



INNOVACIÓN ABIERTA EN LAS MICROEMPRESAS DE VIVEROS DEL CANTÓN EL CARMEN, ECUADOR.

Ing. Benavides Vélez Daniela Lisbeth.

Dirección de Posgrado, Cooperación y Relaciones Internacionales. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Trabajo de Titulación, presentado como requisito para la obtención del grado de Magíster en Administración de Empresas con mención en Innovación Empresarial y

Emprendimiento

Director: Mg. Milton Geovanny Zambrano Rivera.

24 de Abril del 2025

INNOVACIÓN ABIERTA EN LAS MICROEMPRESAS DE VIVEROS DEL CANTÓN EL CARMEN, ECUADOR.

OPEN INNOVATION IN NURSERY MICROENTERPRISES IN THE CANTON OF EL CARMEN, ECUADOR.

Autor: Benavides Vélez Daniela Lisbeth¹

Instituto de Posgrado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

ORCID: 0009-0002-9310-6965

El Carmen, Ecuador

Tutor: Milton Geovanny Zambrano Rivera

Instituto de Posgrado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

ORCID: 0000-0002-6089-0792

El Carmen, Ecuador

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo caracterizar las ventajas del empleo en la innovación abierta de las microempresas de viveros del cantón El Carmen, Ecuador, que representa una estrategia clave para fortalecer su competitividad y sostenibilidad en un entorno de mercado cada vez más dinámico. Aunque no se dispone de estudios específicos sobre este sector, se pueden identificar tendencias y prácticas relevantes basadas en investigaciones relacionadas con las

microempresas en la región. La innovación abierta se entiende como un modelo que permite a las empresas aprovechar tanto ideas internas como externas, generando colaboración con universidades, instituciones públicas, clientes, proveedores y otras empresas. El análisis revela que las microempresas enfrentan limitaciones estructurales y tecnológicas, como escasa capacitación, bajo acceso a financiamiento y limitada digitalización. Sin embargo, al adoptar estrategias de innovación abierta, estas microempresas pueden obtener beneficios, acceso a nuevos conocimientos y tecnologías. Mejora en procesos productivos y administrativos, gracias al intercambio de experiencias y asesoría externa. Desarrollo de redes de colaboración que fortalecen el aprendizaje colectivo y la innovación continua. Para tal fin, se empleó el paradigma positivista a través del enfoque cuantitativo, con una investigación descriptiva. La población de estudio fue del 100%, para la recolección de datos se empleó la técnica de las entrevistas y se procesaron datos mediante el uso de tabla y gráficos. Se demuestra que existe una fuerte correlación positiva sobre caracterizar las ventajas del empleo de la innovación abierta. Asimismo, se determinó que el empleo de la innovación abierta en las microempresas de viveros del cantón El Carmen, Ecuador genera ingreso a mucho ciudadano en el cantón, el estudio concluye destacando que al fomentar la innovación abierta en este sector no solo impulsa el crecimiento económico local, sino que también fortalece el tejido empresarial rural del cantón El Carmen.

Palabras claves

Innovación abierta, viveros, ventajas de empleo, Pymes, competitividad, sostenibilidad.

Abstract

This study aims to characterize the advantages of employing open innovation in microenterprises in the nursery sector of El Carmen canton, Ecuador. Open innovation represents a key strategy for strengthening their competitiveness and sustainability in an increasingly dynamic market environment. Although specific studies on this sector are lacking, relevant trends and practices can be identified based on research related to microenterprises in the region. Open innovation is understood as a model that allows companies to leverage both internal and external ideas, fostering collaboration with universities, public institutions, clients, suppliers, and other businesses. The analysis reveals that microenterprises face structural and technological limitations, such as insufficient training, limited access to financing, and restricted digitalization. However, by adopting open innovation strategies, these microenterprises can gain benefits, access to new knowledge and technologies, and improvements in production and administrative processes through the exchange of experiences and external advice. They can also develop collaborative networks that strengthen collective learning and continuous innovation. To this end, the positivist paradigm was employed through a quantitative approach, using descriptive research. The study population comprised 100% of the population. Data was collected through interviews and processed using tables and graphs. The study demonstrates a strong positive correlation between the benefits of open innovation and the overall experience. Furthermore, it was determined that the use of open innovation in micro-enterprises within the El Carmen canton of Ecuador generates income for many residents. The study concludes by highlighting that promoting open innovation

in this sector not only boosts local economic growth but also strengthens the rural business fabric of the El Carmen canton.

Keywords: Open innovation, incubators, employment benefits, SMEs, competitiveness, sustainability.

INTRODUCCIÓN

La idea de innovación abierta, introducida por Chesbrough en 2003, se reconoce como un marco moderno que permite a las empresas fomentar la innovación interactuando con su entorno, incorporando la retroalimentación tanto externa como interna, e integrando ambos enfoques. Diversos académicos indican que la obtención de nuevas perspectivas externas a la organización y la interacción con actores externos es cada vez más esencial para que las estrategias de innovación obtengan mayores beneficios financieros y mantengan una ventaja competitiva.

Suiza ha encabezado el Índice Global de Innovación por décimo año consecutivo. Muy de cerca se encuentran Suecia, Estados Unidos, Reino Unido y Corea del Sur, que debuta entre los cinco primeros.

Si bien muchos libros de texto ofrecen diversas explicaciones sobre el emprendimiento, pocos enfatizan las razones por las que las personas deciden liderarse a sí mismas. Para algunos, es el deseo de obtener ingresos estables lo que los motiva; para otros, es la búsqueda de la realización personal a través de actividades que disfrutan. Este afán de pasión y satisfacción podría ser lo que realmente define a los emprendedores: aquellos que buscan la propiedad de empresas en Ecuador es similar a la de países vecinos. La perspectiva de dirigir un negocio y alcanzar la seguridad

financiera que les permite vivir una vida plena resulta atractiva para un gran número de ecuatorianos. Además, factores como el reconocimiento social, los logros individuales y la reputación que se forjan en la comunidad son importantes motivadores para emprender nuevos proyectos e innovar en diversos campos, siendo el sector empresarial particularmente atractivo para los emprendedores, principalmente por su simplicidad y las perspectivas que ofrece.

A nivel nacional, el estado de la nación en materia de innovación es bastante deficiente en cuatro de los siete criterios evaluados en el informe: infraestructura, desarrollo del mercado, producción de conocimiento y tecnología, y creación de productos creativos. Las empresas ecuatorianas presentan notables disparidades económicas y sociales en comparación con sus contrapartes en la región latinoamericana, lo que dificulta el logro de un crecimiento económico real y equitativo para todos los ciudadanos. Por lo tanto, para Ecuador, el Índice de Desarrollo se situó en 0,711, lo que lo sitúa en el puesto 98 a nivel mundial en 2022 y en el 104 en 2023 entre 133 naciones, según la OMPI (2015).

El informe más reciente de la Fundación de las Cajas de Ahorro, publicado en 2020, contiene datos históricos que se remontan a 2018. Estos datos, recopilados en colaboración con el centro de investigación de la Asociación Nacional de Incubación Empresarial como parte de sus primeros documentos de "Diagnóstico de Incubadoras Empresariales", muestran que, a nivel mundial, existen actualmente más de 4.000 incubadoras de empresas, más de 1.000 de ellas ubicadas en Estados Unidos (seoane, 2020). España reportó contar con 549 incubadoras en 2018 (seoane, 2020). Para 2023, Ecuador operaba 68 viveros agroecológicos, 60 de ellos creados con la asistencia del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Estos viveros se extienden por 13 provincias y cultivan diversas plantas, como cacao y cítricos. Esta notable expansión concuerda con la importancia del

Proyecto MOCCA, que ha desempeñado un papel crucial en la creación y operación de estas incubadoras de empresas. El auge de las incubadoras de empresas a partir de 2023, impulsado por el crecimiento persistente del desempleo y las repercusiones de la crisis económica causada por la COVID-19 a fines de 2019, fomentó el espíritu emprendedor y el surgimiento de las incubadoras de empresas a principios del siglo XXI, notablemente más tarde que en otras naciones, alentadas tanto por organizaciones gubernamentales como privadas (Instituto Nacional de Estadística, 2018). La innovación abierta se ha convertido en un enfoque vital para impulsar el crecimiento económico y la sostenibilidad en diversas industrias. En el cantón El Carmen, reconocido por sus iniciativas agrícolas y forestales, los viveros desempeñan un papel esencial en los procesos de cultivo y reforestación. La adopción de marcos de innovación abierta en estos viveros crea nuevas posibilidades para integrar perspectivas externas de instituciones académicas, organizaciones de investigación, emprendedores y poblaciones locales con los métodos convencionales de producción vegetal. Esta colaboración no solo optimiza las operaciones y mejora la calidad del material vegetal, sino que también genera soluciones sostenibles a problemas como el cambio climático, la limitación de recursos y la necesidad de variedad productiva. En consecuencia, los viveros del cantón El Carmen se consolidan como punto clave para la cooperación, la educación y la innovación colectiva que benefician tanto a la región como a sus habitantes.

Si bien se puede acceder a información de entidades oficiales como los Gobiernos Autónomos Descentralizados a nivel municipal y provincial, así como a trabajos académicos previos relacionados con los viveros, estas fuentes suelen ofrecer una visión amplia y pasar por alto aspectos menos conocidos que son cruciales para la realidad de esta zona.

El cantón El Carmen se alberga un sector de microempresa de vivero con potencial significativo

para el desarrollo económico local. Sin embargo, estas empresas a menudo enfrentan limitaciones en recursos y capacidades que dificultan un crecimiento y competitividad. En este contexto, la innovación abierta emerge con una estrategia para superar estas barreras, permitiendo que accedan a conocimiento, tecnologías y mercado externo. El presente artículo tiene como objetivo caracterizar las ventajas del empleo de la innovación abierta en las microempresas de vivero del cantón El Carmen.

MARCO TEÓRICO

Para ofrecer un respaldo conceptual al marco de innovación abierta sugerido, reconocido por su flexibilidad para satisfacer las necesidades específicas de las empresas en países emergentes y su enfoque en el papel esencial de las personas en cualquier proceso de crecimiento, este artículo describe el concepto de innovación abierta y señala las diferencias entre las empresas de países avanzados y en desarrollo en cuanto a la adopción y ejecución de este tipo de innovación. La innovación abierta sigue este patrón (Chesbrough, 2020). Su creador investiga el proceso que subyace a su aplicación, identifica áreas donde se obtienen resultados genuinos y explica cómo las empresas pueden progresar más allá del ciclo actual para alcanzar resultados concretos.

Para obtener un valor añadido de la innovación, las empresas deben abrir sus procesos de innovación y los flujos de conocimiento para generar nuevo crecimiento, nuevos ingresos y futuras oportunidades de negocio. Utilizando numerosos ejemplos del mundo real, (Chesbrough, 2020) enseña cómo muchos de los métodos más conocidos de innovación abierta, como el

crowdsourcing, el *software* de código abierto o los intermediarios de innovación, pueden y deben ser utilizados en conexión con la organización en su conjunto para obtener un valor real a largo plazo.

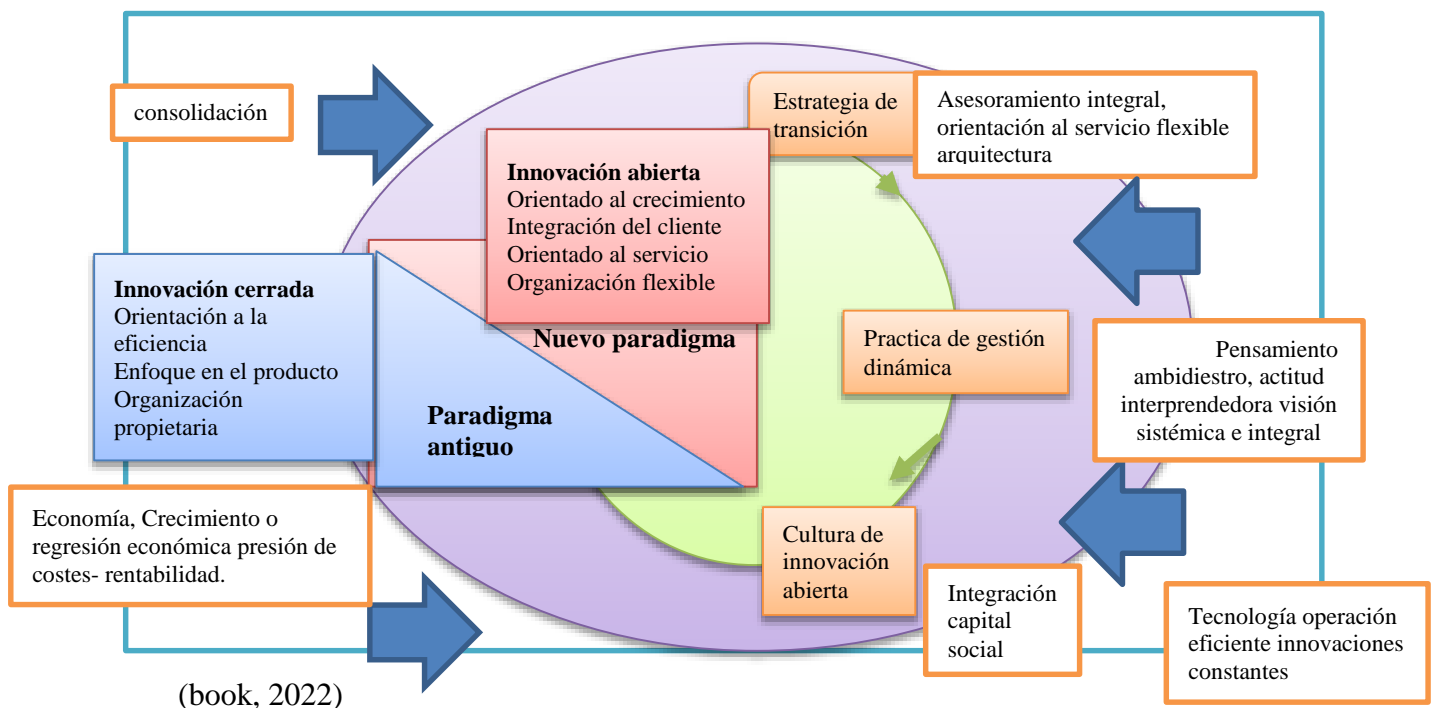
Para obtener beneficios adicionales de la innovación, las empresas necesitan ampliar sus actividades de innovación e intercambio de información para fomentar nuevas oportunidades de crecimiento, diversos canales de ingresos y posibles proyectos futuros. A través de diversos ejemplos prácticos, Chesbrough (2020) revela cómo numerosas estrategias reconocidas de innovación abierta, como el *crowdsourcing*, el *software* de código abierto y los facilitadores de innovación, deben integrarse en toda la organización para generar un valor genuino y sostenible.

Los hallazgos de la innovación abierta ofrecen información sobre los obstáculos y las realidades que impiden a las organizaciones desarrollar y aprovechar los beneficios de la innovación. Este libro describe una estrategia para impulsar el crecimiento y la eficacia de las organizaciones, independientemente de su tamaño, incluyendo grandes empresas, pequeñas empresas y comunidades tanto en regiones desarrolladas como en entornos rurales.

A lo largo de los años, diversas entidades comerciales han modificado sus estrategias. Aquellas que antes dudaban en invertir fuertemente en investigación y desarrollo han optado por adquirir empresas más pequeñas, reconocidas por sus innovaciones tecnológicas. Al integrar estas innovaciones, pueden competir eficazmente con actores consolidados en sus sectores. En consecuencia, los startups que carecen de capacidades propias de investigación y desarrollo se ven obligadas a depender de las innovaciones de otros para mantenerse competitivas. Además, es

crucial reconocer que grandes corporaciones que se embarcaron en ambiciosas iniciativas de investigación tuvieron que abandonar algunos de estos esfuerzos al descubrir que no alcanzarían los resultados esperados. Como resultado, ciertos proyectos pasaron a ser liderados por los investigadores originales, quienes utilizaron capital de riesgo para continuar su trabajo. A medida que surgen nuevas empresas, sus roles laborales deben equilibrar la cooperación y la competencia aprovechando las contribuciones sustanciales de las innovaciones de otros, fomentando así la creación de empresas exitosas.

Bajo el modelo de innovación abierta, los proyectos pueden originarse tanto dentro como fuera de la empresa, pueden incorporarse tanto al principio como en fases intermedias del proceso de innovación, y pueden alcanzar el mercado a través de la misma compañía o a través de otras empresas (licencia de patentes, transferencia de tecnología, etc.). A continuación, se muestra un modelo de innovación abierta:



Existe una variedad de formas de innovación abierta. A continuación, se ofrecen más detalles sobre cada categoría.

Inbound: En un contexto empresarial, la innovación abierta enfatiza la participación, la adaptabilidad y la difusión de ventajas competitivas mediante estrategias organizacionales y la gestión de riesgos corporativos. También puede generar beneficios si la organización es capaz de innovar eficientemente bajo la protección de la propiedad intelectual. Es importante destacar que, para fines de investigación y desarrollo, a veces se obtiene propiedad intelectual externa para mejorar los propios intereses de la empresa.

Para alejarse del modelo de innovación cerrada, numerosas empresas "incorporan" nuevas ideas; esto significa que incorporan innovaciones externas y las integran en sus prácticas habituales. Este enfoque de innovación, conocido como de afuera hacia adentro o inbound, es el más adoptado y generalmente requiere la colaboración con diversas entidades, como empresas, clientes, socios e instituciones académicas, entre otras.

Un ejemplo práctico de este modelo de innovación sería una heladería que ofrece un taller para que sus clientes aprendan técnicas de elaboración de helados. Esto podría ir seguido de un concurso para fomentar la creación del sabor de helado más original y delicioso, que podría incluirse en la oferta de la heladería.

Innovación de salida: Por el contrario, la innovación de adentro hacia afuera o de salida ocurre cuando una empresa comparte tecnologías e ideas excedentes con otras organizaciones. Este método se utiliza con frecuencia para generar ingresos mediante la venta de activos intelectuales. Por ejemplo, 3M contrata a un consultor para evaluar las necesidades del cliente y desarrollar

soluciones de envasado óptimas que ofrezcan la mejor relación coste-beneficio para la entidad contratante.

La innovación acoplada representa una combinación de estrategias de salida e entrada. En este escenario, la empresa busca la innovación atrayendo ideas y colaboraciones, a la vez que proporciona nuevos procesos a otras empresas. Un ejemplo de este enfoque podría ser el de dos empresas rivales que abordan el mismo problema y acuerdan asociarse para crear una nueva marca. Posteriormente, las tres empresas comenzarían a utilizar productos o proveedores idénticos, lo que agiliza y reduce los costes operativos para todas las partes implicadas.

Estrategias: La innovación abierta ofrece ventajas sobre la innovación cerrada convencional, ya que requiere una menor inversión de capital; su eficacia en la generación de resultados suele ser mayor; y refuerza las capacidades internas de las organizaciones, facilitando la comunicación con diversos actores externos que enriquecen la propuesta de valor.

Para implementar eficazmente los mejores enfoques de innovación abierta, es crucial que la organización comprenda las diversas estrategias a su disposición e identifique el enfoque principal para gestionar el flujo de ideas, tecnología y conocimiento en colaboración con participantes externos a través de redes.

Aprovechar la experiencia y los recursos de partes interconectadas dentro de una red externa para potenciar los esfuerzos de innovación interna se reconoce como un resultado significativo de la innovación abierta. Las estrategias asociadas con la innovación abierta se pueden clasificar de la siguiente manera:

Estrategia de entrada: Esta estrategia es adoptada predominantemente por las pequeñas y medianas

empresas (PYME). Implica recopilar conceptos y conocimientos técnicos de fuentes externas para reforzar las capacidades y la administración internas. Las PYME valoran especialmente a sus clientes como colaboradores externos, ya que les ayudan a identificar oportunidades y a fundamentar sus decisiones de innovación.

Además de los clientes, otros colaboradores externos para la recopilación de ideas y conocimientos incluyen proveedores, intermediarios, competidores y empresas del mismo sector; sin embargo, estas entidades deben considerarse colaboradores en lugar de adversarios. Tras considerar estas fuentes, las organizaciones pueden explorar alternativas fuera de su cadena de suministro, como universidades, empresas especializadas en investigación y desarrollo o consultoras. Posteriormente, a partir de las fuentes identificadas, la organización debe identificar las más adecuadas. Tras esta determinación, se deben establecer iniciativas de colaboración a través de redes y alianzas con estos colaboradores externos para adquirir las ideas, los conocimientos y las tecnologías que potencien las iniciativas de innovación abierta. En definitiva, es crucial reconocer que, si bien la adquisición de conocimiento y tecnología brinda a una empresa la oportunidad de mantenerse competitiva y perfeccionar sus innovaciones, gestionar las innovaciones de forma aislada resulta poco práctico; por lo tanto, la participación de diversos socios externos es esencial para mantener una ventaja competitiva.

Existen técnicas para implementar una estrategia externa, como señala Guerrero:

Exploración: investigar y evaluar información sobre ciencia y tecnología proveniente de fuentes externas.

Monitoreo continuo: garantizar que la búsqueda de información sea estructurada, específica y

continua.

Adquisición de propiedad intelectual: comprar invenciones o patentes.

Subcontratación: contratar servicios externos para Investigación y Desarrollo.

Empresas colaborativas: unir fuerzas mediante un acuerdo formal para obtener beneficios mutuos.

Alianzas estratégicas: establecer acuerdos entre dos o más entidades que comparten un objetivo común. Redes colaborativas: trabajar conjuntamente entre diversas organizaciones.

Innovación del usuario: involucrar a los clientes en la creación de nuevas ideas. Crowdsourcing: participación del público en el proceso de innovación. Estrategia de Salida: Las pequeñas y medianas empresas (PYME) rara vez adoptan este enfoque debido a la ausencia de divisiones de investigación y desarrollo, la mínima inversión tecnológica y, por lo tanto, las limitadas oportunidades de innovación (Calle M. C. -R., 2021). Esta estrategia se centra en el uso externo del conocimiento y las tecnologías internas. Una práctica común en este ámbito es la concesión de licencias y permisos de tecnologías a terceros, lo cual es posible para las PYME, ya que sus recursos limitados hacen que la utilización externa sea más beneficiosa financieramente (Calle M. C. -R., 2021). Además de estos métodos, también existe el proceso de compartir recursos internos y conocimiento tecnológico. Esto implica ofrecer dicha información a entidades externas sin esperar recompensas inmediatas ni ganancias financieras, buscando en cambio la mejora del sector y el estímulo del avance tecnológico de las empresas que acceden a este conocimiento compartido (Calle M. C. -R., 2021).

(Guerrero, 2021) Licencia: transferencia de los derechos para utilizar o vender un producto, a menudo de naturaleza intangible. Divulgación: compartir conocimientos, hallazgos científicos o

tecnologías con personas externas a la organización. Venta de propiedad intelectual: transferir la propiedad de invenciones, patentes, marcas o creaciones desarrolladas internamente. Venta de servicios de I+D: implica la prestación de servicios de investigación y desarrollo para su compra. Escisión: formar una empresa independiente que se origina a partir de una organización matriz. Estrategia mixta: incluye métodos de enfoques tanto inbound como outbound. Esta es la menos favorecida por las pymes, ya que requiere diversas condiciones para el éxito, como el avance tecnológico y la capacidad de inversión. Además, la evidencia sugiere que para ejecutar eficazmente una estrategia outbound, primero debe implementarse una inbound; por lo tanto, gestionar ambas simultáneamente presenta una dificultad significativa, lo que requiere una alta inversión y recursos tecnológicos.

Aprovecha tanto las ideas externas como las desarrolladas internamente, utilizando propiedad intelectual generada que no es aplicable internamente.

Permite a las instituciones académicas impulsar la investigación orientada a resolver problemas empresariales prácticos, mejorando así su comprensión del proceso de innovación.

Fomenta las conexiones entre la empresa y su entorno. Estas conexiones son cruciales para construir redes de cooperación sobre temas relevantes, potenciar el trabajo en equipo y alinear objetivos relacionados con la innovación y la creatividad.

Facilita el desarrollo de una cultura de innovación influenciada por fuentes externas a través de relaciones establecidas con innovadores externos.

Ayuda a las organizaciones a descubrir nuevas tecnologías a escala global.

Ofrece a las empresas mayor adaptabilidad y opciones al aprovechar al máximo sus recursos y

capacidades limitados para prosperar en el competitivo panorama tecnológico.

Mejora la capacidad de los productos y servicios para satisfacer las demandas de los clientes.

Permite a las organizaciones intercambiar información, ideas y conocimientos con otras entidades y recopilar retroalimentación que enriquece su perspectiva organizacional.

Ayuda a las organizaciones a mantenerse al día con la dinámica del mercado y a comprender a sus clientes.

Involucra a los empleados en las iniciativas de innovación, impulsando su entusiasmo y compromiso con el proceso.

Promueve el emprendimiento, estimulando la creación de nuevas empresas destinadas a sostener y hacer crecer las economías basadas en el conocimiento.

Una ventaja competitiva surge al ejecutar una estrategia que la competencia no utiliza, lo que genera ahorros de costos, aprovecha oportunidades y reduce las amenazas (Barney, 1991). Esta ventaja surge cuando los recursos son únicos, poco comunes, difíciles de replicar y costosos de adquirir o implementar, lo que crea obstáculos para que los rivales los imiten o reemplacen.

Wernerfelt (1984) formalizó este punto de vista mediante el enfoque orientado a los recursos. Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas se enfrentan a la escasez de recursos, lo que tiende a limitar sus fuentes de ventaja competitiva (Leidi Dayely Ruano Arcos, logotipo de ORCID, 2024).

(Guerrero, Innovación Abierta: Factor Clave de Competitividad. Estudio Bibliométrico, 2022) señala que la cadena de valor sirve como marco para evaluar las acciones internas de las empresas y sus interrelaciones, clasificándolas en actividades primarias que aportan valor directo a los

clientes y actividades de apoyo que indirectamente contribuyen a las primarias. Las actividades de apoyo incluyen:

Infraestructura: Esta sustenta toda la cadena.

Recursos Humanos: Representa el conocimiento aplicado en las operaciones de la empresa.

Desarrollo Tecnológico: Incluye los avances tecnológicos.

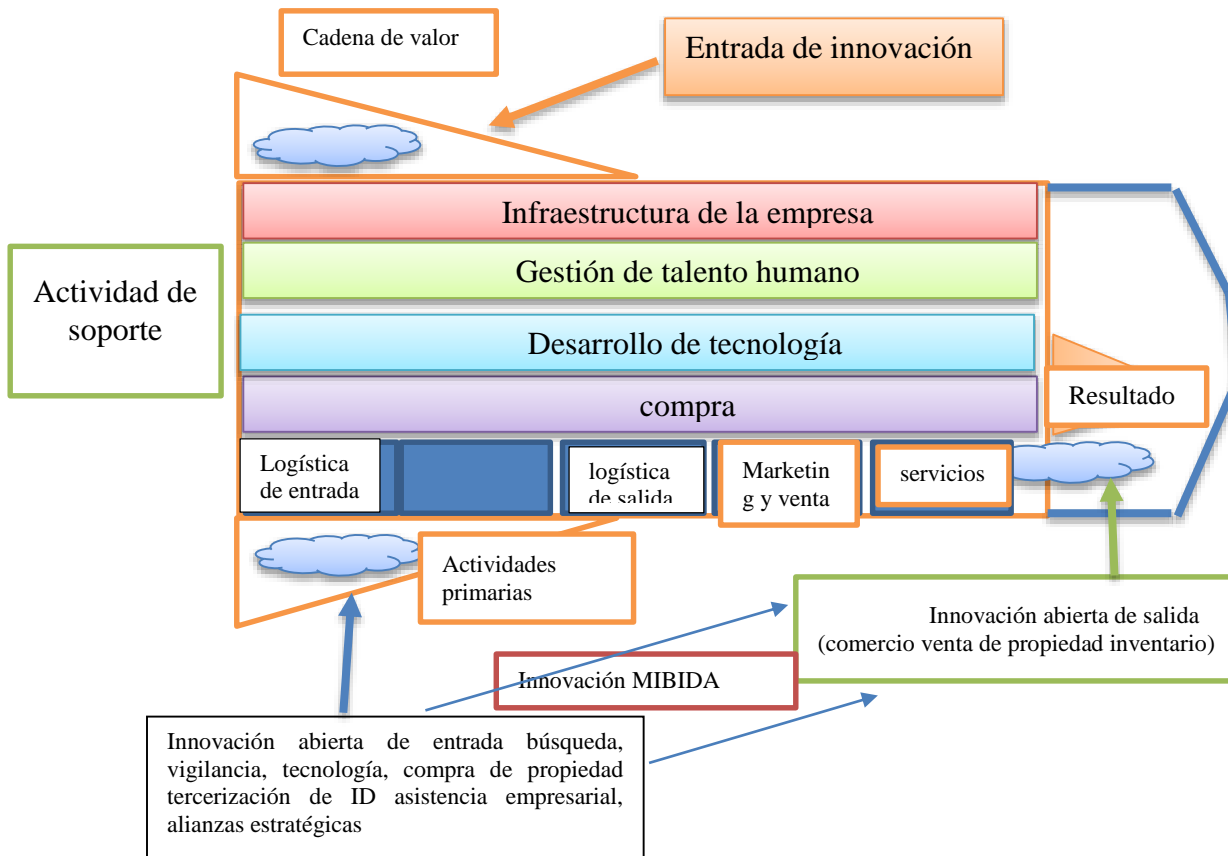
Gestión de Compras: Supervisa las interacciones con los proveedores. Las actividades principales de este modelo comprenden:

Logística de Entrada: Se refiere a la logística involucrada en la recepción de mercancías, ya sea dentro o fuera de la organización.

Operaciones: Incluye el proceso de fabricación.

Logística de Salida: Supervisa los canales de distribución, ya sean internos o externos.

Marketing y Ventas: Se refiere a la gestión de la estrategia de marketing. Servicio: abarca todas las actividades relacionadas con el soporte poscompra y la resolución de problemas (Porter, 2008), como se menciona en Guerrero (2022). El modelo sugerido integra la cadena de valor de Porter (2008) con los enfoques de IA propuestos por Gassmann y Enkel (2004), como se señala en Guerrero (2022), mostrando cómo el marco interno se alinea con el contexto externo para impulsar los resultados de innovación. El embudo de innovación también está integrado en la estructura, simbolizando el proceso de creación y los puntos de entrada y salida para las aplicaciones del modelo abierto, según Chesbrough (2003) y mencionado por Guerrero (2022).



DISEÑO METODOLÓGICO

Considerando que el presente trabajo se enmarca en la búsqueda de conocimientos para lograr entender el fenómeno de la información y determinar cuáles son las ventajas del empleo de la innovación abierta en las microempresas de viveros del cantón El Carmen, Ecuador, se plantea la siguiente metodología:

El estudio se enmarcó en el paradigma interpretativo, el cual según (Mendoza, 2023) asume que

la realidad existe independiente de los seres humanos, esto no está medido por nuestros sentidos y se rige por leyes inmutables que gobierna el fenómeno y que son observables. El positivismo en sí, reconoce que las realidades son observables, que el conocimiento es observable y objetivo, por lo tanto, los fenómenos son medibles y aportan a la ciencia, motivo por el cual este trabajo busca determinar las ventajas del empleo en viveros del cantón El Carmen.

El enfoque de la investigación es cuantitativa motivo por el cual fue desarrollado mediante un nivel descriptivo de campo no experimental relacionado con cuales son las ventajas del empleo de la innovación abierta en la microempresas del cantón El Carmen. De igual forma, la experiencia y el saber de expertos que comprenden la realidad de cuáles son las ventaja de empleo en la innovación abierta en vivero es esencial para entender los diversos elementos de este problema, no solo desde una perspectiva técnica, sino también desde el contexto histórico que dio lugar a la problemática.

Esta investigación es descriptiva porque se centra en la descripción detallada de los factores y elementos de las ventajas del empleo de la innovación abierta que inciden de manera positiva o negativa en la economía de la ciudad, de igual manera se verificó las características y sus particularidades para proporcionar una imagen más clara del fenómeno.

Figuroa (2024) afirma que la perspectiva cuantitativa, arraigada en la filosofía positivista, opera bajo el supuesto de que la realidad es objetiva y medible.

Según Galarza (2023), en los estudios exploratorios, la investigación se dirige a fenómenos que no han sido investigados previamente, con el objetivo de analizar sus características.

Ávila (2020) señala la importancia de ofrecer una breve introducción a las técnicas de entrevista y

encuesta, especialmente en lo que respecta al cuestionario. En este contexto, Hernández, Fernández y Baptista (2006) no definen el cuestionario como un método o técnica, sino que afirman que es el instrumento más común para la recolección de datos (p. 310) y lo describen como una compilación de preguntas sobre una o más variables destinadas a la medición (p. 310). Estos autores diferencian entre encuestas y entrevistas según el método de administración; consideran las encuestas como cuestionarios autoadministrados y las entrevistas como aquellas realizadas mediante diálogo directo.

El proceso de análisis estadístico es un método estructurado para recopilar, organizar, analizar e interpretar datos numéricos con el fin de extraer conclusiones y respaldar la toma de decisiones informada. Emplea enfoques matemáticos y computacionales para descubrir patrones.

Para esta investigación, se emplearon dos métodos para la recolección de datos. El primer método consistió en el análisis documental, que incluyó el examen e interpretación de diversos documentos para extraer información pertinente. Esto puede abarcar definiciones, comprobación de hipótesis, relatos de eventos y situaciones, registros históricos y cualquier otro material relevante relacionado con el tema de investigación. De forma similar, otro método de recolección de datos fue la realización de entrevistas, en particular para captar las experiencias de microempresarios o propietarios de viveros. La recuperación de datos adicional implicó la exploración de bibliotecas en línea y la adquisición de información de bases de datos académicas, repositorios y otros recursos digitales. Además, se utilizaron dos herramientas para la recolección de datos: inicialmente, una hoja de registro de datos para sistematizar y categorizar la información recopilada durante el estudio, y posteriormente, un marco de entrevistas que incluía preguntas predeterminadas sobre los beneficios de implementar la innovación abierta en las microempresas.

El presente trabajo es viable debido a que los resultados evidencian la realidad del emprendedor en nuestro medio, de igual manera ayuda a comprender el fenómeno de ventaja del empleo de la innovación abierta desde el punto de vista económico, su factibilidad radica en el aporte del conocimiento, pues en la actualidad existen pocas publicaciones relacionadas con este tema. En este mismo contexto es importante señalar que la aplicabilidad de este trabajo se sustenta en que a corto plazo puede servir como fuente de consulta para futuros estudios relacionados con esta problemática, en este sentido la información recopilada mediante las fichas de registro fueron analizada a través del estudio de datos que permitieron conocer la realidad del comercio informal en relación a su localización, áreas de influencia y cantidades estimadas en función de los puntos de venta, asimismo las entrevistas realizadas nos proporcionaron conocimientos valiosos en el ámbito de la economía, el cumplimiento de la normativa legal y sobre todo la evolución que la innovación abierta ha experimentado en las últimas décadas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Hallazgos del trabajo de campo y la investigación documental: Existe un alto nivel de conciencia sobre los conceptos de innovación abierta. La mayoría de los entrevistados reconocen que se trata de buscar y difundir ideas fuera de los límites de su vivero. Subrayan la importancia de mantenerse informados sobre métodos y especies innovadoras, así como de colaborar con socios externos, como instituciones educativas o centros de investigación. Algunas personas ya han contemplado

aplicar este enfoque para objetivos específicos, como el lanzamiento de nuevas variedades o la eficiencia en el uso de recursos. Esto indica que, aunque no se mencione explícitamente como tal, existe una apertura constante a las ideas externas. Los obstáculos encontrados varían y reflejan los desafíos comunes que enfrentan los países en desarrollo, principalmente relacionados con los recursos y la accesibilidad. Los obstáculos más citados incluyen:

Inversiones significativas necesarias para tecnología o ensayos experimentales, escasez de capital y gastos relacionados con materiales importados.

Acceso restringido a conocimientos científicos contemporáneos, tecnología avanzada, semillas o recursos genéticos de alta calidad.

Conexión a internet limitada y vínculos mínimos con redes formales de investigación.

Capacitación insuficiente de los empleados y escasez de trabajadores cualificados. Una mentalidad convencional, la inestabilidad económica que aumenta los riesgos de inversión, la escasa demanda de productos innovadores y la falta de un ecosistema de innovación que los apoye.

Dificultades para obtener permisos o financiación, así como leyes locales obsoletas.

La mayoría de los viveros ya integran conocimientos e ideas externas, aunque de forma informal y orgánica. Las principales fuentes de estos conocimientos son:

Clientes: Recomendaciones sobre nuevos tipos de plantas, problemas relacionados con las variedades actuales y patrones de demanda emergentes.

Proveedores y otros propietarios de viveros: Actualizaciones sobre nuevos productos, métodos de cultivo y experiencias compartidas en ferias agrícolas.

Comunidades agrícolas locales: Métodos tradicionales, orientación sobre suelos y clima, y experiencias en prácticas agrícolas orgánicas.

Especialistas externos: Capacitación impartida por entidades comerciales, tendencias de paisajismo e iniciativas de investigación de grupos comunitarios.

Esto refleja una práctica estable de innovación abierta informal impulsada por la necesidad y las interacciones diarias. Los ejemplos de colaboración son tangibles y diversos, destacando la resolución eficaz de problemas y las mejoras en los productos:

Instituciones educativas: Conocimientos sobre el manejo de plagas, contactos con expertos.

Agricultores/Otros viveros: Ensayos con variedades resistentes, intercambio de métodos de injerto.

Organizaciones/Proyectos comunitarios: Información sobre los requisitos de la jardinería urbana, detalles sobre la flora autóctona, iniciativas de reforestación.

Proveedores: Ensayos con nuevos sustratos de cultivo.

Departamentos gubernamentales/Entidades públicas: Instrucción sobre el uso eficiente del agua.

Expertos externos (arquitectos, diseñadores): Creación colaborativa para proyectos específicos, como muros verdes o una mejor presentación visual.

Estos ejemplos enfatizan la disposición a cooperar cuando surge una necesidad específica o una oportunidad de mejora. Los entrevistados reconocen numerosas ventajas en la interacción con los clientes durante la creación de nuevas variedades:

Mitigación del riesgo al centrarse en lo que el mercado realmente necesita.

Creación de productos únicos y personalizados, lo que genera mayor fidelización del cliente.

Inversión más enfocada en variedades con probabilidades de generar ventas sustanciales.

Puntos de vista nuevos e ideas innovadoras. Identificación de necesidades latentes insatisfechas.

Sensación de reconocimiento y comprensión.

Mayor agilidad en el proceso de innovación.

Perspectivas prácticas sobre el uso de plantas.

Desarrollo de variedades más resilientes adaptadas a las condiciones locales.

Fomento de un sentido de comunidad y colaboración con los clientes.

Esto demuestra una sólida comprensión de la importancia de colaborar con los clientes. Las aportaciones de los empleados se consideran vitales para la mejora continua y la creatividad. Se reconoce que el personal participa en las actividades diarias y posee conocimientos invaluable. Entre los ejemplos compartidos se incluyen mejoras en las operaciones, como la reorganización de pasillos y el aprovechamiento del agua de lluvia, así como la creación de nuevos productos como kits de plantación para niños y el perfeccionamiento de los métodos de cultivo mediante técnicas y controles biológicos. La confianza para expresar ideas se fomenta mediante:

Entornos donde se valoran todas las opiniones y se fomenta la disposición a probar cosas nuevas.

Reconocimiento de su experiencia y aportaciones. Un ambiente que fomenta la accesibilidad y premia los éxitos.

Demostrando que las contribuciones se valoran y se ponen en práctica. La capacidad de proponer soluciones libremente e independencia en las responsabilidades.

Áreas designadas como buzones de sugerencias y grupos de discusión.

El concepto de intercambio de conocimientos o métodos propios ha sido reconocido por muchos, aunque con una aplicación menos formal. Se observan oportunidades para:

Generar ingresos adicionales mediante técnicas.

CONCLUSIONES

A pesar de contar con recursos financieros limitados, los viveristas encuestados muestran una visión de futuro hacia la innovación. Si bien la innovación abierta carece de una definición estricta, se utiliza con frecuencia, especialmente en su faceta "inbound", que implica la adquisición de conocimiento de fuentes externas. Las alianzas con clientes, proveedores, agricultores e instituciones académicas son esenciales para su desarrollo y mejora. Los trabajadores son considerados una fuente crucial de conocimiento, y se cultiva una cultura que promueve la confianza y el intercambio de ideas. La "innovación abierta outbound" presenta una oportunidad en expansión para estos viveros, que reconocen cada vez más los beneficios de monetizar o distribuir su experiencia y variedades distintivas. El principal obstáculo sigue siendo la limitada disponibilidad de recursos financieros y tecnológicos, lo que pone de relieve la necesidad de estrategias de innovación colaborativas y eficaces.

RECOMENDACIONES

Según las opiniones de los propietarios de viveros, las siguientes sugerencias están diseñadas para mejorar sus enfoques innovadores, especialmente considerando las limitaciones de recursos. Si bien muchos viveros ya están explorando conceptos externos, estructurar este método puede optimizar sus ventajas:

Establecer un sistema de Presentación de Ideas Externas: Este podría ser un buzón físico ubicado en el vivero o una opción en línea (como un correo electrónico específico o un formulario web sencillo) donde clientes, proveedores y socios puedan enviar sus sugerencias sobre nuevos tipos de plantas, mejoras en el cuidado y más.

Formular alianzas estratégicas específicas: Establecer acuerdos claros (o semiestructurados) con universidades, instituciones de investigación agrícola u organizaciones de agricultores que aborden temas específicos (como el manejo de plagas, la mejora de variedades vegetales o estrategias de riego eficiente). Esto podría incluir la organización de prácticas para estudiantes, proyectos de investigación colaborativa o acceso a recursos académicos.

Participar activamente en redes y asociaciones: Fomentar la participación en ferias, talleres y reuniones del sector, no solo para intercambiar ideas, sino también para un intercambio significativo de conocimientos y experiencias con otros viveristas. Considere organizar un foro de discusión local en la guardería para abordar obstáculos y soluciones de forma colaborativa.

El personal puede ser un recurso descuidado para la innovación, y fomentar la confianza entre ellos es esencial:

Ponga en marcha una iniciativa de sugerencias para empleados: Vaya más allá de un simple buzón de sugerencias; cree un sistema donde se puedan evaluar las ideas, recibir retroalimentación y, si se adoptan, se reconozca públicamente al colaborador (premios, menciones, tiempo libre).

Fomente la capacitación cruzada y la rotación de roles: Permitir que el personal experimente diversos roles dentro de la guardería o que aprenda nuevos métodos puede enriquecer sus puntos de vista e inspirar nuevas ideas al observar las operaciones desde múltiples perspectivas.

Organice reuniones periódicas de intercambio de ideas: Dedique tiempo durante las reuniones semanales o mensuales para que el personal exprese problemas operativos y sugiera soluciones sin temor a ser juzgado. Fomente el pensamiento innovador.

Numerosos viveristas poseen conocimientos especializados que podrían monetizarse o aprovecharse para ampliar su influencia:

Registrar conocimientos especializados: Si un vivero ha creado un método de propagación distintivo o ha adaptado una variedad para soportar condiciones adversas, documentar esta información puede ser el primer paso para compartirla o licenciarla.

Ofrecer talleres o asesoramiento especializado: Si poseen experiencia en un área específica (como cultivo orgánico, plantas autóctonas o adaptación a climas secos), pueden impartir clases u ofrecer servicios de consultoría a otros agricultores o viveristas, generando ingresos adicionales y estableciéndose como expertos en el sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alarcón Vásquez, F. L. (2021). Efecto de las estrategias de innovación en el éxito de las empresas: Effect of innovation strategies on business success. *Res non verba revista científica, res non verba revista científica*, 11(2), 15–26. Obtenido de

Ávila, H. F. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@ lia: didáctica y educación*, 11(3), 62-79. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=7692391>

Calle, M. C.-R. (2021). Propuesta de un modelo de innovación abierta a un sector de las Pymes de la ciudad de Cuenca-Ecuador. *UDA*, 342–373. Obtenido de <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi8.447>

Calle, M. C.-R. (2021). Propuesta de un modelo de innovación abierta a un sector de las Pymes de la ciudad de Cuenca-Ecuador. *UDA AKADEM*, (8), 342–373. Obtenido de <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi8.447>

Chesbrough, H. W. (2020). *Resultados de la innovación abierta*. España: Universidad de Deusto = Deustuko Unibertsitatea, Servicio de Publicaciones = Argitalpen Zerbitzua.

Echeverri-Romero, R. D.-C.-A.-Á.-T. (2022). ventajas competitivas de las PYMES hortofrutícolas en Colombia: el rol de la innovación abierta y orientación emprendedora. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 12(2), 171-184.

Figuerola, E. V. (2024). *Seminario de investigación. Enfoques cuantitativo y cualitativo*. Obtenido de Seminario de investigación: <https://www.academica.org/enver.vega.figuerola/14>

Galarza, C. R. (2023). Los alcances de una investigación. CA cienciaamerica. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet- LosAlcancesDeUnaInvestigacion-7746475.pdf

Guerrero, R. E.-A. (2021). Innovación abierta: factor clave de competitividad. Estudio bibliométrico. *Empresa y Sociedad*, 3, 47-67. doi: <https://doi.org/10.5377/emysa.v3i1.18210>

Guerrero, R. E.-A. (2021). Innovación abierta: factor clave de competitividad. Estudio bibliométrico. *Empresa y Sociedad*, 3, 47-67, 49.

Guerrero, R. E.-A. (2022). Innovación Abierta: factor clave de Competitividad. Estudios bibliométrico Open Innovation: key factor of Competitiveness. Bibliometric study. *Revista Empresa y Sociedad*, 53.

Guerrero, R. E.-A. (2022). Innovación Abierta: factor clave de Competitividad. Estudios bibliométrico Open Innovation: key factor of Competitiveness. Bibliometric study. *Revista Empresa y Sociedad*, 54 - 55. Obtenido de https://www.revistaempresaysociedad.com/_files/ugd/0210f9_52d33e805e274733aef320bd369224e6.pdf#page=48

<https://doi.org/10.21855/resnonverba.v11i2.533>

https://scholar.google.es/scholar?as_ylo=2020&q=beneficios+de+innovacion+abierta&hl

Leidi Dayely Ruano ArcosLogo ORCID, T. F. (2024). La ruta de la innovación abierta que promueve el desempeño y la ventaja competitiva de las Mipymes hortofrutícolas. *Dialnet*, págs.

202-230. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-LaRutaDeLaInnovacionAbiertaQuePromueveElDesempenoY-9418385%20(1).pdf

Mendoza, E. &. (2023). Síntesis de la Investigación Positivista. *Aula Virtual*, 4(10), 156-160.

Morales Guerrero, R. E., & Álvarez-Aros, E. L. (2024). Innovación abierta: factor clave de competitividad. Estudio bibliométrico. *Empresa Y Sociedad*, 3, 47-67.
<https://doi.org/10.5377/emyso.v3i1.18210>

Obtenido de <https://doi.org/10.5281/zenodo.8132312researchgate.net>. Obtenido de Reyes Jiménez, M. M.-S. (27 de 11 de 2024). *La implementación de la innovación abierta en las pymes*. Obtenido de repositorioacademico.upc.edu.pe:

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/673203/Reyes_JM.pdf?sequence=15&isAllowed=y

Salazar-Elena, J. C. (2020). Modelos de innovación abierta: una aproximación autonómica.

seoane, F. J. (2020). Análisis de los viveros de empresas en Galicia según su orientación tecnológica o generalista. *Universidad de Santiago de Compostela (España)*, 49.

Anexos 1: Operacionalización de variables

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES
Innovación Abierta	Modelo de gestión de la innovación que implica flujos de conocimiento deliberadamente gestionados (entrada y salida) a través de los límites de la organización para acelerar la innovación interna y expandir los mercados para el uso	1. Tipo de Innovación Abierta	Inbound (De Afuera Hacia Adentro)	- Adopción de innovaciones externas (ideas, conocimientos, tecnología). - Cooperación con clientes, socios, universidades, proveedores, intermediarios, competencia (cercana), instituciones educativas, empresas de I+D,

				<p>consultoras.</p> <p>- Métodos: Búsqueda, vigilancia tecnológica, compra de propiedad intelectual, tercerización, asociación empresarial, alianzas estratégicas, redes de cooperación,</p>
--	--	--	--	--

	externo de la innovación.			<p>User Innovation, Crowdsourcing.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionarios sobre prácticas de colaboración. - Entrevistas con gerentes de I+D. - Análisis de proyectos de innovación. - Revisión de acuerdos de colaboración/licenciamiento.
--	---------------------------	--	--	---

			<p>Outbound (De Adentro Hacia Afuera):</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Compartir tecnologías e ideas no utilizadas con otras corporaciones. - Generación de ingresos a través de la venta de propiedad intelectual. - Métodos: Licencias, revelado, venta de propiedad intelectual, venta de servicios de I+D, Spin off.
--	--	--	---	---

				<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionarios sobre estrategias de explotación de PI. - Análisis de contratos de licenciamiento/venta de tecnología. - Identificación de spin-offs.
--	--	--	--	---

			<p>C coupled (Mixta):</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Combinación de flujos inbound y outbound. - Importación de ideas/asociaciones y oferta de nuevos procesos/tecnologías a otras empresas
		<p>2. Estrategias de Implementación</p>	<p>Est rategia Entrante:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Absorción de ideas y conocimientos tecnológicos de fuentes externas. - Enfoque en clientes, proveedores, intermediarios, competencia, empresas relacionadas,

				<p>instituciones educativas, consultoras.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de acciones de colaboración y
--	--	--	--	--

				alianzas.
			Est ategia Saliente:	<ul style="list-style-type: none"> - Explotación de conocimiento y tecnologías internas hacia el exterior. - Concesión/autorización de licencias. - Revelado de recursos internos (conocimiento científico/tecnológico).
			Est ategia Mixta:	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación simultánea de prácticas entrantes y salientes. - Requiere desarrollo tecnológico y capacidad de inversión.

		<p>3. Ventajas Percibidas / Impacto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aceleración de la innovación interna. - Expansión de mercados (uso externo de 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo de lanzamiento de nuevos productos/servicios. - Costos de I+D. - Número de patentes/innovaciones. - Tasa de éxito de
--	--	--	--	--

			<p>innovación).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reducción de costos de I+D. - Mayor productividad en I+D. - Flujo constante de ideas y tecnología. - <p>Aprovechamiento de ideas internas y externas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso de propiedad intelectual no aprovechada internamente. - Impulso a la investigación universitaria. - Generación de relaciones y 	<p>proyectos de innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de satisfacción del cliente (respecto a nuevos productos/servicios). - Número de alianzas estratégicas activas. - Percepción de la cultura de innovación. - Posición competitiva en el mercado.
--	--	--	---	--

			redes de colaboración. - Creación de	
--	--	--	--	--

			<p>cultura de innovación "de afuera hacia adentro".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación de nuevas tecnologías. - Mayor flexibilidad y oportunidades. - Incremento de la adaptación de productos/servicios a necesidades del usuario. - Compartir información y conocimiento. - Mantenerse en contacto con tendencias y clientes. - <p>Involucramiento</p>	
--	--	--	---	--

			de empleados. - Fomento del emprendimiento	
--	--	--	---	--

			o. - Generación de ventaja competitiva.	
		4. Adaptación a la Cadena de Valor	Actividades de Apoyo: -	Infraestructura. - Gestión de personal. - Desarrollo tecnológico. - Gestión de compras.
			Actividades Primarias: .	- Logística de entrada. - Operaciones. - Logística de salida. - Marketing y ventas. - Servicio

Anexos 2

ENTREVISTA

INNOVACIÓN ABIERTA EN MICROEMPRESAS DE VIVEROS (CANTÓN EL CARMEN, ECUADOR)

El propósito de esta investigación es analizar las estrategias de innovación abierta implementadas por las microempresas de viveros en el Cantón El Carmen, con el fin de determinar su incidencia en el fortalecimiento de su desempeño empresarial y capacidad competitiva.

Flecha: //

Nombre del Propietario / gerente:

Nombre del Vivero:

Ubicación:

Entrevista	Código	Categoría
<p>Entrevistador:</p> <p>1. ¿Qué tan familiarizado está con el concepto de innovación abierta y ha considerado aplicarlo para mejorar las operaciones o la oferta de productos de su vivero?</p> <p>Entrevistado:</p> <p>Entrevistador:</p> <p>2 ¿Qué desafíos enfrenta su vivero al adoptar prácticas innovadoras, dadas las limitaciones de recursos típicas de los países en desarrollo?:</p> <p>Entrevistado:</p> <p>Entrevistador:</p> <p>3 ¿Incorpora actualmente ideas o conocimientos externos tendientes a adoptar practicas innovadoras en su vivero?, (por ejemplo, de clientes, proveedores o comunidades locales).</p> <p>Entrevistado:</p> <p>Entrevistador:</p> <p>4 ¿Puede compartir un ejemplo de una ocasión en la</p>		

que colaboró con actores externos, como agricultores locales o universidades, para mejorar los productos o procesos de su vivero?

Entrevistado:

Entrevistador

5 Si usted pidiera la opinión de sus clientes para desarrollar nuevas variedades de plantas, ¿de qué forma cree que esto podría beneficiar a su vivero?

Entrevistado:

Entrevistador:

6 ¿Qué tan importantes son para usted las sugerencias de sus empleados?

Entrevistado:

7 ¿Podría contarme de alguna vez que un trabajador le dio una buena idea y usted la puso en práctica?

Entrevistado:

8 ¿Qué hizo que ese empleado se sintiera en confianza para compartirla?

<p>Entrevistador:</p> <p>9 ¿Alguna vez ha considerado compartir las técnicas de cultivo únicas o las variedades de plantas de su vivero con otras empresas como parte de una estrategia de innovación abierta saliente?</p> <p>Entrevistado:</p> <p>10 ¿Puede imaginar un escenario en el que su vivero colabora con un competidor para desarrollar conjuntamente un nuevo producto o servicio, como en un modelo de innovación abierta acoplada?</p> <p>Entrevistado:</p>		
--	--	--

Entrevistador:

11 ¿En qué fuentes externas, como instituciones de investigación agrícola o comunidades locales, confía actualmente para obtener nuevas ideas o tecnologías, y cómo gestiona estas relaciones?

Entrevistado

Entrevistador:

12 ¿Cómo podría el crowdsourcing, como por ejemplo pedir a los clientes sus opiniones sobre nuevas variedades de plantas o ideas de paisajismo, ayudar a su vivero a innovar y satisfacer las demandas del mercado?

Entrevistado::

Entrevistador:

13 ¿Qué barreras enfrenta usted para acceder a tecnologías o conocimientos avanzados para su vivero, y cómo podrían las estrategias de innovación abierta ayudar a superarlas?

Entrevistado:

Entrevistador:

14¿Cómo se mantiene informado sobre las tendencias del mercado y las preferencias de los clientes en los viveros? ¿Podría la innovación abierta mejorar este proceso?

Entrevistado:

Entrevistador:

15¿Qué ventajas ve en colaborar con universidades e institutos de investigación para desarrollar nuevas variedades de plantas o prácticas de cultivo sostenibles?



Entrevistado:

Entrevistador:

16¿Cómo puede la innovación abierta ayudar a su vivero a reducir costos, especialmente en áreas como investigación y desarrollo o búsqueda de nuevas especies de plantas?

Entrevistado:

<p>20 ¿Qué medidas prácticas puede adoptar su vivero para implementar la innovación abierta, dados los recursos financieros y tecnológicos limitados disponibles en su contexto? Entrevistado:</p>		
--	--	--

<p>Nombres:</p> <div style="text-align: center;">  <p>Firmado electrónicamente por:</p> <p>MILTON GEOVANNY ZAMBRANO RIVERA</p> <p><small>Validar únicamente con FirmaIC</small></p> </div> <p>Ing. Milton Geovanny Zambrano Rivera. Mg</p>	<p>Nombres:</p> <div style="text-align: center;">  <p>Firmado electrónicamente por:</p> <p>HENRRY MARCELINO PINARGOTE PINARGOTE</p> <p><small>Validar únicamente con FirmaIC</small></p> </div> <p>Dr. Henry Marcelino Pinargote Pinargote. Mg</p>
<p>REVISADO POR</p>	<p>VALIDADO POR</p>

Anexos 3

GUÍA DE OBSERVACIÓN

INNOVACIÓN ABIERTA EN MICROEMPRESAS DE VIVEROS (CANTÓN EL CARMEN, ECUADOR)

Propósito: El propósito de esta investigación es analizar las estrategias de innovación abierta implementadas por las microempresas de viveros en el Cantón El Carmen, con el fin de determinar su incidencia en el fortalecimiento de su desempeño empresarial y capacidad competitiva.

Contexto: Microempresas de viveros de plantas ornamentales en el Cantón El Carmen, Ecuador.

Fecha de Observación: // _ _____

Nombre del Observador/a: _____

Nombre del Vivero Observado: _____

I. Colaboración y Fuentes Externas de Ideas



Esta sección busca identificar si el vivero interactúa con actores externos para obtener nuevas ideas o soluciones.

ÍTEMS	PREGUNTAS	SI	NO	PARCIAL
1	El vivero solicita activamente comentarios o sugerencias de sus clientes sobre productos o servicios			
2	Los clientes comparten ideas o problemas que el vivero ha considerado o resuelto Ejemplos observados: (Ej. Cliente sugirió incluir macetas biodegradables, el vivero está evaluando proveedores.)			
3	El vivero busca proactivamente innovaciones o mejoras de sus proveedores (semillas, sustratos, fertilizantes, macetas			
4	Se discuten con los proveedores posibles nuevos productos, tecnologías o prácticas de cultivo Ejemplos observados: (Ej. Proveedor de sustratos presentó una nueva mezcla orgánica, el vivero la está probando.			

5	el vivero la está probando nueva mezcla orgánica			
6	El vivero participa en programas o proyectos con universidades locales o instituciones de Investigación			
7	Se observa que el vivero aplica conocimientos o tecnologías generadas por la academia (Ej. nuevas técnicas de propagación, control biológico Ejemplos observados: (Ej. Colaboración con la universidad en un proyecto de resistencia de plantas a plagas locales.)			
8	Interacción con Competidores o Otros Viveros incluyendo asociaciones			
9	El vivero participa en gremios, asociaciones de viveristas o redes informales con otros viveros para compartir conocimientos o buenas prácticas			
10	Se observa algún tipo de benchmarking o intercambio de información con competidores para identificar nuevas tendencias o soluciones Ejemplos observados: (Ej. Participación en charlas de la Asociación de Viveristas de Manabí.)			

11	Fuentes de Información Abiertas (Internet, Ferias, Publicaciones)			
12	Se observa la implementación de ideas obtenidas de estas fuentes. Ejemplos observados: (Ej. Propietario mencionó haber visto una nueva técnica de empaque en un video de internet que planea implementar.)			
13	El personal muestra una actitud abierta y receptiva a las sugerencias o ideas de fuentes externas			
14	Hay un canal informal o formal para que los empleados reporten ideas o información relevante obtenida externamente			
15	El vivero destina un espacio o recursos (aunque sean mínimos) para experimentar con nuevas variedades, técnicas o productos sugeridos externamente			
16	Existen ejemplos concretos de innovaciones (en productos, procesos, marketing) que claramente provienen de fuentes externas (Ej. Introducción de una nueva planta ornamental tropical que vieron en una feria de Guayaquil.)			
17	Se perciben limitaciones de tiempo, recursos			

	económicos o personal para explorar o implementar nuevas ideas			
18	¿Existe resistencia al cambio o preferencia por las formas tradicionales de hacer las cosas?			
19	Hay falta de acceso a información o redes externas relevantes (Ej. El propietario menciona que no tiene tiempo para investigar nuevas variedades debido a la carga de trabajo.)			
20	La ubicación geográfica del vivero facilita el acceso a información o mercados			
21	Se han introducido nuevas especies o variedades de plantas como resultado de fuentes externas (Ej. abonos especiales, macetas innovadoras, Nueva variedad de orquídeas)			
22	Se han adoptado nuevas técnicas de cultivo, riego, control de plagas o propagación de fuentes externas			
23	El vivero ha adoptado nuevas estrategias de venta, promoción o empaque inspiradas en el exterior			
24	Se utilizan plataformas digitales o redes sociales de forma innovadora para llegar a más clientes,			

	aprendiendo de otros			
25	El vivero ha modificado su forma de generar ingresos o entregar valor (Ej. venta a domicilio, talleres para clientes, servicios de paisajismo) basándose en ideas externas			
<p align="center">Nombres:</p>  <p align="center">MILTONGEOVANNY ZAMBRANO RIVERA</p> <p align="center"><small>Firmado electrónicamente por</small></p> <p align="center"><small>Validar únicamente con Firma</small></p> <p>Ing. Milton Geovanny Zambrano Rivera. Mg</p>		<p align="center">Nombres:</p>  <p align="center">HENRRY MARCELINO PINARGOTE PINARGOTE</p> <p align="center"><small>Firmado electrónicamente por</small></p> <p align="center"><small>Validar únicamente con Firma EC</small></p> <p>Dr. Henry Marcelino Pinargote Pinargote. Mg</p>		
REVISADO POR		VALIDADO POR		