

## **Actividades innovadoras de las microempresas del sector autoservicios implementadas en el contexto de la covid 19**

**Milton Cuevas**  
[miltoncuevas70@gmail.com](mailto:miltoncuevas70@gmail.com)

**Fernando Martínez**  
[fermanmar@gmail.com](mailto:fermanmar@gmail.com)

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

### **RESUMEN**

El presente trabajo se enmarca dentro de los estudios no experimentales, de tipo descriptivo con métodos de estudio cualitativo y cuantitativos. El objeto de análisis son las Pymes de la ciudad de Pilar, se busca caracterizar la innovación realizada por las pymes de la ciudad de Pilar en el lapso de tiempo 2020-2022 en relación a la pandemia de Covid-19, específicamente describir los cambios realizados en las pymes, identificar los resultados obtenidos en cuanto a la implementación de las medidas de innovación y conocer las proyecciones de las innovaciones realizadas o a realizar en el futuro por las pymes de la ciudad de Pilar. De las revisiones de literatura como fuente de datos secundarios y la aplicación de encuestas a empleadores y empleados de las Pymes de la ciudad se obtuvieron resultados que indican un grado de innovación importante realizado en el área comercial y distribución, innovación que permaneces en un 70% adoptada como practica permanente de las pymes en la actualidad, los resultados fueron parcialmente favorables no pudiendo evitar la baja en ventas debido a las limitaciones percibidas a causa de la pandemia del covid-19.

**Palabras claves:** innovación; pymes; covid-19

## **Innovative activities of micro-enterprises in the self-service sector implemented in the context of covid 19**

### **ABSTRAC**

The present work is framed within the non-experimental studies, of a descriptive type with qualitative and quantitative study methods. The object of analysis is the SMEs of the city of Pilar, it seeks to characterize the innovation carried out by the SMEs of the city of Pilar in the time period 2020-2022 in relation to the Covid-19 pandemic, specifically to describe the changes made in SMEs, identify the results obtained in terms of the implementation of innovation measures and know the projections of the innovations carried out or to be carried out in the future by SMEs in the city of Pilar. From the literature reviews as a source of secondary data and the application of surveys to employers and employees of SMEs in the city, results were obtained that indicate a significant degree of innovation carried out in the commercial and distribution area, an innovation that remains at 70%. Currently adopted as a permanent practice of SMEs, the results were partially favorable, not being able to avoid the drop in sales due to the perceived limitations due to the covid-19 pandemic.

**Keywords:** innovation, smes, covid-19

Artículo recibido: 03 marzo 2022

Aceptado para publicación: 20 marzo 2022

Correspondencia: [miltoncuevas70@gmail.com.py](mailto:miltoncuevas70@gmail.com.py)

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

## **1. INTRODUCCIÓN**

El contexto en el que se desarrolla la presente investigación es el de la pandemia ocasionada por el COVID-19 y las medidas que fueron aplicadas por parte del gobierno y entes privados en el Paraguay a inicios del año 2020. Cabe resaltar la afectación que tuvieron estos meses de pandemia contemplados desde inicio del año 2020 y los posteriores dos años, han producido un cambio radical en los estilos de vida y comercio que hace necesaria la práctica de innovar para los tiempos de confinamiento y las nuevas formas de vida o hábitos de consumo de la sociedad.

Sin lugar a dudas, las Pymes se sitúan entre las fracciones empresariales más afectadas por el Covid-19. A su vez, estas organizaciones poseen un rol vital en el abastecimiento de bienes y servicios básicos para la población en tiempo de crisis. Los principales desafíos empresariales en los tiempos del Covid-19, es el impacto financiero, relacionado con descenso de la demanda internacional e nacional, por ende de sus ingresos económicos, difícil acceso a créditos financieros, así como las diversas dificultades para acceder a materias importadas, falta o reducción de la empleabilidad del talento humano y métodos de productividad o actividades que no están ajustadas para ser efectuados de forma remota o computarizada (Graneros, 2020).

El objetivo general de este trabajo es caracterizar la innovación realizada por las pymes de la ciudad de Pilar en el lapso de tiempo 2020-2022 en relación a la pandemia de Covid-19, para ello se plantearon los objetivos específicos describir los cambios realizados en las pymes, identificar los resultados obtenidos en cuanto a la implementación de las medidas de innovación y finalmente conocer las proyecciones de las innovaciones realizadas o a realizar en el futuro por las pymes de la ciudad de Pilar.

## **2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS**

### **2.1. Área de estudio**

El área de estudio tomada para el desarrollo de esta investigación es la ciudad de Pilar, perteneciente al departamento de Ñeembucú de Paraguay. Esta ciudad es el distrito principal del departamento y escenario de una dinámica comercial importante para el mismo, contas de empresas pequeñas y medianas reconocidas a nivel departamental y con clientes del propio distrito y distritos circundantes. El ambiente competitivo y la demanda contante ha conseguido el desenvolvimiento de las pymes en la zona.

## **2.2. Tipo de investigación**

El diseño de este trabajo se enmarca dentro de los estudios no experimentales, de tipo descriptivo.

Los estudios de tipo descriptivo acuden a técnicas específicas en la recolección de la información como lo son las entrevistas y los cuestionarios. También pueden utilizarse informes y documentos realizados por los investigadores (Méndez, 1.995).

## **2.3. Método de estudio**

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables y por su parte la investigación cualitativa evita la cuantificación, haciendo más bien registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

A modo de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica. La investigación responde a un modelo cualitativo basado en la descripción de las innovaciones realizadas y resultados obtenidos con las mismas.

Así también, la investigación es cuantitativa porque trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada, en dicho contexto son analizados los datos financieros y económicos reportados por los empresarios.

## **2.4. Fuentes de información**

### ***2.4.1. Instrumentos de recolección de datos***

A modo de recabar información para el trabajo, se aplicaron encuestas a empleadores y empleados de las pymes de la ciudad de Pilar.

### ***2.4.2. Tipo de datos***

#### **2.4.2.1. Datos primarios**

Los datos primarios obtenidos están basados en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos como las encuestas aplicadas a empleados y empleados de las pymes de la ciudad de Pilar.

#### **2.4.2.2. Datos secundarios**

Como datos secundarios se tienen las numerosas fuentes bibliográficas redactas contemporáneamente con la pandemia de Covid-19 y otras de trascendencia e importancia en el campo de la investigación sobre temas que competen a las empresas de la envergadura tratada en este trabajo, así se conforma la fuente bibliográfica respaldada por datos oficiales y trabajos de rigor científico.

### **3. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **▪ Las actividades económicas en Paraguay**

El BM proyecta que el Producto Interno Bruto (PIB) de Paraguay crecerá durante la presente gestión un 3,5%, siete décimas menos del 4,2% proyectado a principios de año. De acuerdo con el documento, Perú tendrá el crecimiento más elevado de la región, con un 8,1% de expansión de su PIB, seguido por Argentina (6,4%), Chile (5,5%), Colombia (5,0%), Bolivia (4,7%), Paraguay (3,5%), Uruguay (3,4%), Ecuador (3,4%) y Brasil (3,0%). En el informe no se hace mención a la República Bolivariana de Venezuela.

El Banco Central del Paraguay (BCP), que mantiene todavía su previsión de crecimiento 2021, adelantó que hay riesgos para el ajuste a la baja de las proyecciones. Otros organismos locales ya recortaron sus números, como es el caso de Itaú. “La recuperación de Paraguay en el 2021 está condicionada por factores sanitarios y tensiones políticas”

Según el informe publicado este lunes, América Latina y el Caribe sufrieron más daños a la salud y la economía a causa de la pandemia de covid-19 que cualquier otra región, “pero a medida que la región comienza a repuntar se abre la oportunidad de llevar a cabo una transformación significativa en sectores clave”.

“Debido a la pandemia, el PIB en la región de América Latina y el Caribe (excepto Venezuela) cayó un 6,7% en el 2020. Se prevé una vuelta al crecimiento de 4,4% para el 2021. En comparación con las proyecciones del Banco a fines del 2020 de una caída de 7,9% para el 2020 y una expansión del PIB en un 4,0% para el 2021”, se lee en el informe. Añade que la enorme conmoción causada por la pandemia podría sentar las bases para una mayor productividad mediante la reestructuración económica y la digitalización. También surgen otras oportunidades a partir de innovaciones en el sector eléctrico.

Según el informe de la economía subterránea en la edición 2020, en el 2019 está habría totalizado US\$ 16.647 millones, monto que representa 42,7% del Producto Interno Bruto (PIB). A causa de que la crisis actual condujo a muchos a dedicarse a actividades menos formales.

Esto quiere decir que, según las proyecciones de la organización Pro Desarrollo Paraguay, la economía informal podría llegar a US\$ 17.146,41 millones (La Nación, 2021).

El Impacto Económico de la Crisis COVID-19 sobre las Mipymes en Paraguay, realizado por Sánchez, Sanabria y Paredes (2020), UNA-FAEPYME, Asunción -Py, al igual que los países de la región latinoamericana, cuenta con una mayoría de unidades económicas conformadas por las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES); las mismas, son parte esencial de la estrategia de generación de oportunidades económicas para la población paraguaya y cumplen un rol fundamental en el desarrollo económico del país.

El “Plan Estratégico de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de las MIPYMES 2018 – 2023” establecido por el Gobierno Nacional busca mejorar las condiciones de las mismas a través del fomento de instrumentos para el desarrollo y competitividad, la promoción de la simplificación de trámites y la promoción de un entorno favorable para el emprendedurismo.

#### ▪ **Impacto Económico de la Crisis**

De acuerdo a un informe de (EIEP, 2016). La crisis que ha traído el COVID-19 afecta la salud de las personas y esto, afecta al sector económico, como la banca, el comercio y los servicios que implica la necesidad del fortalecimiento del sistema sanitario y establecer un nuevo modelo de desarrollo.

Respecto al Empleo, el 47,5% de las Mipymes disminuyeron su empleo en 2020 con relación al 2019, un 34,8% lo mantuvo y un 17,7% lo aumentó. Las empresas que tuvieron un peor comportamiento en cuanto a la evolución del empleo en 2020 fueron las medianas, pequeñas y microempresas con un saldo de evolución negativo de empleo (-38,8%, -35,8% y -25,3% respectivamente).

Asimismo, con una evolución desfavorable, están las empresas que no han sido acogidas a algún Apoyo/Subsidio, donde un 50,6% redujo su empleo en 2020, y las

empresas de servicios (presentando un saldo negativo de empleo en el 2020 del -36,1%).

Las expectativas de empleo para 2021 resultan más favorables. El 26,1% de las Mipymes señalaron que aumentará su empleo, el 54,2% que lo mantendrá y 19,7% que lo disminuirá. Las empresas que tienen unas expectativas más favorables son: las empresas pequeñas (el 12,6% tienen expectativas de crear empleo), las empresas acogidas a algún Apoyo/Subsidio, las empresas jóvenes, y las empresas de los sectores de industria y otros (EIEP, 2016).

Efecto en las Ventas: La pandemia ha provocado una importante caída de los ingresos en muchas de las Mipymes en Paraguay. El 70% de las empresas estima que ha visto reducidas sus ventas en 2020, el 14,6% consiguió mantenerlas y un 15,4% las aumentó. El promedio de reducción de las ventas se situó en un 12,4%. Las empresas donde tuvo un mayor impacto la caída de las ventas fueron las micro y pequeñas empresas (redujeron sus ventas en un promedio de 70%), y en las empresas que no han tenido la oportunidad de acogerse a algún Apoyo o Subsidio (redujeron sus ventas en un 72%).

Las expectativas de ventas del segundo semestre de 2021 mejoran claramente a las del primer semestre. Así, en el primer semestre el 39,3% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán (63% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas disminuyan un 16,7% de las empresas en el primer semestre (10,5% en segundo semestre).

Las expectativas de ventas más favorables para el 2021 las presentan las empresas medianas, las empresas jóvenes y las empresas del sector industria manufacturera (EIEP, 2016).

▪ **Indicadores económicos y financieros**

- Nivel de facturación: el 72,7% se vio afectado negativamente, con un grado de importancia de 3,53 (en una escala de 1 a 5).
- Rentabilidad: el 73% de las empresas fueron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,43.
- Nivel de deuda: el 71,2% se han visto afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,82.
- Nivel de liquidez: el 76,4% de empresas afectadas, con un impacto de 3,41.

- Realización de inversiones: el 68,6% de las empresas han reducidos sus inversiones con una importancia media de 3,53 (EIEP, 2016).

Si analizamos el tipo de empresa los datos muestran que la crisis generada por la COVID-19 ha impactado más negativamente en las microempresas, en las empresas que no han podido ser acogidas a un Apoyo/Subsidio, en las empresas maduras y en las empresas de servicios y las consideradas “otros sectores” (EIEP, 2016).

De forma contraria, podemos ver cómo la pandemia ha beneficiado a algunas empresas. Así, el 23,2% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de importancia de 2,38), el 19,4% de las empresas un impacto positivo en la realización de inversiones (intensidad de 2,53) y el 18,7% afectó positivamente al nivel de facturación (intensidad de 2,75).

El 15,5% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales. La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 35,7%.

▪ **La crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas paraguayas.**

En el 49,1% de las empresas la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación, con un grado de importancia de 2,79 (en una escala de 1 a 5).

También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 40% de las empresas señalaron que se redujo el número de países de destino de sus exportaciones como consecuencia de la crisis, con un grado de importancia de 3,14.

Contrariamente, la crisis ha podido afectar positivamente a determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 12,3% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,57 en una escala de 1 a 5). Asimismo, el 12,7% amplió el número de países de destino en su internacionalización (EIEP, 2016).

▪ **Impacto sobre la Organización de la Empresa**

La crisis sanitaria también ha impactado en la gestión de las actividades de las empresas. Las actividades se han clasificado en: actividades con clientes y proveedores, actividades operativas y actividades estratégicas (EIEP, 2016).

Los efectos del COVID-19 están alterando las economías del mundo. La pandemia ha perturbado el turismo, las cadenas globales de valor y la oferta de trabajo, afectando al



comercio, la inversión y la producción total de los países llevando a un daño generalizado del crecimiento económico (Alonso, 2020).

▪ **Actividades con clientes y proveedores**

La crisis ocasionada por la COVID-19 ha impactado principalmente en los plazos de pago de los clientes, que se han hecho más largos (grado de importancia 3,39 en una escala de 1 a 5), las empresas en la cadena de suministros por parte de los proveedores. menos afectados han sido la cadena de suministros por parte de los proveedores (3,35), los proveedores han endurecido sus condiciones de pago (3,29), la cancelación de pedidos por parte de los clientes (3,28), y en menor grado han afectado las pérdidas por impago de clientes (2,97) (EIEP, 2016).

▪ **Actividades operativas, estratégicas e innovadoras**

Las actividades más afectadas han sido que las empresas han tenido que modificar su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3,47), acciones relacionadas como bajar precios (3,31) y cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis (3,21). Mientras que actividades como aumentar la subcontratación de sus operaciones (2,00), han tenido un impacto más bajo (EIEP, 2016).

La crisis ha generado la necesidad de cancelar las inversiones previstas (3,44 en una escala de 1 a 5). Seguido de la necesidad de adaptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2,93) y de disponer planes específicos de gestión de riesgos (2,28) (EIEP, 2016).

La actividad innovadora de las Mipymes en Paraguay ha aumentado muy favorablemente como consecuencia de la crisis originada por la COVID-19, rompiendo los indicadores experimentada en los años anteriores. En innovación de productos vemos cómo el 79,4% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios y el 72,7% ha comercializado un nuevo producto o servicio.

La actividad desarrollada en la innovación en procesos también ha experimentado un importante incremento en las Mipymes paraguayas, principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que lo han llevado a cabo el 78,8%. Mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 61,6% de las empresas.

La innovación en gestión está, en general, también en niveles similares de los índices anteriores. El 77,2% de las empresas ha realizado cambios relacionados a la forma de comercialización y/o ventas; el 76,3% han introducido cambios relacionadas a dirección y gestión del negocio; mientras que el 72,4% ha incorporado cambios o mejoras en la sección de compras.

Porcentajes todos ellos claramente por encima a los obtenidos en la segunda Encuesta de Innovación Empresarial de Paraguay (EIEP, 2016).

▪ **Características principales de las unidades económicas**

En este departamento son tres las ramas de actividad económica que concentran el 74,6% del total de ingresos del departamento. Las ramas de actividad económica con mayores ingresos por el suministro de bienes y servicios, son: el comercio al por menor, excepto de vehículos automotores y motocicletas, que concentra el 35,8% del total de ingresos del departamento y representa al 54,9% del total de unidades económicas, seguida de la fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir con el 22,1% de aporte al total de ingresos y apenas el 0,9% del total de unidades económicas y finalmente la actividad de transporte por vía acuática con el 16,7% y que reúne solo el 0,3% del total de las unidades económicas (DGEEC; 2011).

▪ **Principales características de las unidades económicas, según estrato de personal ocupado**

De acuerdo a la Dirección General de Estadística y Censo (DGEEC; 2011). De 3.397 unidades económicas de Ñeembucú, solo el 0,1% de las mismas pertenecen al estrato de 50 y más personas ocupadas, estas ocupan el 15,9% del personal ocupado, y generan el 44,3% del total de ingresos de la zona, en valores absolutos nos estamos refiriendo a 5 U.E., que emplean a 1.402 personas y producen Gs. 381.386 millones de ingresos al departamento. Por otra parte, el 98,4% de las unidades económicas se encuentran en el estrato de 1 a 10 personas ocupadas (3.344 U.E.), ocupan al 74,9% del total de personal ocupado (6.605 personas), y generan el 43,8% del total de ingresos (Gs. 377.341 millones) de Ñeembucú, monto cercano al que generan las unidades que emplean a 50 y más personas ocupadas (DGEEC; 2011).

Un elemento importante es el factor humano y en el tiempo en que nos desenvolvemos en un mundo tan competitivo, donde las fuente de trabajo se ha reducido y de acuerdo al (Cenco Económico Nacional, 2011) las principales variables por distrito en este caso

del departamento de Ñeembucú con las principales variables económicas, está constituido por dieciséis distritos, en donde el 94,2% de los ingresos totales generados en el departamento provienen de dos de ellos, Pilar (capital departamental) con el 64,6% y Alberdi con el 29,6%. Se destaca Pilar por contar con el mayor número de unidades económicas y de personal ocupado. La distribución de las remuneraciones, gastos por compras de bienes y servicios e ingresos por suministro de bienes y servicios también son significativos en este distrito, con porcentajes que varían entre el 64,0% y 70,0%.

Donde el 93,8% de las unidades económicas son del tipo micro y pequeñas, que emplean al 67,1% del personal ocupado total (alto porcentaje de personas sin remuneración), y generan solo el 25,1% del total de ingresos. Ocurre lo contrario con las unidades económicas del tipo grandes que, con apenas el 1,1% de las unidades económicas., producen el 60,0% de los ingresos en este departamento y emplean el 20,0% del personal ocupado total (Cenco Económico Nacional, 2011)

En el departamento de Ñeembucú se hallan 3.397 (1,5%) unidades económicas, estas unidades emplean a 8.815 (1,1%) personas en las diferentes categorías de ocupación: remuneradas, no remuneradas y tercerizados/comisionistas, las remuneraciones pagadas por las mismas asciende a Gs. 84.576 millones (0,6%), realizaron en conjunto unos gastos totales de Gs. 615.919 millones (0,3%); que les permitió generar el 0,4% de los ingresos totales del país, que en guaraníes representan Gs. 860.630 millones (Cenco Económico Nacional, 2011)

El sector comercio es el que cuenta con el mayor número de unidades económicas y personal ocupado, 2.164 U.E. y 4.439 personas, que en términos porcentuales representan al 63,7% y 50,4%, respectivamente. A este sector le sigue, los servicios con el 25,8% de las unidades económicas (878) que ocupan al 25,5% del personal ocupado (2.252 personas). Por último, el sector industria es el que tiene la menor participación, 355 unidades industriales ubicadas en Ñeembucú, ocupan a 2.124 persona (Cenco Económico Nacional, 2011)

El estudio de (Zwanka & Buff, 2020) pronostica que el impacto de la pandemia traerá cambios en el comportamiento del consumidor y señalan que la compra en línea será una práctica durante y posterior a este problema de salud pública.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Cambios realizados en las pymes

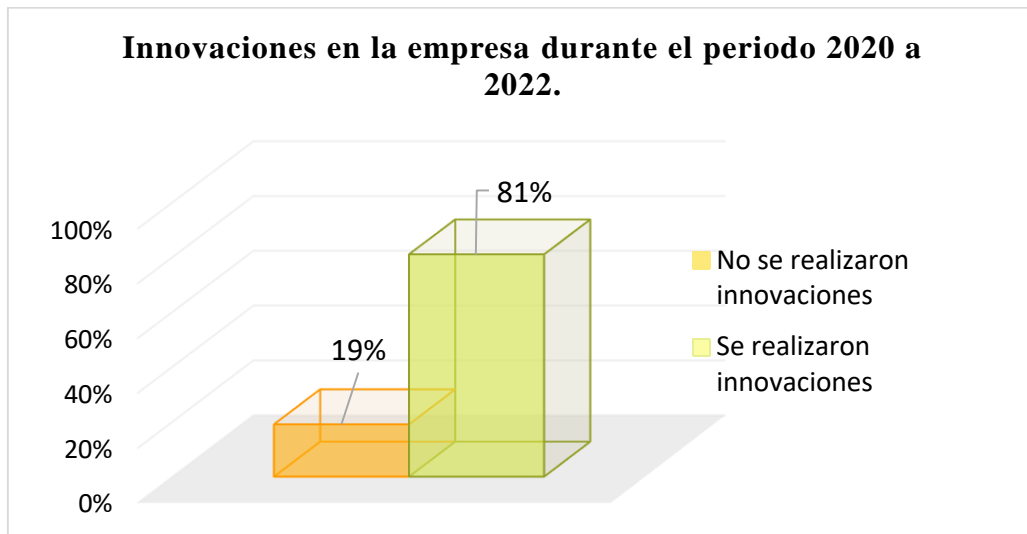
#### 4.1.1. Innovaciones en la empresa durante el periodo 2020 a 2022.

**Tabla N°1:** Innovaciones en la empresa durante el periodo 2020 a 2022.

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| No se realizaron innovaciones | 19% |
| Se realizaron innovaciones    | 81% |

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

**Figura N°1:** Innovaciones en la empresa durante el periodo 2020 a 2022.



*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

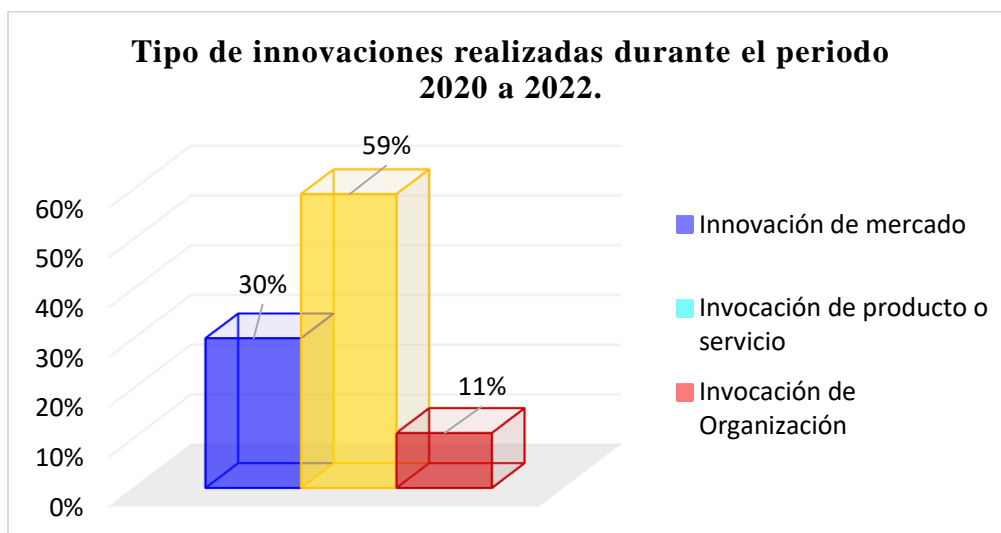
El 81% de las pymes se vieron en la tarea de realizar innovaciones en el periodo de la pandemia, el 19% no realizó innovaciones, el motivo expresado fue el de la falta de recursos, ideas o por dificultades familiares directamente relacionadas a la pandemia del covid-19.

#### 4.1.2. Tipo de innovaciones realizadas durante el periodo 2020 a 2022.

**Tabla N°2:** Tipo de innovaciones realizadas durante el periodo 2020 a 2022.

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| Innovación de mercado             | 30% |
| Invocación de producto o servicio | 59% |
| Invocación de Organización        | 11% |

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

**Figura N°2:** Tipo de innovaciones realizadas durante el periodo 2020 a 2022.

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

Según investigaciones actuales como la de (Sánchez, Sanabria, et. al. 2021), la actividad innovadora de las Mipymes en Paraguay ha aumentado muy favorablemente como consecuencia de la crisis originada por la COVID-19, rompiendo los indicadores experimentada en los años anteriores. En innovación de productos vemos cómo el 79,4% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios y el 72,7% ha comercializado un nuevo producto o servicio. La actividad desarrollada en la innovación en procesos también ha experimentado un importante incremento en las Mipymes paraguayas. Principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que lo han llevado a cabo el 78,8%. Mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 61,6% de las empresas.

La innovación en gestión está, en general, también en niveles similares de los índices anteriores. El 77,2% de las empresas ha realizado cambios relacionados a la forma de comercialización y/o ventas; el 76,3% han introducido cambios relacionadas a dirección y gestión del negocio; mientras que el 72,4% ha incorporado cambios o mejoras en la sección de compras (Sánchez, Sanabria, et. al. 2021).

El 30% de los encuestados afirman una innovación en el mercado, con la implementación de nuevos métodos de marketing, incluyendo mejoras significativas en

el diseño meramente estético de un producto o embalaje, el precio, de distribución y la promoción.

Para el 59% de los encuestados se tuvieron innovaciones de productos y/o servicios que consistieron en la introducción en el mercado de nuevos (o significativamente mejorados) productos o servicios.

El 11% afirma que la innovación se realizó en la organización con la implementación de nuevos métodos organizativos en el negocio (gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, reingeniería de negocio, gestión del sistema de calidad, etc.), en la organización del trabajo y/o en las relaciones hacia el exterior.

#### 4.2. Resultados de la implementación de medidas de innovación en las Pymes

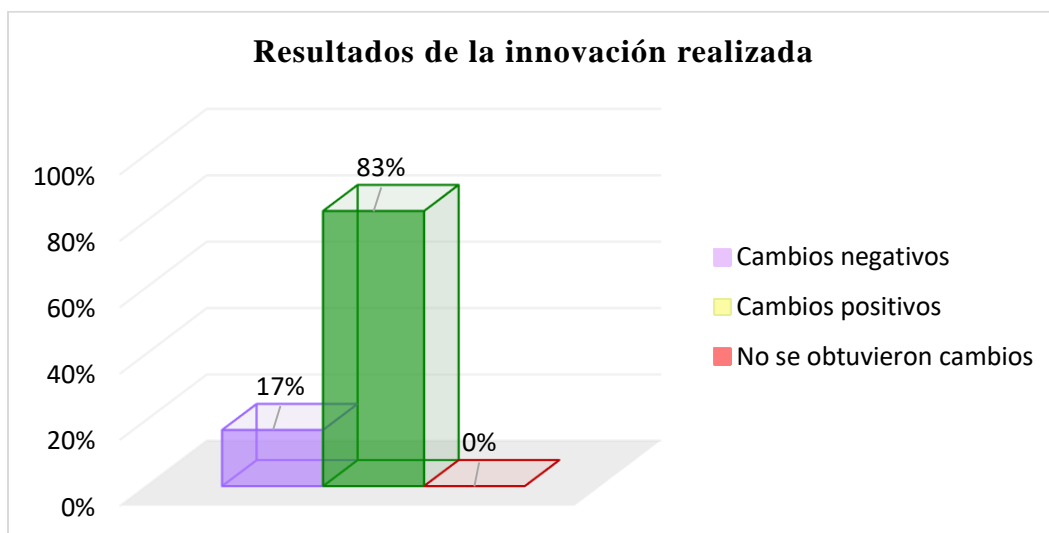
##### 4.2.1. Resultados de la innovación realizada

Tabla N°3: Resultados de la innovación realizada.

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| Cambios negativos        | 17% |
| Cambios positivos        | 83% |
| No se obtuvieron cambios | 0%  |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.

Figura N°3: Resultados de la innovación realizada.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.

El 83% de las pymes presentaron resultados positivos ante la innovación, que en casos fueron incluso decisivas para perdurar en el mercado.

El 17% de los encuestados afirmaron que los cambios fueron negativos, producto del riesgo comercial, tecnológico y/o estratégico. Es el riesgo que asumieron las pymes al no saber el grado de aceptación que el cambio tendría en los consumidores, así como el riesgo de potenciar que sus trabajadores se reciclen y adquieran los conocimientos necesarios para poder adaptarse a los cambios en los procesos de producción y el riesgo que se genera en la empresa al gestionar todos los cambios, ya sean comerciales o tecnológicos.

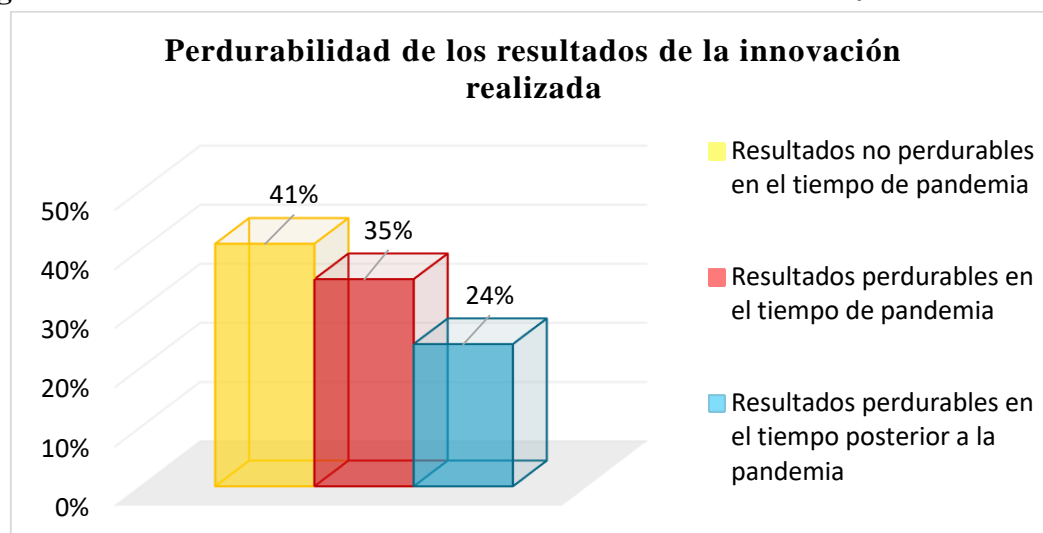
#### 4.2.2. *Perdurabilidad de los resultados de la innovación realizada*

**Tabla N°4:** *Perdurabilidad de los resultados de la innovación realizada.*

|   |     |
|---|-----|
| Resultados no perdurables en el tiempo de pandemia          | 41% |
| Resultados perdurables en el tiempo de pandemia             | 35% |
| Resultados perdurables en el tiempo posterior a la pandemia | 24% |

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

**Figura N°4:** *Perdurabilidad de los resultados de la innovación realizada*



*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

Innovar consiste en implementar cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la compañía con el propósito de mejorar los resultados mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de

asesoramiento o por compra de tecnología. Y es de suma importancia mantener los cambios efectuados a modo de recuperar la inversión realizada y mejorar el estado de la empresa, no obstante, solo el 24% de las innovaciones realizadas fueron mantenidas posterior a la pandemia, el 35% fue mantenida durante el periodo más significativo de la misma y el 41% no fue mantenido.

### 4.3. Proyecciones de las innovaciones realizadas o a realizar por las Pymes

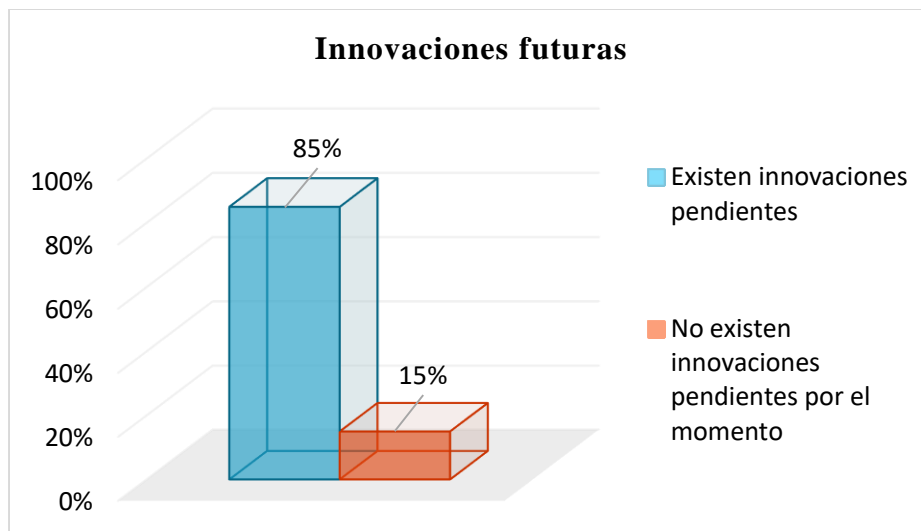
#### 4.3.1. Innovaciones futuras

**Tabla N°5:** *Innovaciones futuras.*

|   |     |
|---|-----|
| Existen innovaciones pendientes                   | 85% |
| No existen innovaciones pendientes por el momento | 15% |

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

**Figura N°5:** *Innovaciones futuras.*



*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

El 85% de los encuestados manifestaron las intenciones de realizar innovaciones en el futuro, el 15% no tiene proyectos de innovación por el momento. Las innovaciones deseadas dependerán en gran medida de los resultados a largo plazo de las innovaciones ejecutadas con anterioridad y de los cambios vividos con el cese de las medidas más estricta de prevención de propagación del covid-19.



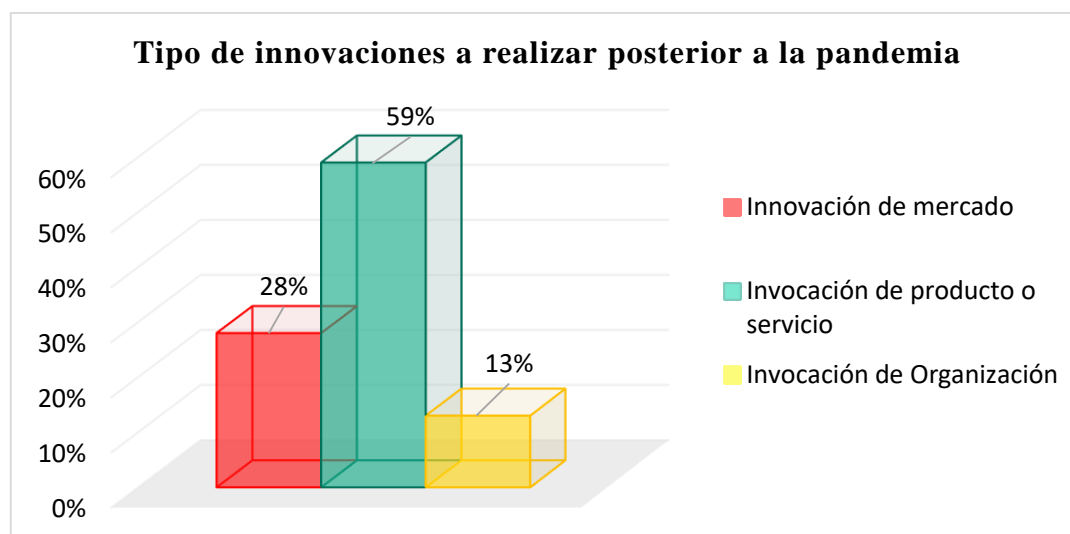
### 4.3.2. Tipo de innovaciones a realizar posterior a la pandemia

**Tabla N°6:** Tipo de innovaciones a realizar posterior a la pandemia.

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| Innovación de mercado             | 28% |
| Invocación de producto o servicio | 59% |
| Invocación de Organización        | 13% |

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

**Figura N°6:** Tipo de innovaciones a realizar posterior a la pandemia.



*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a empleadores y empleados.*

El 59% de las innovaciones a realizar consisten en la inclusión o mejoramiento de algún producto o servicio, el 28% de innovación de mercado y el 13% de innovación de la organización.

## 5. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

El presente estudio indica que innovación en las Pymes de la ciudad de Pilar ha incrementado prósperamente como resultado de la crisis ocasionada por la pandemia del Covid-19, las pymes han realizado innovaciones en los dos últimos años distinguiendo entre distintos tipos de innovación, resaltándose la comercialización de nuevos productos y/o servicios.

Fueron tomadas varias medidas de innovación, no obstante, innovar requiere más que concebir servicios o productos innovadores a partir de buenas ideas originadas de una

inspiración momentánea, se debe mantener la sostenibilidad de estas buenas ideas creando una cultura de innovación disruptiva para así aportar valor tangible al público. Algunos de estos cambios son respuestas directas a corto plazo a la pandemia y volverán a niveles normales una vez que se contenga el Covid-19. Sin embargo, otros cambios se sostendrán y transformarán a las empresas en las próximas décadas. Por lo tanto, es importante destacar la importancia de poder adaptarse a situaciones de incertidumbre.

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) son agentes económicos fundamentales de cualquier país, teniendo en cuenta, por un lado, la capacidad de impulsar la innovación en los distintos sectores económicos por la flexibilidad que los caracterizan, y por otro lado, la capacidad de aportar valor para el crecimiento económico por el alcance que presentan. Sin embargo, a diferencia de lo que sucede en países desarrollados, las pymes de los países en vías de desarrollo, como es el caso de Paraguay, en líneas generales cuentan con un menor grado de competencia, por lo que existe un menor desarrollo de las capacidades diferenciadoras e incentivos para invertir en innovación (Du et al., 2017). Así, en este tipo de países la mayoría de las innovaciones están centrados en las denominadas “incrementales” (Martínez-Román y Romero, 2013), que se refieren a pequeñas mejoras y cambios graduales que no suponen un salto cualitativo de marcada dimensión para la competitividad a corto plazo. Sin embargo, es un instrumento de mejora que puede ser muy importante para las pymes, si se gestiona correctamente, y a mediano plazo puede contribuir, en gran medida, en la obtención de una ventaja competitiva, especialmente, para este tipo de empresas (Villalba, Riveros, et al. 2020).

## **6. LISTA DE REFERENCIAS**

- Alonso, J. (2020). *La pandemia económica del Sudeste Asiático*. (en línea). <https://bit.ly/31cG7v5>
- 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>.
- Bernal, C. A. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Segunda Edición. Editorial Pearson educación.
- CEPAL. (2020). *Contracción de la actividad económica de la región se profundiza a causa de la pandemia: Caerá -9,1% en 2020*. (en línea) [https:// bit.ly/2XmFYo2](https://bit.ly/2XmFYo2)

Efectos del COVID-19 *en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador* *Effects of COVID-19 on consumer behavior: Ecuador case* Mayra Ortega-Vivanco [mjortega@utpl.edu.ec](mailto:mjortega@utpl.edu.ec) Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador  
[h

□

://orcid.org/0000-0003-4647-4343](https://orcid.org/0000-0003-4647-4343)

Encuesta de Innovación Empresarial de Paraguay (EIEP, 2016).

Gamboa Graus, M. (2017). *Estadística aplicada a la investigación científica*. J.C. Arboleda (Ed.). Apropiación, 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>

Graneros, J. (2020). Innovación empresarial de PYMES en tiempo de pandemia. Universidad Peruana Unión.

Hernández Sampieri, Roberto y otros. (2008). Metodología de la Investigación. (4th ed.). Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A. México.

Hernández, Dr. Fernández, Dra. Baptista. (1998). “Metodología de la Investigación” Cuarta Edición McGraw Hill- México

Impacto Económico de la Crisis Covid-19 Sobre las Mipymes en Paraguay (2020). Sánchez Báez, E. A; Sanabria, D. D; Paredes Romero, J. A, UNA-FAEPYME, Asunción -Py

Méndez, Álvarez, C, (1994) *Metodología*. Colombia, McGRAW HILL Interamericana, S.A.

Méndez, Carlos (1992). *Guía para elaborar diseños de investigación*. Colombia, Mc.Graw Hill

Ortega-Vivanco, M. (2020). *Efectos del COVID-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador* *RETOS*. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, vol. 10, núm. 20, 2020 Universidad Politécnica Salesiana.

Paraguay y su respuesta ante la pandemia del COVID-19 (en línea) 19<https://www.mspbs.gov.py/portal/22416/paraguay-y-su-respuesta-ante-la-pandemia-del-COVID-19.html>, marzo, 2022.

- Periódico Nacional “La Nación, (2021) (en línea)  
[https://www.lanacion.com.py/negocios\\_edicion\\_impresa/2021/04/01/el-banco-mundial-redujo-proyeccion-economica-de-paraguay-para-el-2021/](https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2021/04/01/el-banco-mundial-redujo-proyeccion-economica-de-paraguay-para-el-2021/)
- Sánchez, E., Sanabria, D., Paredes Romero, J. (2021). *Impacto económico de la crisis Covid-19 sobre las Mipymes en Paraguay*.
- Tamayo y Tamayo, Mario 3ra. Edición. *El proceso de la Investigación Científica. Incluye glosario y manual de evaluación de proyectos*. Editorial LIMUSA S.A. México, D. F. 1997  
Uruguay, 2005
- Villalba, E.; Riveros, T.; Ortega, R. (2020). *Aportes para el fortalecimiento de la competitividad de las pymes*. Universidad Nacional de Pilar.
- Zwanka, R. J., & Buff, C. (2020). COVID-19 Generation: A Conceptual Framework of the Consumer Behavioral Shifts to Be Caused by the COVID-19 Pandemic. *Journal of International Consumer Marketing*, (en línea) <https://bit.ly/33gbx6v>

## 7. ANEXOS

### 7.1. Encuestas aplicadas a empleadores y empleados

#### 7.1.1. Cambios realizados en las pymes

▪ **Innovaciones en la empresa durante el periodo 2020 a 2022.**

No se realizaron innovaciones

Se realizaron innovaciones

▪ **Tipo de innovaciones realizadas durante el periodo 2020 a 2022.**

Innovación de mercado

Invocación de producto o servicio

Invocación de Organización

#### 7.1.2. Resultados de la implementación de medidas de innovación en las Pymes

▪ **Resultados de la innovación realizada**

Cambios negativos

Cambios positivos

No se obtuvieron cambios

▪ **Perdurabilidad de los resultados de la innovación realizada**

Resultados no perdurables en el tiempo de pandemia

Resultados perdurables en el tiempo de pandemia

Resultados perdurables en el tiempo posterior a la pandemia

#### 7.1.3. Proyecciones de las innovaciones realizadas o a realizar por las Pymes

▪ **Innovaciones futuras**

Existen innovaciones pendientes

No existen innovaciones pendientes por el momento

▪ **Tipo de innovaciones a realizar posterior a la pandemia.**

Innovación de mercado

Invocación de producto o servicio

Invocación de Organización