante es que el 59% de los feriantes opta por diversificar su oferta, comercializando una combinación de frutas, verduras, hortalizas y productos procesados. Este enfoque diversificado no solo les permite atender una mayor variedad de demandas de los consumidores, sino también optimizar sus ingresos al ofrecer una gama más amplia de opciones.

Estos resultados reflejan una tendencia hacia la diversificación como estrategia para competir en el mercado, adaptarse a las necesidades de los clientes y maximizar el uso de sus recursos. La diversidad en la oferta también resalta el potencial de los feriantes para implementar innovaciones en la producción y comercialización, aprovechando su experiencia en múltiples áreas del sector frutihortícola.

Objetivo 1: Identificar las innovaciones implementadas en el emprendimiento.

Tipo de innovaciones ha implementado en su actividad

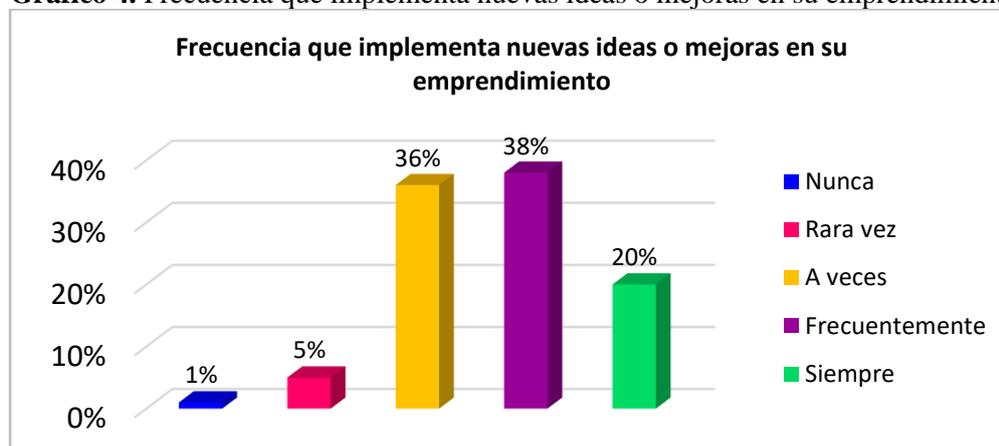
Los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas han adoptado diversas innovaciones para mejorar su producción y comercialización. Una de las más destacadas es la incorporación de nuevas técnicas de cultivo, que han permitido optimizar el rendimiento de sus cosechas y garantizar una mayor calidad de los productos ofrecidos. Asimismo, muchos han implementado nuevos métodos de comercialización,

como la participación en mercados itinerantes y ferias especializadas, lo que ha ampliado su alcance y base de clientes.

Otra innovación significativa es la mejora en la presentación y empaque de productos, enfocada en ofrecer una imagen más atractiva y profesional que incremente las ventas. Además, algunos feriantes han comenzado a incorporar el uso de tecnología, especialmente redes sociales y aplicaciones móviles, para promocionar sus productos, coordinar pedidos, y mejorar la interacción con los consumidores.

Estas innovaciones no solo han fortalecido la competitividad de los feriantes, sino que también reflejan una adaptación progresiva a las exigencias del mercado moderno, combinando prácticas tradicionales con estrategias tecnológicas y comerciales más avanzadas.

Grafico 4. Frecuencia que implementa nuevas ideas o mejoras en su emprendimiento



Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

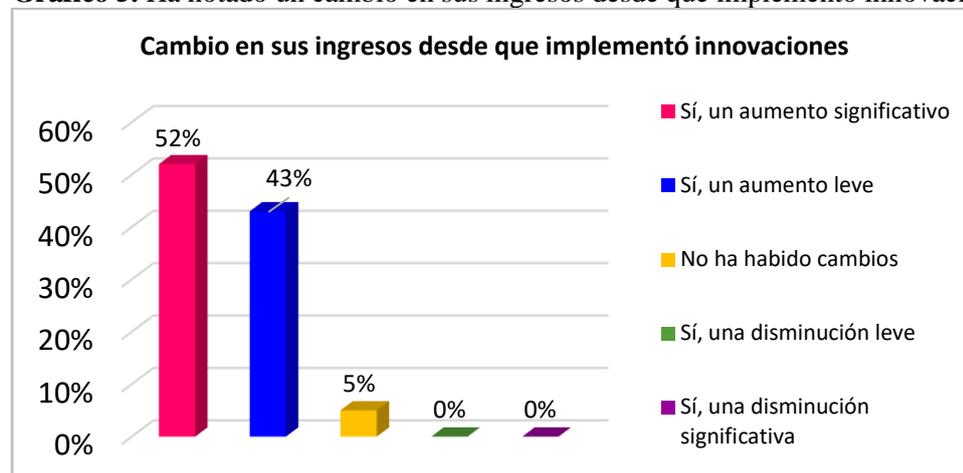
Los resultados indican que la mayoría de los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas tienen una actitud proactiva hacia la mejora continua de sus emprendimientos. Un 38% de los encuestados señala que frecuentemente implementa nuevas ideas o mejoras en sus actividades, mientras que un 20% afirma hacerlo siempre, demostrando un compromiso constante con la innovación y la adaptación a las demandas del mercado.

Por otro lado, un 36% de los feriantes menciona que a veces introduce cambios en su forma de trabajo, lo que refleja cierta disposición a innovar, aunque no de manera regular. Sin embargo, un pequeño porcentaje muestra una baja frecuencia en la adopción de mejoras: 5% rara vez y 1% nunca implementa nuevas ideas en su actividad.

Estos datos resaltan una tendencia general hacia la implementación de innovaciones, aunque todavía existe un margen para fomentar una mayor regularidad en aquellos que innovan con menor frecuencia, lo que podría potenciar aún más el desarrollo de sus emprendimientos.

Objetivo 2: Evaluar el impacto de las innovaciones en la actividad comercial.

Grafico 5. Ha notado un cambio en sus ingresos desde que implementó innovaciones

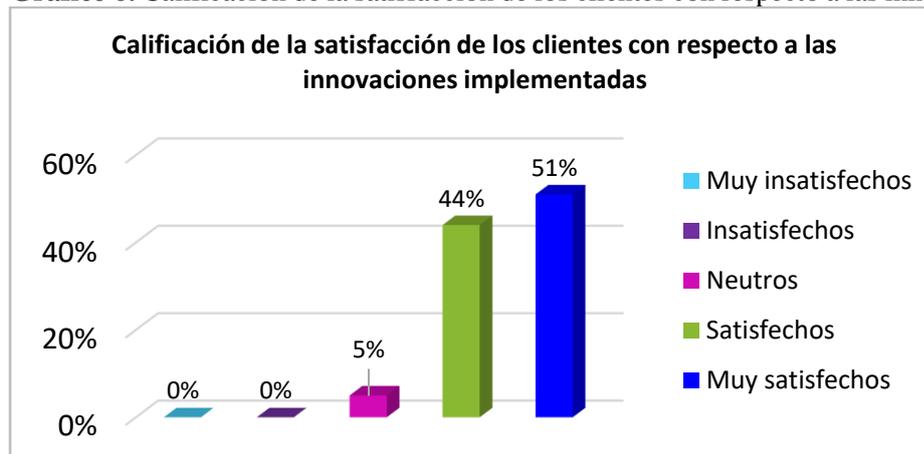


Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

En cuanto al impacto de las innovaciones en la actividad comercial, los resultados muestran que la gran mayoría de los feriantes ha experimentado una mejora en sus ingresos tras implementar innovaciones en sus emprendimientos. Un 52% de los encuestados ha notado un aumento significativo en sus ingresos, lo que sugiere que las innovaciones implementadas han tenido un efecto positivo considerable en el desempeño comercial. Además, un 43% de los feriantes ha observado un aumento leve en sus ingresos, lo que también indica que las innovaciones han tenido un impacto positivo, aunque de menor magnitud. Por otro lado, un 5% de los encuestados no ha notado ningún cambio en sus ingresos, lo que podría reflejar que los efectos de las innovaciones aún no se han materializado o que las mejoras no han sido suficientemente significativas en su contexto específico. Es relevante destacar que ningún encuestado reportó una disminución en sus ingresos, ya sea leve o significativa, lo que sugiere que las innovaciones implementadas no han tenido efectos negativos en la actividad comercial de los feriantes.

Este resultado refleja la percepción generalizada de que las innovaciones aplicadas en los emprendimientos frutihortícolas están contribuyendo positivamente al incremento de los ingresos, lo cual refuerza la importancia de seguir impulsando la innovación en estos negocios.

Grafico 6. Calificación de la satisfacción de los clientes con respecto a las innovaciones implementadas



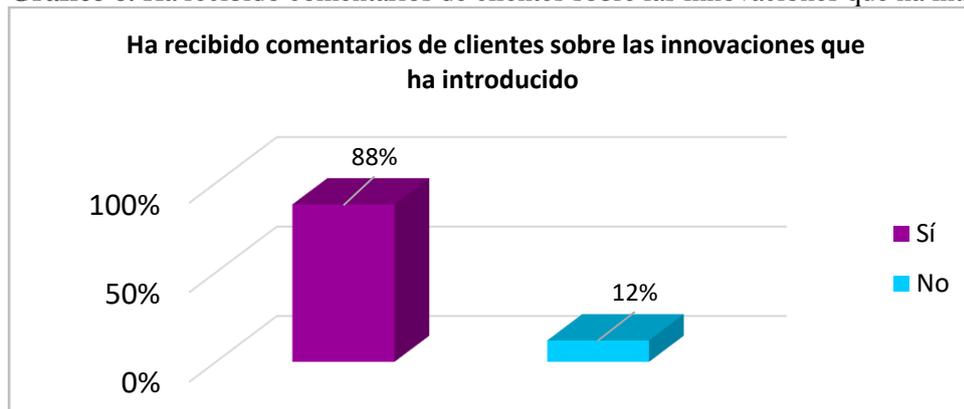
Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

En cuanto a la satisfacción de los clientes con respecto a las innovaciones implementadas por los feriantes, los resultados indican una evaluación positiva en su mayoría. Un 51% de los encuestados calificó la satisfacción de sus clientes como "muy satisfechos", lo que refleja una apreciación notablemente positiva de las innovaciones en los productos y servicios ofrecidos. Además, un 44% de los feriantes indicó que sus clientes se encuentran "satisfechos", lo que también sugiere una percepción favorable, aunque con una intensidad menor en comparación con los que calificaron como "muy satisfechos".

Es importante resaltar que ningún encuestado reportó niveles de insatisfacción, ya que no se registraron respuestas de "muy insatisfechos", "insatisfechos" ni "neutros". Esto sugiere que las innovaciones implementadas han tenido un impacto positivo en la percepción de los clientes y en su nivel de satisfacción, lo que podría contribuir a la fidelización de los mismos y a un posible aumento en la demanda de los productos frutihortícolas.

Este resultado destaca la efectividad de las innovaciones implementadas en cuanto a la mejora de la experiencia del cliente, lo cual es clave para el éxito sostenido de los emprendimientos en las ferias.

Grafico 6. Ha recibido comentarios de clientes sobre las innovaciones que ha introducido

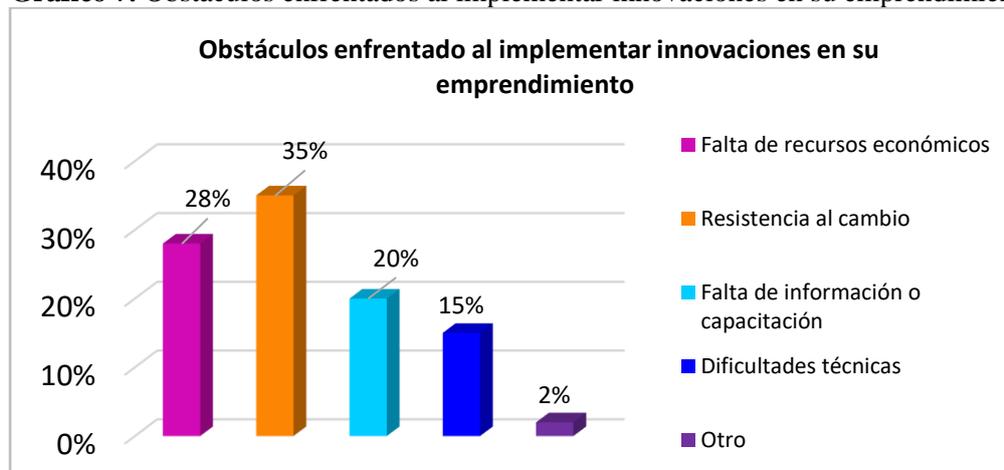


Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

El 88% de los encuestados indicó que ha notado un aumento significativo en sus ingresos desde que implementaron innovaciones en sus emprendimientos. Este dato refleja un impacto positivo y directo de las nuevas prácticas en la actividad comercial de los feriantes. En contraste, solo un 12% de los encuestados señaló que no ha experimentado cambios en sus ingresos, lo que podría sugerir que, a pesar de las innovaciones, otros factores ajenos a estas podrían estar influyendo en sus resultados financieros. Al analizar los comentarios más comunes de aquellos que respondieron afirmativamente, muchos mencionaron que las innovaciones en la presentación y empaque de los productos, así como el uso de nuevas técnicas de cultivo y la adopción de tecnología (redes sociales y aplicaciones móviles), han permitido llegar a más clientes y mejorar la percepción de calidad de sus productos. También hubo menciones sobre cómo las nuevas estrategias de comercialización han facilitado la diversificación de los canales de venta, alcanzando mercados más amplios. Estos comentarios indican que las innovaciones no solo mejoraron la oferta en términos de calidad y presentación, sino que también contribuyeron a una mayor visibilidad y competitividad en el mercado, lo que se traduce en el aumento de ingresos. Este resultado subraya la efectividad de las innovaciones implementadas en mejorar el rendimiento económico de los feriantes, confirmando su impacto positivo en la actividad comercial.

Objetivo 3: Identificar los obstáculos para la implementación de innovaciones.

Grafico 7. Obstáculos enfrentados al implementar innovaciones en su emprendimiento



Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

En relación con los obstáculos enfrentados al implementar innovaciones en sus emprendimientos, los feriantes señalaron varias dificultades que limitan la adopción de nuevas prácticas. El 35% de los encuestados mencionó la resistencia al cambio, tanto por parte de los empleados como de los miembros de la familia, lo que refleja una barrera cultural o de adaptación dentro del entorno del emprendimiento. Este dato indica que, en muchos casos, las personas involucradas no están completamente dispuestas a adoptar nuevas formas de trabajo, lo que puede ralentizar la implementación de innovaciones.

El 28% de los feriantes citó la falta de recursos económicos como uno de los principales obstáculos, lo que indica que la falta de capital suficiente limita la capacidad de los emprendedores para invertir en nuevas tecnologías, mejorar la infraestructura o cubrir los costos de las innovaciones. Este factor es crucial, ya que muchas de las mejoras, como el uso de tecnología avanzada o la mejora en el empaque, requieren de una inversión inicial que no todos los feriantes pueden permitirse.

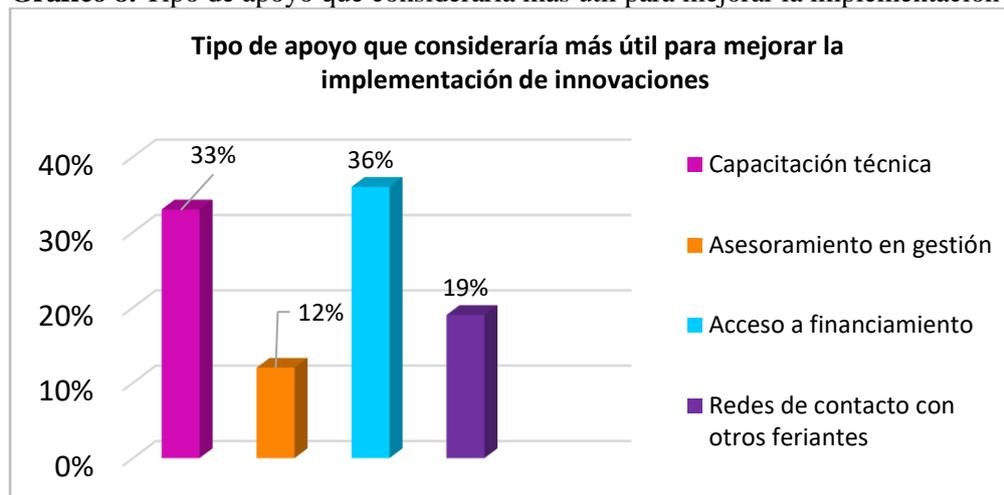
Un 20% indicó que la falta de información o capacitación es otro obstáculo importante. La falta de conocimientos sobre las mejores prácticas o sobre cómo implementar ciertas innovaciones puede llevar a una subutilización de las oportunidades de mejora disponibles.

Posteriormente, el 15% de los encuestados mencionó dificultades técnicas, como el acceso limitado a tecnología, lo que puede ser un reto importante en áreas rurales donde la infraestructura digital o el acceso a herramientas tecnológicas no siempre son óptimos.

Solo un 2% mencionó otros obstáculos específicos, como problemas relacionados con la disponibilidad de productos o insumos.

Este panorama muestra que, aunque los feriantes están interesados en implementar innovaciones, enfrentan barreras significativas que deben ser superadas para facilitar la adopción y maximizar los beneficios de las innovaciones en sus emprendimientos.

Grafico 8. Tipo de apoyo que consideraría más útil para mejorar la implementación de innovaciones



Fuente: Resultado de la Encuesta a los feriantes de productos frutihortícolas

Los feriantes encuestados identificaron varias áreas en las que consideran que recibir apoyo podría facilitar la implementación de innovaciones en sus emprendimientos. En primer lugar, el 36% de los participantes destacó la necesidad de acceso a financiamiento como el apoyo más útil. Esto subraya que la falta de recursos económicos sigue siendo una barrera clave para la adopción de innovaciones, ya que muchas de estas requieren una inversión inicial significativa.

Por otro lado, el 33% de los encuestados consideró que la capacitación técnica sería fundamental para mejorar sus prácticas innovadoras. La formación especializada en áreas como nuevas tecnologías de cultivo, técnicas de comercialización o el uso de herramientas digitales podría permitirles optimizar sus procesos y aumentar su competitividad.

Un 19% de los feriantes manifestó que las redes de contacto con otros feriantes podrían ser útiles, lo que indica la importancia de compartir experiencias, conocimientos y buenas prácticas dentro de la comunidad. El intercambio de ideas y estrategias entre pares podría fortalecer las capacidades de los emprendedores locales. Y el 12% mencionó que el asesoramiento en gestión sería valioso para mejorar

la toma de decisiones empresariales, lo que podría abarcar desde la planificación financiera hasta la mejora en la administración de los recursos del emprendimiento.

Por lo tanto, el apoyo más solicitado por los feriantes se centra en aspectos económicos (financiamiento) y formativos (capacitación técnica), lo que refleja la necesidad de superar limitaciones financieras y de conocimiento para implementar innovaciones exitosas.

Entrevista Semi-Estructurada: Implementación de Innovaciones en el Emprendimiento de Feriantes de Productos Frutihortícolas en Ayolas

En el marco del estudio sobre la implementación de innovaciones en los emprendimientos de feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas, se llevó a cabo una serie de entrevistas semi-estructuradas con el fin de obtener información detallada y profunda sobre las experiencias, motivaciones, beneficios, obstáculos y necesidades de apoyo de los feriantes. A continuación, se presenta la redacción de las respuestas obtenidas de estas entrevistas.

¿Cuál es su nombre y su rol en el emprendimiento?

El objetivo de esta pregunta fue identificar al entrevistado y su rol específico en el emprendimiento, ya sea propietario, encargado de ventas, responsable de cultivo, entre otros. La información obtenida permite contextualizar las respuestas de acuerdo al cargo o función dentro del emprendimiento.

¿Cuánto tiempo lleva trabajando como feriante de productos frutihortícolas?

Con esta pregunta se obtuvo información sobre la experiencia del entrevistado en el rubro. El tiempo en el negocio se asocia con la disposición a adoptar innovaciones y la manera en que los entrevistados perciben la evolución del sector. Las respuestas indicaron que muchos feriantes llevan entre 4 y 6 años trabajando en el sector, lo que refleja un grado considerable de experiencia en el ámbito comercial.

¿Qué tipo de innovaciones ha implementado en su actividad?

Las innovaciones implementadas por los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas incluyen principalmente nuevas técnicas de cultivo, nuevos métodos de comercialización, mejoras en la presentación y empaque de productos y uso de tecnología, como el aprovechamiento de redes sociales y aplicaciones móviles. Estas innovaciones han sido claves para mejorar la competitividad de los emprendimientos y adaptarse a las demandas del mercado.

¿Qué motivó la implementación de estas innovaciones?

Las motivaciones para adoptar innovaciones en los emprendimientos fueron principalmente la competencia en el mercado, que obliga a mejorar continuamente, la demanda de los clientes, quienes exigen productos más frescos y de mejor calidad, y la mejora en la eficiencia, buscando optimizar los procesos operativos y reducir costos. Estas razones muestran cómo las innovaciones responden a necesidades prácticas y comerciales.

¿Cuáles considera que han sido los principales beneficios de implementar estas innovaciones?

Los beneficios más destacados de las innovaciones han sido un aumento de ingresos, ya que las mejoras han permitido acceder a nuevos mercados y mejorar las ventas, una mejora en la satisfacción del cliente, que se ha logrado gracias a la calidad y presentación de los productos, y un aumento en la eficiencia operativa, lo que ha optimizado el tiempo y los recursos en las actividades cotidianas del emprendimiento.

¿Cómo calificaría la satisfacción de sus clientes con respecto a las innovaciones implementadas?

La gran mayoría de los feriantes coincidieron en que sus clientes están muy satisfechos con las innovaciones implementadas, lo que se refleja en una mayor demanda y fidelización de los consumidores. Las mejoras en la calidad de los productos y la atención al cliente son factores clave en este nivel de satisfacción.

¿Cuáles han sido los principales obstáculos para la implementación de innovaciones en su emprendimiento?

Los principales obstáculos mencionados por los feriantes fueron la falta de recursos económicos, que limita la posibilidad de realizar inversiones en tecnología o infraestructura, la resistencia al cambio, especialmente de parte de algunos miembros de la familia o empleados que no están dispuestos a adoptar nuevas formas de trabajo, y la falta de información o capacitación sobre nuevas técnicas y herramientas que podrían mejorar sus actividades. Estos obstáculos reflejan las barreras comunes que enfrentan los emprendimientos rurales al tratar de innovar.

¿Qué apoyo considera necesario para superar estos obstáculos?

Los feriantes destacaron la capacitación técnica como uno de los apoyos más importantes, ya que les permitiría adquirir los conocimientos necesarios para implementar nuevas tecnologías y mejorar la

calidad de sus productos. Además, mencionaron la necesidad de acceso a financiamiento, para poder invertir en las innovaciones que requieren. También destacaron la importancia de tener asesoramiento en gestión y poder establecer redes de contacto con otros feriantes, lo que permitiría compartir experiencias y buenas prácticas que fomenten la innovación en el sector.

Las entrevistas realizadas a los feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas revelan que las innovaciones implementadas han tenido un impacto positivo en sus emprendimientos, mejorando tanto sus ingresos como la satisfacción de los clientes. Sin embargo, persisten desafíos como la falta de recursos económicos, la resistencia al cambio y la necesidad de capacitación. La información recabada en estas entrevistas complementa los datos obtenidos a través de las encuestas y proporciona una visión más completa de los factores que afectan la implementación de innovaciones en los emprendimientos rurales de Ayolas

CONCLUSIONES

En base al análisis realizado, los resultados del estudio confirman la importancia de la implementación de innovaciones en los emprendimientos de feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones. Los hallazgos permiten responder a los objetivos específicos planteados, brindando una perspectiva integral sobre las prácticas y desafíos enfrentados por estos pequeños productores.

Análisis de las técnicas empleadas para mejorar la productividad

Los feriantes han adoptado diversas técnicas para optimizar su productividad, como nuevas técnicas de cultivo y mejoras en la presentación y empaque de productos. Estas prácticas no solo han incrementado la calidad de los productos ofrecidos, sino también han permitido satisfacer mejor las demandas de los clientes, evidenciando una evolución hacia modelos más competitivos y sostenibles en el ámbito frutihortícola.

Impacto de las nuevas prácticas administrativas y comerciales en el desempeño económico

Las innovaciones administrativas y comerciales, como la implementación de nuevos métodos de comercialización y el uso de tecnologías digitales, han generado un impacto significativo en el desempeño económico de los feriantes. Más del 95% de los participantes reportaron un aumento en sus ingresos tras implementar estas innovaciones, destacándose un impacto positivo tanto en la eficiencia



operativa como en la satisfacción del cliente, quienes en su mayoría expresaron estar satisfechos o muy satisfechos con los cambios realizados.

Identificación de obstáculos para la implementación de innovaciones:

Los principales desafíos para la adopción de innovaciones incluyen la falta de recursos económicos, la resistencia al cambio por parte de colaboradores o familiares, y la falta de información o capacitación. Estas barreras limitan la capacidad de los feriantes para aprovechar plenamente el potencial de las innovaciones en sus actividades.

El estudio demuestra que la innovación, tanto en el ámbito productivo como comercial, es un factor clave para el desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos de feriantes de productos frutihortícolas. Sin embargo, para maximizar sus beneficios, es fundamental abordar los obstáculos identificados mediante políticas de apoyo como capacitaciones técnicas, acceso a financiamiento y asesoramiento especializado. Estas acciones permitirán no solo mejorar el desempeño económico de los feriantes, sino también fortalecer su contribución al desarrollo rural en Ayolas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia de Información Paraguaya AIP (27 de mayo de 2022) *Ferias generan ingresos económicos que ayudan a agricultores y emprendedores rurales a mantener a sus familias.*

<https://www.ip.gov.py/ip/ferias-generan-ingresos-economicos-que-ayudan-a-agricultores-y-emprendedores-rurales-a-mantener-a-sus-familias/>

Arrieta, et al (2021). *La importancia en el diagnostico estratégico en las organizaciones.*

<https://doi.org/10.17981/econuc.42.2.2021>. Ensy.1

Behar Rivero, D. (2008). Metodología de la Investigación. Editorial Shalom. 94p. disponible en:

<http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>

Cadena-Iñiguez, P., Rendón-Medel, R., Aguilar-Ávila, J., Salinas-Cruz, E., de la Cruz-Morales, F. del R., & Sangerman-Jarquín, D. M. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617.



Ciro-Gallo, E. O. (2021). *Estrategias de marketing digital utilizadas por empresas del retail deportivo*. Revista CEA, v. 13, n. 24, e-1634. <https://doi.org/10.22430/24223182.1650>

Constitución Nacional de Paraguay (1992)

Gabriel-Ortega, J. L., Delvalle-García, J., Padilla-Piloso, J., Pincay-Quijije, N., Ayón-Villao, F., Narváez-Campana, W., & González-Vázquez, A. (2020). Innovaciones en la matriz productiva hortícola para reducir el efecto del cambio climático en Puerto la Boca, Jipijapa, Ecuador. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 11(1), 2-17.

Gamboa Graus, M. (2017). *Estadística aplicada a la investigación científica*. J.C. Arboleda (Ed.). Apropriación, generación y uso solidario del conocimiento (pp. 59-76). Las Tunas, Cuba: Editorial Redipe-Edacun. Disponible en:

<https://www.semanticscholar.org/paper/ESTAD%C3%8DSTICA-APLICADA-A-LA-INVESTIGACI%C3%93N-CIENT%C3%8DFICA-Graus-Enrique/a3f68b264f465882aefd593b4f65cb5bacc61e58>

Gargate Obregón, S. (2022). *La planificación estratégica y la competitividad en las empresas del sector transporte interprovincial terrestre de pasajeros de Lima*, 2021 Industrial Data, vol. 25, núm. 2, 2022, Julio-Diciembre, pp. 55-70 Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima, Perú

Gómez Espín, JM, (2004). Estrategias de innovación en el sector hortofrutícola español y en las empresas encargadas de la logística y transporte de estos productos percederos. *Papeles de Geografía* , (39), 81-117.

Ley N° 2.419/2004 - Que crea el Instituto Nacional de Desarrollo Rural y de la Tierra (s/f) https://www.indert.gov.py/indert/application/files/9915/3511/0404/Ley_de_creacion_del_INDE_RT_2419.pdf#:~:text=Cr%C3%A9ase%20el%20Fondo%20de%20Inversiones,arraigo%20efectivo%20y%20crear%20las

Ministerio de Agricultura y Ganadería – MAG (1 de diciembre de 2021) *MAG socializa calendario de ferias Añua “Año Paha 2021” que se harán en 10 departamentos del país* <https://www.ip.gov.py/ip/mag-socializa-calendario-de-ferias-anua-ano-paha-2021-que-se-haran-en-10-departamentos-del-pais/>



- Ministerio de Agricultura y Ganadería – MAG (2020) *Protocolo de recomendaciones para la comercialización conjunta de productos agropecuarios en ferias de la Agricultura Familiar*. Vice Ministerio de Agricultura. Asunción Paraguay
- Morales, F., & Sangerman-Jarquín, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8 (7), 1603-1617. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2631/263153520009>
- Pantoja-Aguilar, M.P. y Salazar Garza-Treviño, J.R. (2019). *Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico*. Revista EAN, núm. 87, pp. 139-154, 2019. Universidad EAN
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Edición actualizada y aumentada. Barcelona, España: Deusto
- Rojo Gutiérrez, M. A., Padilla-Oviedo, A, y Riojas, R. M. (2019). *La innovación y su importancia*. Revista Científica UISRAEL, 6(1), 9-22. Epub 07 de abril de 2019.<https://doi.org/10.35290/rcui.v6n1.2019.67>
- Urcid-Puga, Rodrigo; Rojas, J. C. (2020). *Modelo sinérgico entre planeación estratégica, valor compartido y flexibilidad curricular* Revista Electrónica Educare, vol. 24, núm. 3, 2020, Septiembre-Diciembre, pp. 387-403 Universidad Nacional. CIDE



ANEXOS

Universidad Nacional De Pilar

Instrumento De Recolección De Datos

Implementación De Innovaciones En El Emprendimiento De Feriantes De Productos Frutihortícolas En Ayolas, Misiones (2024)"

Estimado/a participante:

Este cuestionario tiene como objetivo recopilar información sobre la implementación de innovaciones en el emprendimiento de feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas, Misiones. Su participación es fundamental para entender cómo las innovaciones impactan en su actividad comercial, así como para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. Las respuestas serán tratadas de manera confidencial y se utilizarán únicamente con fines de investigación.

Agradezco de antemano su colaboración.

Instrumento de Recolección de Datos

Instrucciones: Por favor, responda todas las preguntas de la manera más sincera y precisa posible. Para las preguntas de opción múltiple, marque todas las opciones que correspondan.

1. **Nombre del emprendedor (opcional):** _____

2. **Edad**

Menos de 20 años

20-30 años

31-40 años

41-50 años

Más de 50 años

3. **Género**

Masculino

Femenino

Otro



4. **Años de experiencia en el emprendimiento**

Menos de 1 año

1-3 años

4-6 años

Más de 6 años

5. **Tipo de productos que ofrece en la feria**

Frutas

Verduras

Hortalizas

Productos procesados

Otros (especificar): _____

Objetivo 1: Identificar las innovaciones implementadas en el emprendimiento

6. **¿Qué tipo de innovaciones ha implementado en su actividad?** (Seleccione todas las que correspondan)

Nuevas técnicas de cultivo

Nuevos métodos de comercialización

Mejora en la presentación y empaque de productos

Uso de tecnología (ej. redes sociales, aplicaciones móviles)

Otro (especificar): _____

7. **¿Con qué frecuencia implementa nuevas ideas o mejoras en su emprendimiento?**

Nunca

Rara vez

A veces

Frecuentemente

Siempre



Objetivo 2: Evaluar el impacto de las innovaciones en la actividad comercial

8. **¿Ha notado un cambio en sus ingresos desde que implementó innovaciones?**

Sí, un aumento significativo

Sí, un aumento leve

No ha habido cambios

Sí, una disminución leve

Sí, una disminución significativa

9. **¿Cómo calificaría la satisfacción de sus clientes con respecto a las innovaciones implementadas?**

Muy insatisfechos

Insatisfechos

Neutros

Satisfechos

Muy satisfechos

10. **¿Ha recibido comentarios de clientes sobre las innovaciones que ha introducido?**

Sí

No

Si respondió "Sí", ¿cuáles fueron los comentarios más comunes? _____

Objetivo 3: Identificar los obstáculos para la implementación de innovaciones.

11. **¿Qué obstáculos ha enfrentado al implementar innovaciones en su emprendimiento?**

(Seleccione todas las que correspondan)

Falta de recursos económicos

Resistencia al cambio (de parte de empleados o familia)

Falta de información o capacitación

Dificultades técnicas (ej. acceso a tecnología)

Otro (especificar): _____



12. **¿Qué tipo de apoyo consideraría más útil para mejorar la implementación de innovaciones?** (Seleccione todas las que correspondan)

Capacitación técnica

Asesoramiento en gestión

Acceso a financiamiento

Redes de contacto con otros feriantes

Otro (especificar): _____

Entrevista Semi-Estructurada

Estoy realizando un estudio sobre la implementación de innovaciones en el emprendimiento de feriantes de productos frutihortícolas en Ayolas. Agradezco su tiempo y disposición para compartir su experiencia y sus respuestas serán confidenciales.

1. ¿Cuál es su nombre y su rol en el emprendimiento?

2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando como feriante de productos frutihortícolas?

3. ¿Qué tipo de innovaciones ha implementado en su actividad?

Nuevas técnicas de cultivo

Nuevos métodos de comercialización

Mejora en la presentación y empaque de productos

Uso de tecnología (ej. redes sociales, aplicaciones móviles)

Otros (especificar): _____

4. ¿Qué motivó la implementación de estas innovaciones?

Competencia en el mercado

Demanda de los clientes

Mejoras en la eficiencia

Otros (especificar): _____

5. ¿Cuáles considera que han sido los principales beneficios de implementar estas innovaciones?

Aumento de ingresos

Mejora en la satisfacción del cliente

Aumento en la eficiencia operativa

Otros (especificar): _____

6. ¿Ha notado cambios en su desempeño económico desde que implementó innovaciones?

Sí (detallar cómo ha cambiado): _____

No (detallar por qué): _____

7. ¿Cómo calificaría la satisfacción de sus clientes con respecto a las innovaciones implementadas?

Muy satisfecha

Satisfecha

Neutral

Insatisfecha

Muy insatisfecha

8. ¿Cuáles han sido los principales obstáculos para la implementación de innovaciones en su emprendimiento?

Falta de recursos económicos

Resistencia al cambio (de parte de empleados o familia)

Falta de información o capacitación

Dificultades técnicas (ej. acceso a tecnología)

Otros (especificar): _____

9. ¿Qué apoyo considera necesario para superar estos obstáculos?

Capacitación técnica

Asesoramiento en gestión

Acceso a financiamiento

Redes de contacto con otros feriantes

Otros (especificar): _____

