

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS



T E S I S

**“CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN EL PROCESO DE PANELA ORGÁNICA EN
LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CAÑA “LOS EMPRENDEDORES
CHONTABAMBA” EN LA PROVINCIA DE CHOTA, 2023 – 2024”**

Para Obtener el Título Profesional de:

INGENIERO EN AGRONEGOCIOS

Presentado por la Bachiller:

YHAJAIRA JHUVILEYSI SÁNCHEZ EDQUÉN

Asesores:

DRA. MARY JHANINA LLAMO BURGA

DR. OSCAR ORTIZ REGALADO

CAJAMARCA - PERÚ

2026

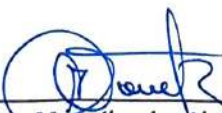


CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador:
YHAJIRA JHUVILEYSI SÁNCHEZ EDQUÉN
DNI: **73504366**
Escuela Profesional/Unidad UNC:
DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS
2. Asesor:
DRA. MARY JHANINA LLAMO BURGA
Facultad/Unidad UNC:
DE CIENCIAS AGRARIAS
3. Grado académico o título profesional
☐ Bachiller ☒ Título profesional ☐ Segunda especialidad
☐ Maestro ☐ Doctor
4. Tipo de Investigación:
☒ Tesis ☐ Trabajo de investigación ☐ Trabajo de suficiencia profesional
☐ Trabajo académico
5. Título de Trabajo de Investigación: "CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN EL PROCESO DE PANELA ORGÁNICA EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CAÑA "LOS EMPRENDEDORES CHONTABAMBA" EN LA PROVINCIA DE CHOTA, 2023 – 2024"
6. Fecha de evaluación: 02/03/2026
7. Software antiplagio: ☒ TURNITIN ☐ URKUND (OURIGINAL) (*)
8. Porcentaje de Informe de Similitud: **18%**
9. Código Documento: **oid:::3117:562807324**
10. Resultado de la Evaluación de Similitud: **18%**
☒ APROBADO ☐ PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 02/03/2026

Firma y/o Sello
Emissor Constancia


Dra. Mary Jhanina Llamo Burga
DNI: 41891602



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

"NORTE DE LA UNIVERSIDAD PERUANA"

Fundada por Ley N° 14015, del 13 de febrero de 1962

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

Secretaría Académica



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Cajamarca, a los veintisiete días del mes de febrero del año dos mil veintiséis, se reunieron en el ambiente **2C - 202** de la Facultad de Ciencias Agrarias, los miembros del Jurado, designados según **Resolución de Consejo de Facultad N° 160-2026-FCA-UNC**, de fecha **09 de febrero del 2026**, con la finalidad de evaluar la sustentación de la **TESIS** titulada: **"CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN EL PROCESO DE PANELA ORGÁNICA EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CAÑA "LOS EMPRENDEDORES CHONTABAMBA" EN LA PROVINCIA DE CHOTA, 2023 - 2024"**, realizada por la Bachiller **YHAJIRA JHUVILEYSI SÁNCHEZ EDQUÉN** para optar el Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las nueve horas y quince minutos, de acuerdo a lo establecido en el **Reglamento Interno para la Obtención de Título Profesional de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cajamarca**, el Presidente del Jurado dio por iniciado el Acto de Sustentación, luego de concluida la exposición, los miembros del Jurado procedieron a la formulación de preguntas y posterior deliberación. Acto seguido, el Presidente del Jurado anunció la aprobación por unanimidad, con el calificativo de diecisiete (17); por tanto, la Bachiller queda expedita para proceder con los trámites que conlleven a la obtención del Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las diez horas y cincuenta minutos del mismo día, el Presidente del Jurado dio por concluido el Acto de Sustentación.


Dr. Marcial Hidelso Mendo Velásquez
PRESIDENTE


Ing. M. Sc. Jorge Ricardo De La Torre Araujo
SECRETARIO


Ing. José Lizandro Silva Mego
VOCAL


Dra. Mary Jhanina Llamo Burga
ASESORA


Dr. Oscar Ortiz Regalado
ASESOR

DEDICATORIA

A Dios por guiarme en cada paso de este viaje académico y darme la fuerza para perseverar cada día, a mis padres, y hermanos siento el resultado de su amor, apoyo y sacrificio en mi viaje educativo, sus palabras de aliento y su ejemplo constante han sido mi inspiración.

A mis profesores y amigos, por su orientación y apoyo en mi camino académico, su sabiduría y amistad han sido invaluable, reconozco a todos aquellos que han sido parte de mi trayectoria académica y han contribuido a mi crecimiento personal y profesional.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, Edinson Percy y Sánchez Caruajulca y Nélida Edquén Bueno y a mi hermana Pamela González Edquén por proporcionarme su apoyo incondicional en el transcurso de mi investigación, a mis asesores, Dra. Mary Jhanina, Llamo Burga, y al Dr. Oscar Ortiz Regalado por la asesoría brindada para hacer posible esta investigación, y a la Asociación de Productores de Panela Orgánica por disponer la información necesaria durante el desarrollo de mi investigación.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
INDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
ÍNDICE DE ANEXOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.2 Formulación del Problema.....	6
1.2.1 Problema General.....	6
1.2.2 Problemas Específicos.....	6
1.3 Justificación	7
1.3.1 Justificación teórica.....	7
1.3.2 Justificación Académica	7
1.3.3 Justificación Social	7
1.3.4 Justificación Económica	8
1.3.5 Justificación Práctica	8
1.4 Objetivos.....	8
1.4.1 Objetivo General.....	8

1.4.2	<i>Objetivos Específicos</i>	9
CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA		10
2.1	Antecedentes de la Investigación	10
2.1.1	<i>Antecedentes Internacionales</i>	10
2.1.2	<i>Antecedentes Nacionales</i>	15
2.1.3	<i>Antecedentes Regionales</i>	17
2.2	Bases Teóricas	19
2.2.1	<i>Teoría de la Innovación</i>	19
2.2.2	<i>Capacidad de Innovación</i>	19
2.2.3	<i>Dimensiones de Capacidad de Innovación</i>	25
2.2.4.	<i>Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba”</i>	39
2.2.4	<i>Panela</i>	42
2.3	Modelo Teórico de la Investigación	48
2.4	Mapa de Revisión de la Literatura	49
2.5	Definición de Términos Básicos	50
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS		53
3.1	Ubicación Geográfica de la Investigación	53
3.2	Materiales	54
3.2.1	<i>Material de campo</i>	54
3.3	Metodología	54
3.3.1	<i>Tipo de investigación</i>	55
3.3.2	<i>Enfoque de la investigación</i>	55
3.3.3	<i>Alcance</i>	55

3.3.4	<i>Diseño</i>	55
3.3.5	<i>Método de muestreo</i>	56
3.3.6	<i>Población</i>	56
3.3.7	<i>Unidad de análisis</i>	56
3.3.8	<i>Técnica</i>	57
3.3.9	<i>Instrumento</i>	57
3.3.10	<i>Análisis de datos</i>	57
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN		58
4.1	Datos Sociodemográficos	58
4.2	Capacidad de Innovación en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña los Emprendedores Chontabamba de la Provincia de Chota.....	61
4.2.1	<i>Capacidad de desarrollo en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba”</i>	62
4.2.2	<i>Capacidad de operacionalización en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba”</i>	69
4.2.3	<i>Capacidad de gestión en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba”</i>	76
4.2.4	<i>Capacidad de transacción en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña Los Emprendedores Chontabamba</i>	83
4.2.5	<i>Costos de producción anual</i>	88
4.2.6	<i>Análisis de rendimiento y volumen de producción de la asociación</i>	89
4.2.7	<i>Análisis de producción y rentabilidad de la panela en la asociación</i>	90
4.2.8	<i>Análisis de la demanda por mercado de la panela</i>	91

4.2.9. Competencias del mercado en panela para la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”	91
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	97
5.3. Conclusiones	97
5.4. Recomendaciones	98
CAPÍTULO VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definiciones de innovación.....	22
Tabla 2 Tipificación de la investigación según los criterios más importantes.....	54
Tabla 3 Lista de la asociación de productores “Los Emprendedores Chontabamba”	58
Tabla 4 Genero de los productores de panela	59
Tabla 5 Edades por intervalo de los productores de panela	60
Tabla 6 Nivel de estudios de los asociados “Los emprendedores Chontabamba”	60
Tabla 7 Estado Civil de los productores de caña	61
Tabla 8 Costos de producción anual de panela en la asociación “Los emprendedores Chontabamba”	88
Tabla 9 Análisis de rendimiento aproximado	89
Tabla 10 Costos y rentabilidad por unidad de la panela en la asociación.....	90
Tabla 11 Producción mensual y anual de la panela en la asociación.....	90
Tabla 12 Distribución anual de ventas por mercado.....	91
Tabla 13 Distribución mensual de ventas de la panela.....	92
Tabla 14 Consumo per cápita.....	92
Tabla 15 Competencia regional directa.....	94
Tabla 16 Principales consumidores del mercado nacional.....	94
Tabla 17 Ventajas competitivas de la asociación.....	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Panela.....	42
Figura 2 Diagrama de flujo de panela de la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”	47
Figura 3 Mapa de literatura.....	49
Figura 4 Ubicación geográfica del estudio	53
Figura 5 Preparación del terreno: conocimiento tradicional en el cultivo	63
Figura 6 Materia prima: prácticas impulsadoras y rendimiento productivas.....	65
Figura 7 Manejo agronómico del cultivo.....	66
Figura 8 Modalidades de transporte de la caña a la planta de procesamiento y del producto al mercado	67
Figura 9 Mapa de síntesis de la Capacidad de desarrollo	68
Figura 10 Procesamiento en la panela orgánica: frecuencia de prácticas clave.....	70
Figura 12 Productividad en el procesamiento del producto.....	71
Figura 12 Capacidades operativas de la asociación	73
Figura 13 Empaquetado y Registros de procesos	74
Figura 14 Mapa de síntesis de capacidad de operacionalización.....	76
Figura 15 Condiciones laborales y capacitación.....	78
Figura 17 Gestión de riesgos en la producción de panela: amenazas laborales y climáticas	80
Figura 18 Gestión económica en la asociación panelera	81
Figura 19 Mapa de síntesis de la capacidad de gestión.....	82
Figura 20 Mercado estratégico y relación con el cliente	85
Figura 21 Respaldo institucional y proyección innovativa.....	86

Figura 22 Mapa de síntesis de la capacidad de transacción	87
Figura 23 Productores que conforman la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”	128
Figura 24 Zona o planta de procesamiento de panela orgánica	128
Figura 25 Equipo de asistencia técnica del proyecto “AVANZAR RURAL” que brindó capacitación a la asociación.	129
Figura 26 Maquinaria: Trapiche para extracción del jugo de caña	129
Figura 27 Lugar de la siembra de caña	130
Figura 28 Horno/ hornilla panelera de leña	130
Figura 29 Pesado y empaquetado de la panela	131
Figura 30 Producto de la asociación (1kg).....	132
Figura 31 Registro sanitario DIGESA de la asociación	133

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Instrumento de Recolección de Datos	119
Anexo 2 Validación de Instrumento y Prueba de Fiabilidad	122
Anexo 3 Matriz de Operacionalización de Variables	124
Anexo 4 Matriz de consistencia.....	126
Anexo 5 Panel Fotográfico	128

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la capacidad de innovación en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota. El método de ciencia utilizado es de estudio de caso. La investigación es de enfoque cualitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental de tipo transversal; se usó el método de muestreo censal. La técnica empleada fue la entrevista y como instrumento el cuestionario. Los datos obtenidos fueron procesados con el software ATLAS TI versión 25. Los resultados muestran que la capacidad de desarrollo se sostiene en prácticas tradicionales coherentes con el enfoque orgánico, aunque con limitaciones técnicas; la capacidad de operacionalización evidencia fortalezas en control de calidad, empaquetado ecológico y organización comunitaria, pero enfrenta retos en energía y digitalización; la capacidad de gestión refleja avances en seguridad laboral y capacitación, aunque requiere mayor planificación económica; y la capacidad de transacción se apoya en la confianza comunitaria y la diferenciación del producto, pero demanda certificaciones y estrategias de mercado. En conjunto, la asociación presenta una capacidad innovadora en proceso de innovación incremental y en consolidación que combina tradición y sostenibilidad con la necesidad de fortalecer tecnología, formación continua y competitividad comercial.

Palabras claves: Capacidad de innovación, capacidad de desarrollo, capacidad de gestión, capacidad de operacionalización, capacidad de transacción.

ABTRACT

The objective of this research was to determine the capacity for innovation in the organic panela production process at the Los Emprendedores Chontabamba Sugarcane Producers Association in the province of Chota. A case study method was applied with a qualitative approach, descriptive scope, and non-experimental cross-sectional design, using census sampling. The technique used was interviews, and the instrument used was a questionnaire, with data processed using ATLAS.ti version 25 software. The results show that development capacity is sustained by traditional practices consistent with the organic approach, albeit with technical limitations; operational capacity shows strengths in quality control, eco-friendly packaging, and community organization, but faces challenges in energy and digitization; management capacity reflects advances in occupational safety and training, although it requires greater economic planning; and transaction capacity is supported by community trust and product differentiation, but requires certifications and market strategies. Overall, the association has an innovative capacity that is in the process of consolidation, combining tradition and sustainability with the need to strengthen technology, continuous training, and commercial competitiveness.

Keywords: Innovation capacity, development capacity, management capacity, operationalization capacity, transaction capacity.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La capacidad de innovación (CI) se entiende como el desarrollo de habilidades que permiten emplear de manera eficaz nuevos conocimientos aplicados al proceso productivo agrícola (Ramírez-Quintero et al., 2023). En el caso de la asociación, esta capacidad se configura a partir de la integración de cuatro dimensiones complementarias: la capacidad de desarrollo (PNUD, 2008), que aporta conocimientos técnicos y prácticas iniciales para garantizar insumos de calidad; la capacidad de operacionalización (Santiana et al., 2025), que transforma la caña en panela con eficiencia, trazabilidad y estándares verificables; la capacidad de gestión (Pufal et al., 2014; Teece, 2019; Zawislak et al., 2022), que organiza y coordina el proceso productivo asegurando sostenibilidad técnica, económica y organizativa; y la capacidad de transacción (Suhará et al., 2021), que conecta la producción con clientes e instituciones, generando confianza y beneficios mutuos.

En conjunto, estas dimensiones conforman un ciclo dinámico en el que el conocimiento se convierte en producto, el producto se sostiene mediante una gestión eficiente y se proyecta al mercado a través de relaciones estratégicas, configurando así una capacidad de innovación integral y sostenible.

La presente investigación tiene como propósito realizar un diagnóstico de la capacidad de innovación en la producción de panela orgánica de la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”, evaluada en sus cuatro dimensiones: desarrollo, operacionalización, gestión y transacción. El análisis permitirá identificar fortalezas y limitaciones en cada una de estas capacidades, aportando evidencia empírica que contribuya a comprender cómo se articulan en el desempeño productivo y organizacional de la asociación.

De esta manera, el estudio ofrece una visión integral que puede servir de base para orientar acciones de mejora y consolidar la innovación como un eje estratégico para la sostenibilidad y competitividad rural en la provincia de Chota.

1.1 Planteamiento del Problema

La capacidad de innovación en los agronegocios representa una dinámica ligada al logro de una ventaja competitiva, siendo un proceso complejo, particularmente para los países en desarrollo (Novillo et al., 2022), del mismo modo, la capacidad de innovación se considera una serie de activos valiosos que tienen una conexión directa con la ventaja competitiva y el crecimiento de las ventas (Cristina et al., 2021).

La innovación no se limita al desarrollo de nuevos productos o servicios, sino que también incluye mejoras en los procesos de la gestión y la estrategia de mercado, siendo la innovación el instrumento de competitividad dentro de las asociaciones (Guzmán, 2024).

A nivel mundial, la innovación en asociaciones ha tomado relevancia, debido a que sirve como medio para la obtención de información relevante sobre innovación para las asociaciones (Li et al., 2022), las asociaciones se han visto limitadas en las innovaciones de su producción, productos, y forma de comercialización; pero en los últimos años, el avance de la ciencia y tecnología obligan a las asociaciones a innovar para mantenerse en el mercado (Beckers et al., 2021; Roggeveen & Sethuraman, 2020; Wang et al., 2020).

En Europa del Norte específicamente en el país de Suecia, las asociaciones se ven limitadas en su capacidad de innovación, debido a los limitados recursos que disponen, sin embargo, ante la exigencia del consumidor en productos de calidad, las asociaciones están obligados a innovar en todos los eslabones de la cadena productiva de su organización (Wikström & Espoir, 2018), por consiguiente, las innovaciones en las asociaciones suecas son poco estudiadas y generalmente no se consideran "innovadoras", siendo un problema muy urgente que la academia necesita resolver (Olsson et al., 2019), por esta razón, muchos de las asociaciones, están en proceso de innovar sus producciones tradicionales a utilizar innovación tecnología para ganar fuerza en el mercado minorista (Macías & Auxiliadora, 2022). Asimismo, en Europa se evidencia que en las

asociaciones existe un error al creer que la innovación debe ser algo nuevo, diferente y radical, siendo en realidad un cambio, ya que la innovación supone un reto demasiado difícil de acometer, debido a los recursos que se emplean (Alemán & Morales, 2023).

Por otra parte, en Latinoamérica, particularmente en Colombia la capacidad de innovación en las asociaciones se desarrolla en gran medida, sin embargo, es importante seguir trabajando, en la innovación para ofrecer un servicio excepcional que permita satisfacer plenamente las necesidades del consumidor (Vega Sampayo et al., 2020). Por ende, las asociaciones tradicionales, como las que poseen limitada tecnología y realizan sus procesos de forma sistemática deberían innovar para coexistir con las asociaciones que cuentan con mejor equipamiento y tecnología y así competir con ellas para brindar un mejor servicio al consumidor final (Anderson et al., 2022), del mismo modo, las presiones de la competencia, alientan a las asociaciones a considerar la innovación tecnológica, como un punto de vista estratégico para sus procesamientos y comercialización (Pantano et al., 2022), además la intensidad competitiva y la tecnología afectan el desempeño de las asociaciones que incluye las actividades de procesamientos que posteriormente lo comercializan (Ayodele, 2019).

En Perú, la innovación en las asociaciones se confiere de una manera tecnológica cuando invierten en personal de gestión tecnológica y se enfocan en formas de innovar considerando diferentes tipos de innovación (Pérez et al., 2019) la capacidad de innovación radica en muchas de las asociaciones que no tienen claro el concepto de capacidad de innovación, y resulta ser un tema que no tienen desarrollado e implementado en su organización; como consecuencia el desarrollo se requiere de esfuerzos internos para la búsqueda constante de la mejora en sus procesos y posterior comercialización es su principal preocupación (Muro, 2019) en las regiones del Perú, como Cajamarca se muestra un atraso en la innovación en sus procesos y de sus productos finales lo que se traduce como baja competitividad, en tal sentido, es necesario estudios de

especialización, y capacidades de innovación en las organización, con el objetivo de identificar los eslabones de la cadena productiva que requieran innovación que son base de la estrategia para aprovechar las ventajas competitivas del territorio peruano, en base a la innovación (Ipanaqué et, al., 2017).

A nivel local en el contexto donde se realizó la información de la asociación de panela de Chontabamba, provincia de Chota, se ha observado que la capacidad de innovación en la asociación seleccionada se encuentra limitada en varios aspectos relacionados con la producción de panela orgánica. Esta situación representa una oportunidad de mejora significativa para lograr la producción de productos de mayor calidad que satisfagan las demandas de los consumidores de Chota y Bambamarca

Dentro de las causas identificadas que limitan la capacidad de innovación en la asociación “Los Emprendedores Chontabamba” se destacan las siguientes; A) limitado acceso a recursos tecnológicos: La asociación trabaja con maquinaria semi industrializada y herramientas básicas que limitan su potencial, eficiencia y calidad dentro del proceso de producción de panela orgánica. La implementación de tecnologías mucho más avanzadas les permitirá optimizar los diferentes pasos de producción, desde el cultivo de la caña de azúcar hasta el procesamiento final, mejorando así la calidad del producto final. B) Limitación en la cadena de producción: La asociación enfrenta desafíos en la obtención de materias primas de calidad y en la comercialización de la panela, estas limitaciones impactan directamente en la capacidad de innovación, ya que la asociación necesita asegurarse de contar con la materia prima adecuada y de tener canales de distribución y ventas efectivas. La mejora en la cadena de producción, tanto en la adquisición de insumos como en la comercialización de la panela orgánica para acceder a mercados más competitivos.

Es por ello que es fundamental abordar estas limitaciones y trabajar en soluciones concretas para potenciar la capacidad de innovación en la producción de panela orgánica en la asociación

“Los Emprendedores Chontabamba”. Esto implica la búsqueda de recursos tecnológicos, la capacitación en nuevas técnicas de producción y el fortalecimiento de la cadena de producción permitiendo mejorar la calidad de panela orgánica y satisfacer las demandas de los consumidores de Chota, Bambamarca, Chiclayo, Trujillo y Lima siendo sus principales mercados de comercialización, impulsando así el desarrollo y crecimiento de la asociación en el sector de la producción de panela orgánica.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cuál es la Capacidad de Innovación en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña Los Emprendedores Chontabamba de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?

1.2.2 Problemas Específicos

¿Cuál es la capacidad de desarrollo en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña Los Emprendedores Chontabamba de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?

¿Cuál es la capacidad de operacionalización en el en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña Los Emprendedores Chontabamba de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?

¿Cuál es la capacidad de gestión en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña Los Emprendedores Chontabamba de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?

¿Cuál es la capacidad de transacción en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña Los Emprendedores Chontabamba de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

Se contribuye teóricamente a futuras investigaciones sobre el tema capacidad de innovación en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” en la provincia de Chota, 2023 – 2024; además, este estudio aplica la teoría de la innovación por Manuel De Oslo (2005) para explicar y dar soluciones al problema identificado, así mismo se considera el enfoque cualitativo puesto que la literatura muestra la relevancia en este tipo de investigación, convirtiéndose en un gran aporte para la comunidad científica.

1.3.2 Justificación Académica

Impulsar la innovación y el desarrollo sostenible en la producción de panela orgánica es crucial, especialmente para la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba”. Este producto tiene un gran potencial en mercados clave como Chota, Bambamarca, Chiclayo, Trujillo y Lima así como a nivel internacional, gracias a sus beneficios nutricionales y ecológicos. Esta investigación busca optimizar los procesos de la asociación, aumentar su competitividad y fortalecer la economía local y regional, alineándose además con la formación para el título de Ingeniero en Agronegocios.

1.3.3 Justificación Social

La asociación de productores de caña "Los Emprendedores Chontabamba", ubicada en la provincia de Chota, se identifica como el principal beneficiario de esta investigación. Actualmente, la asociación enfrenta limitaciones en su capacidad de innovación, lo cual representa un desafío para la promoción de la panela orgánica, un producto que, al estar libre de químicos, ofrece ventajas significativas sobre el azúcar tradicional. Los resultados de este estudio permitirán evaluar

y potenciar la capacidad de innovación de la asociación, con el objetivo de lograr mejoras sustanciales a mediano plazo y destacar las cualidades únicas de su producto.

1.3.4 Justificación Económica

Esta investigación tiene el potencial de impulsar la eficiencia y rentabilidad de los agronegocios, mejorando su competitividad y aumentando los ingresos a largo plazo. La implementación de estrategias innovadoras en la producción, el proceso, el producto final y la comercialización generará ventajas competitivas significativas, como la diferenciación del producto y la optimización de las transacciones comerciales. Esto fortalecerá el sector, fomentando el crecimiento económico, la creación de empleo y la mejora de las condiciones de vida de la asociación y sus familias.

1.3.5 Justificación Práctica

Los resultados de esta investigación proporcionarán soluciones efectivas y mejorarán el conocimiento y la capacidad de innovación de la Asociación de Productores de Caña "Los Emprendedores Chontabamba" en el proceso de producción de panela orgánica. El estudio permitirá a la asociación tomar mejores decisiones estratégicas y optimizar sus prácticas.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la capacidad de innovación en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña "Los Emprendedores Chontabamba" de la provincia de Chota, 2023 – 2024.

1.4.2 Objetivos Específicos

Analizar la capacidad de desarrollo en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la provincia de Chota, 2023 – 2024.

Analizar la capacidad de operacionalización en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la provincia de Chota, 2023 – 2024.

Analizar la capacidad de gestión en proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024.

Analizar la capacidad de transacción en Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Rondoy Gonzales (2024), en su estudio titulado “Mejoramiento del proceso de producción de panela en la Asociación de Agricultores Emprendedores F y G, provincia de Ayabaca, distrito de Sapollica” tuvo como objetivo elaborar un plan de mejora para incrementar la productividad actual en la producción de panela en la Asociación de Agricultores Emprendedores F y G, Sapollica. La metodología utilizada fue descriptiva y se aplicó del ciclo de Demingn permitiendo identificar puntos de mejora a través de los indicadores del proceso. Se observó un aumento significativo de 5,5 % en la producción diaria. Los resultados obtenidos fue la mejora constante de los procesos, permitió desarrollar y conocer la problemática existente, teniendo en cuenta el área de producción de los procesos de panela de la organización, como también, la realización de diferentes actividades como capacitaciones. La conclusión se analizó el proceso actual de elaboración de panela orgánica a través de la observación directa, para luego identificar puntos críticos, para ello se hizo uso de herramientas como el diagrama Ishikawa y diagrama de Pareto. En cuanto a las limitaciones, la profundidad y el alcance de la investigación se vieron afectados por las limitaciones de tiempo, financiamiento y personal. Se recomienda mantener la consistencia de las mejoras realizadas, empleando la metodología del ciclo de Deming en la organización, aplicado en el área de producción.

Pantoja y Figueroa, (2023) en su estudio titulado “Plan estratégico para los procesos organizacionales en la asociación de panela en el municipio de Puerres. 2023” tuvo como objetivo optimizar la eficiencia y la calidad de los procesos de producción y comercialización de panela,

con el fin de aumentar la productividad y la rentabilidad de la asociación, fortaleciendo su posición en el mercado local y regional. La metodología utilizada es de enfoque cualitativo. Los resultados obtenidos presentan la descripción detallada de las experiencias y percepciones de los miembros de la asociación proporcionando una comprensión profunda de las experiencias, opiniones y percepciones de los miembros de la asociación en relación con los procesos organizacionales. La conclusión los desafíos actuales que enfrenta la asociación, como la producción, la comercialización, la rentabilidad o la productividad, se puede formular estrategias para superar estos obstáculos y aprovechar las oportunidades identificadas. La limitación principal fue la falta de participación o cooperación de los miembros de la asociación ya que algunos miembros no estuvieron dispuestos lo que dificultó la obtención de información relevante y precisa sobre los procesos organizacionales. Se recomienda para futuras investigaciones, investigar y evaluar el impacto ambiental y social de la producción de panela en la asociación, incluyendo la evaluación de prácticas agrícolas sostenibles, el uso eficiente de los recursos naturales y el impacto en las comunidades locales.

Álvarez et al. (2022) en su estudio titulado “Análisis de la capacidad de innovación de las regiones mexicanas con el proceso de jerarquía de criterios múltiples” tuvo objetivo construir una tipología regional de la capacidad de innovación en su relación con el comportamiento emprendedor en México. La metodología que se utilizó fue de análisis factorial de componentes principales con el fin de comprobar las dimensiones en que se integran las regiones y un análisis de conglomerados para la clasificación de las regiones. Los resultados se concluyen que las regiones con mayor capacidad de innovación son las que mayor fomento emprendedor registran. En conclusión, final a partir de los datos recabados se ha podido determinar una aproximación al constructo capacidad de innovación regional, el cual, para el caso de México, está constituido por 3 elementos que agrupan 14 variables relacionadas con los esfuerzos y resultados de las actividades

de innovación de las regiones. Como limitación principal, existe un déficit en cuanto a la inversión que el estado realiza en infraestructura para el desarrollo de la actividad innovadora, aunque existen parques tecnológicos y centros de investigación tecnológica, esto no refleja un aumento en el número de patentes que México registra en sus distintas regiones. Se recomienda investigar la comparación Internacional de la Capacidad de Innovación realizando una comparación entre la capacidad de innovación de las regiones mexicanas y otras regiones internacionales utilizando el proceso de MCDM, esto permitirá evaluar cómo se ubican las regiones mexicanas en términos de innovación en comparación con otras áreas geográficas.

Hernández-Cely y Torres-Zamudio (2021) “Capacidades y tendencias tecnológicas en el proceso de producción de panela artesanal: Un estudio de vigilancia tecnológica” tuvo como objetivo la aplicación de un proceso de vigilancia tecnológica en la producción de panela artesanal. Los resultados obtenidos muestran el proceso adelantado, se evidencian pocos avances en materia de investigación frente a las necesidades de desarrollo tecnológico que requiere el sector panelero. En conclusión, el caso de pequeñas unidades productivas, los procesos de vigilancia tecnológica resultan útiles para estudiar alternativas que permitan cubrir, de manera precisa y ajustada a sus capacidades económicas para los productores paneleros se presenta la opción de un molino viable para adquirir por su tamaño, costo y productividad. La principal limitación es la falta de acceso a información actualizada y detallada sobre las tecnologías utilizadas en este sector. Futuras investigaciones recomiendan realizar un estudio sobre las capacidades y habilidades necesarias para la adopción de tecnologías innovadoras en la producción de panela artesanal.

Greggio et al. (2021) en su estudio titulado “Profundizando en la capacidad de innovación de las pymes: una exploración empírica de los factores de capacidad de innovación” tuvo como objetivo proponer un marco de análisis que profundice en la capacidad de innovación de las PYMES, basándose en sus especificidades. La metodología utilizada fue cuantitativa. Los

resultados obtenidos en el contexto de las PYMES, la capacidad de innovación se ve influenciada por una combinación de factores, incluyendo la cultura empresarial, la colaboración con instituciones académicas y la adopción de tecnologías avanzadas. En conclusión, las PYMES deberían considerar la adopción de enfoques que promuevan la creatividad, la colaboración y el aprendizaje continuo para fortalecer su capacidad de innovación y, en última instancia, alcanzar un mayor éxito en sus respectivos mercados. La principal limitación las características y condiciones particulares de las PYMES estudiadas podrían haber influido en los resultados, lo que limita su aplicabilidad universal, por lo tanto, se necesita precaución al extrapolar estos resultados a un contexto más amplio. Se recomienda que las PYMES consideren la posibilidad de desarrollar estrategias específicas para mejorar su capacidad de innovación.

Machado et al. (2021), en su estudio titulado “Capacidades de innovación en agroindustria: evidencia de Brasil” tuvo como objetivo identificar limitaciones e implicaciones en comerciantes y minoritas para encontrar la capacidad de innovación para toda la cadena de valor de los agronegocios. La metodología utilizada fue un enfoque cuantitativo analizando la relación entre las capacidades de innovación y el desempeño innovador y un análisis de regresión múltiple de 300 empresas agroindustriales analizando la relación entre las capacidades de innovación y el desempeño innovador. En los resultados el motor comercial es importante para las empresas de agronegocios, y propone que encuentren nuevas formas de realizar transacciones con el mercado y tener mecanismos de coordinación más eficientes para lidiar con entornos competitivos como los mercados globales de productos básicos. Llegando a concluir que el sector de agronegocios brasileño puede ser más innovador, centrándose en las capacidades de transacción para las empresas que necesitan mejorar su relación con los clientes para minimizar los costos de transacción inherentes a cualquier mercado. En cuanto a las limitaciones, los eslabones de la cadena productiva del banano orgánico merecen atención para encontrar la capacidad de

innovación para toda la cadena de valor de los agronegocios, siendo imposible generalizar los resultados para todos los países emergentes porque cada economía puede tener sus propias particularidades. Se recomienda investigar especialmente en los mercados basados en productos básicos donde todas las empresas a lo largo de la cadena deben coordinarse para respaldar la eficiencia de la cadena agrícola.

Walter et al. (2021) en su estudio titulado “Impulsores de la capacidad de innovación y consecuencias para la innovación abierta” tuvo como objetivo es identificar los flujos de conocimiento responsables de promover la capacidad de innovación de las empresas portuguesas, específicamente pretendemos identificar que variables influyen en la capacidad de innovación portuguesa desde una perspectiva macro y micro. El diseño metodológico que se utilizó constó de dos fases, en la primera fase se realizó una revisión de la literatura y en segunda fase los datos se recopilaron a través de tres bases de datos distintas, regresión múltiple multivariante basada en el método de mínimos cuadrados ordinarios. Los resultados de la presente investigación aportan evidencia empírica de que los investigadores de instituciones sin fines de lucro e investigadores de empresas ejercen una influencia significativa en la capacidad de innovación, por lo que el desarrollo de una estrategia óptima para el fortalecimiento de la innovación abierta. En conclusión, radica en que es el primer intento por comprender las posibles implicaciones de los determinantes de la capacidad de innovación sobre la innovación abierta, a partir de un estudio exploratorio sobre los flujos de conocimiento. La principal limitación los modelos econométricos se estimaron a partir de datos de un solo país, por lo que los resultados reflejan únicamente el contexto analizado, por lo que es imposible generalizarlos. Se recomienda investigar en una segmentación de la innovación abierta, para percibir diferentes impulsores de la capacidad de innovación, donde surge la adopción y éxito de distintas formas de innovación abierta, como colaboraciones con startups, crowdsourcing, alianzas con universidades, entre otros.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Calanchez et al., (2022) en su estudio titulado “Desempeño innovador para el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento en Perú” tuvo como objetivo analizar los determinantes del desempeño innovador para el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento en Perú. La metodología utilizada fue documental de tipo descriptivo. Los resultados obtenidos es que los hallazgos encontrados constituyen el producto final de la investigación, derivada de los aportes, procesamiento, interpretación y contrastación de los resultados de las investigaciones consultadas. En conclusión, capacidad de innovación” es el potencial de una persona, empresa o país para llevar a cabo actividades innovadoras, incluyendo la adopción, introducción y suministro de nuevos productos y servicios, procedimientos y procesos o nuevas ideas las cuales generan una cultura de innovación. La principal limitación es la falta de datos precisos y actualizados sobre el desempeño innovador de las empresas en Perú, lo que podría limitar la validez de los resultados de la investigación. Se recomienda para futuras investigaciones realizar un estudio sobre las barreras y oportunidades para el desarrollo de la cultura de emprendimiento en Perú y su impacto en el desempeño innovador de las empresas, con el objetivo de identificar políticas y programas efectivos que fomenten la innovación y el emprendimiento en el país.

Bendezú (2021) en su estudio titulado “Plan de mejoras en los factores de competitividad de la panela granulada orgánica: el caso de la Asociación de Productores Orgánicos de la zona altoandina del distrito de Salas Provincia de Lambayeque, Región Lambayeque” tuvo como objetivo instaurar un plan de mejora que incremente los factores de competitividad para la Asociación de Productores Orgánicos de la Zona Alto andina del Distrito de Salas, Provincia de Lambayeque, Región Lambayeque. La metodología utilizada empleada fue el levantamiento de información mediante entrevistas a un panel de expertos que han trabajado directamente con la asociación desarrollando proyectos técnicos productivos. Los resultados obtenidos señalan la

identificación de los factores clave que afectan la competitividad de la panela granulada orgánica en la zona altoandina del distrito de Salas. En conclusión, la investigación contribuirá a mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de la Asociación de Productores Orgánicos y a fortalecer la economía local en general. La principal limitación es que los datos no son precisos o están desactualizados, las soluciones y mejoras propuestas podrían no ser efectivas. Futuras Investigaciones recomiendan realizar un estudio comparativo entre la producción y comercialización de panela granulada orgánica en la zona altoandina del distrito de Salas y otras regiones productoras de panela granulada orgánica en el país.

Gago et al. (2020) en su estudio titulado “Potencial de innovación y gestión institucional en la Universidad Nacional de Cañete-Perú” tuvo como objetivo determinar el grado de relación que existe entre el potencial de innovación y la gestión institucional en el personal directivo, docente y administrativo de la Universidad Nacional de Cañete. Su metodología fue de tipo aplicada de nivel correlacional transversal, la población estuvo conformada por 154 sujetos entre directivos, docentes y administrativos, y la muestra fue probabilística y estratificada conformada por 92 sujetos. Los resultados del nivel potencial de innovación con que cuenta la universidad del 75%, siendo cualitativamente bueno, y en la gestión institucional el 73%, siendo este muy bueno, en la percepción de los sujetos evaluados. En conclusión, existe una correlación directa y altamente significativa entre el potencial de innovación y la gestión institucional en el personal directivo, docente y administrativo de la Universidad Nacional de Cañete. La principal limitación es que se debe emprender innovaciones o cambios que puedan dotar al sistema universitario de la máxima eficiencia social. Se recomienda investigar el ecosistema de innovación en la Universidad Nacional de Cañete, examinando la infraestructura, los recursos disponibles, las políticas de investigación y desarrollo, las colaboraciones con la industria local, y otros factores que podrían influir en la capacidad de innovación de la universidad.

Ortigueira et al., (2020) en su estudio titulado “El impacto de la capacidad de absorción en la innovación en el Perú” tuvo como objetivo determinar el impacto de la capacidad de absorción en la innovación en las PYMES del Perú”. La metodología utilizada fue cuantitativa utilizando una muestra total de 88 Pymes. En los resultados obtenidos las PYMES tienden a adoptar las innovaciones existentes entendida como la capacidad de la empresa para valorar el conocimiento externo, asimilarlo y explotarlo con fines comerciales. En conclusión, este artículo contribuye a la literatura sobre capacidad de absorción e innovación en América Latina, que ha sido vagamente estudiada, asimismo tiene implicaciones prácticas para los altos directivos de las PYME que buscan innovación e implicaciones políticas para los responsables de la política de innovación. La limitación principal es que se ha observado un impacto insignificante del subsidio a la innovación, además, dado que la muestra estuvo compuesta por PYMES beneficiarias, la generalización o extensión de los resultados a otros contextos puede ser limitada. Se recomienda investigar el impacto de la capacidad de absorción en la innovación en diferentes sectores industriales o regiones del Perú, investigando la variación en la relación entre la capacidad de absorción y la innovación en contextos diversos.

2.1.3 Antecedentes Regionales

Díaz (2022) en su estudio titulado “Proyecto de exportación de panela granula orgánica al mercado de Shanghái – China” tuvo como objetivo determinar y conocer el proceso de exportación definitivo del producto panela granulada orgánica “El Valle” al mercado de Shanghái – China. La metodología utilizada fue cualitativo y cuantitativo. Los resultados muestran que el Valor Actual Neto (VAN) salió favorable, la Tasa Interna de Retorno (TIR) superó ampliamente el costo de oportunidad y el flujo de caja mostró liquidez desde el segundo mes, lo que indica que la exportación no solo cubre los costos, sino que genera ganancias sostenibles. En conclusión, el

proyecto no solo beneficia económicamente, sino que también impulsa la agricultura orgánica en Cajamarca, crea empleo y fortalece el desarrollo social de los productores locales. La principal limitación es está en la dependencia de factores externos (normativas, logística y proveedores), además de la corta vida útil del producto, lo que exige una gestión rigurosa para mantener la calidad y cumplir con los plazos de exportación. Se recomienda que futuras investigaciones se enfoquen en nuevos mercados, mejoras logísticas, aprovechamiento de subproductos y estrategias de posicionamiento internacional, siempre vinculando el impacto económico con el social y ambiental.

Centurión y Vílchez (2021) en su estudio titulado “Oportunidad de negocio de panela orgánica granulada en el mercado de estados unidos en el periodo 2017 – 2021” tuvo como objetivo la introducción de la panela granulada orgánica, un producto peruano que tiene un gran potencial, en el mercado de Estados Unidos. La metodología utilizada fue cuantitativo y cualitativo. Los resultados muestran que Estados Unidos representa una oportunidad de negocio para la panela orgánica granulada, ya que el mercado objetivo de este producto guarda relación con el mercado orgánico y el de comercio justo; características que tienen gran acogida en el país americano. En conclusión, existen oportunidades que le permita adquirir mejor tecnología para su planta y mejorar su oferta exportable en calidad y cantidad, para posteriormente empezar a exportar la panela orgánica granulada bajo una marca propia sin la necesidad de un acopiador. La principal limitación radica en la competencia de otros edulcorantes naturales o alternativas de bajo contenido calórico que ya están establecidas en el mercado. Se recomienda realizar un análisis de mercado detallado para identificar las oportunidades y desafíos para la entrada de la panela orgánica granulada en el mercado de Estados Unidos.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría de la Innovación

Esta investigación se basa en la teoría propuesta por Manual de Oslo (2005), donde afirma que la innovación es la introducción de un nuevo o mejorado producto y/o servicio de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de una asociación.

En posterior deducción la CI es pensar en nuevas ideas para realizar cosas nuevas brindando oportunidades de la producción y comercialización del producto final y el surgimiento de nuevas asociaciones (Elvira, 2021; Theodore Levitt, 2018).

La CI enfoca y proyecta procesos de innovación abierta para capturar y sobre todo para mejorar los procesos productivos en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” (López & Bermejo; Rodríguez, 2022).

2.2.2 Capacidad de Innovación

La capacidad de innovación es el conjunto combinado de competencias cognitivas, aptitudinales y experienciales que permiten el desarrollo de nuevos productos, servicios y/o experiencias con una inserción comercial exitosa en el mercado (Schwarz, 2018). Así mismo los mercados son más competidos, en donde la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” estaría sometida a crecientes exigencias del mercado para obtener oportunidades y poder dar valor agregado a la panela. (Pérez, 2019; Ramos-Soto et al., 2020; Vega et al., 2020).

Según (Valencia-Rodríguez, 2019) la capacidad de innovación permite asimilar, almacenar y aplicar el conocimiento, siendo las capacidades comerciales los factores clave para la innovación de nuevos productos y la adaptación a los cambios del mercado. En consecuencia, la capacidad de

innovación es la acción de cambiar o transformar algo para obtener una mejora o una novedad (Askue,2023). La capacidad de innovar constituye un recurso para comercializadores, al igual que sus capacidades financieras, comerciales y productivas que contribuyen a la expansión de las capacidades de innovación de la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” (Robayo, 2016; Rotundo 2020).

Del mismo modo para Saunila (2020) la capacidad de innovación es central para las asociaciones que buscan competir con sus competidores más grandes y que poseen más recursos, considerado la innovación como un proceso o como un resultado. Es así, como la capacidad de innovación se considera como un fenómeno unidimensional que incluye las acciones que podrían implementarse para un comercializador (Castela et al., 2018).

Para García (2023) la capacidad de innovación desempeña un papel esencial, dando así lugar a un aumento de colaboración para una mayor vinculación con los mercados por medio de adopción de tecnología en sus procesos de producción. Por consiguiente, la capacidad de innovar ha brindado soluciones de la mayoría de los problemas de la sociedad, que favorecen los procesos innovadores en todos los ámbitos comerciales. (Martinez & Fernandez 2020).

Del mismo modo la capacidad de innovación se puede alcanzar a partir de las herramientas tecnológicas para realizar ventas, cuya finalidad es aportar calidad para satisfacer al cliente, indicando su posición en el mercado. (Jaramillo et al., 2023).

Por otro lado, para Müller et al., (2021) la capacidad de innovación integra conceptos de diseño de modelos y estrategias para una asociación establecida con estrategias exploratorias. La innovación es una de las principales fuentes de incrementos en la productividad, competitividad y crecimiento, así como de los esfuerzos sostenidos de una asociación. (Tovar et al., 2015).

Además, en este sentido el desarrollo de capacidades para la innovación debe ser integral desde el punto de vista estratégico, lo humano y lo estructural; así resulta de gran ayuda para el

proceso evolutivo de la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” (Quintero et al., 2019). Es así como las capacidades de innovación corresponden a un conjunto particular de capacidades organizacionales que contribuyen al logro de los objetivos de innovación de la asociación (Robledo, 2017).

Por consiguiente, la capacidad de innovación es la implantación exitosa de ideas creativas dentro de una asociación, siendo una capacidad que se refleja en muchos aspectos de la cultura interna de los procesos y modos de gestión y de las capacidades de las personas (Solanelas, 2023). Actualmente la innovación es considerada como una de las fuentes más importantes de ventaja competitiva, debido a que conlleva a la mejora continua de productos y procesos que permite a las asociaciones ser más eficientes (Carrillo et al., 2023).

Por lo tanto, la capacidad de innovación son una herramienta estratégica para mejorar la competencia y lograr éxito en las asociaciones logrando un desarrollo sostenible de capacidades estratégicas de innovación ya existentes en la firma (Distanont & Khongmalai, 2020). Además, se han interesado particularmente en cómo gestionar los bienes de conocimiento esencial para innovar en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” (Quintero, 2022).

Entre las definiciones antes mencionadas y otras definiciones para aclarar la capacidad de innovación se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1

Definiciones de innovación

Fuente	Definición
Roggers (1962)	“La innovación como una idea percibida como nueva por un individuo y comunicada a los demás miembros de un sistema social”. (p.456)
Thompson (1965)	“Innovación es la generación, aceptación e implementación de nuevas ideas, procesos, productos o servicios” (p.32)
Nelson (1968)	“Innovación es el proceso por el cual nuevos productos y técnicas son introducidas en el sistema económico” (p.150)
Zaltman, Duncan y Holbeck (1973)	“La innovación es cualquier idea, práctica o artefacto material percibido como nuevo por la unidad de adopción correspondiente” (p.70)
Tushman y Nadler (1986)	“La innovación es la creación de algún producto, servicio o proceso, que es nuevo para una unidad de negocio” (p.33)
Deward y Dutton (1986)	“La innovación son Cambios drásticos, revolucionarios integrando conocimiento para el desarrollo tecnológico” (p.7)
COM (1995)	“La Innovación es la renovación y ampliación del rango de productos, servicios y mercados asociados que consiste en producir, asimilar y explotar con éxito la novedad en los ámbitos económico y social.” (p.3)
Amabile, Conti, Coon, Lazenby y Herron (1996)	“Innovación es la implementación exitosa de ideas creativas dentro de una organización” (p.8)
Damanpour (1996)	“Innovación es el proceso de creación e implementación de nuevas ideas en la organización en respuesta a los cambios del entorno” (p.587)
Castells y Pasola (1997)	“Innovación es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado” (p. 123)

Ordaz, Alcázar y Romero (2000)	“Innovar es crear o adquirir una idea o conocimiento e introducirla en la organización, pudiendo materializarse en un nuevo producto, o bien en un proceso o método” (p.78)
Ulrich y Eppinger (2000)	“innovación como cualquier situación en la que los practicantes de la innovación puedan conseguir nuevas ideas sobre productos, procesos y sistemas del negocio.” (p.55)
Donofrio (2004)	“La innovación es un proceso por el cual una nación crea y transforma nuevos conocimientos en productos, servicios y procesos útiles para los mercados nacionales y globales; dirigiendo hacia la creación de valor para las partes implicadas y a estándares de vida más altos” (p.5)
Guidance (2004)	“Innovación es explotar con éxito nuevas ideas” (p.123)
Manuel de Oslo (2005)	“Una innovación es la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas”. (p.49)
Dalle (2006)	“Innovación es el desarrollo creativo, proveniente de un estímulo externo (en este caso tecnología), que dirige hacia productos/servicios comercializables.” (p.78)
Suárez (2015)	“La innovación es el rompimiento en tiempo y espacio de un proceso, producto o servicio, que se presenta con una nueva cualidad incremental o radical y que es aceptado por el cliente.” (p.123)
Cortés, y de la Cruz (2016)	“Relacionan la innovación social con la calidad de vida y el bienestar.” (p.123)
Yang et al., (2017)	“La innovación modelo de negocio es un enfoque prometedor para la mejora de la sostenibilidad en las empresas” (p.24)
Robbins (2018)	“Innovar significa explorar nuevos territorios, asumir riesgos y hacer las cosas de manera diferente» (2018, p.16).

Collier y Evans (2019)	«La innovación se refiere a la capacidad para crear bienes y servicios nuevos y únicos que deleiten a los clientes y creen una ventaja competitiva» (p. 32).
García y Sorhegui (2019)	“La innovación constituye en la actualidad una de las premisas fundamentales para el desempeño de las organizaciones inmersa en una economía global, caracterizada por un desarrollo exponencial de la ciencia y la técnica” (p.1)
Mayer et al., (2020)	“A partir del emprendimiento, se genera la innovación necesaria para reemplazar la producción actual, por otra con mayor valor agregado que genere riqueza y abone al crecimiento de las economías” (p.100)
Hellriegel et al., (2021)	“La innovación se refiere al descubrimiento, identificación y diagnóstico de problemas inusuales y ambiguos y/o al desarrollo de soluciones únicas o creativas” (p.362)
Rincón et al., (2022)	“La innovación empresarial implica una administración efectiva de los elementos clave de éxito, los internos como la actitud y las actividades innovadoras, y los externos, asociados con el relacionamiento entre empresas” (p.112)
Quintero-Ramírez., (2023)	“Las capacidades de innovación desarrollan habilidades para utilizar eficazmente los conocimientos tecnológicos y organizacionales para la innovación en las asociaciones” (p.58)

En consecuencia, la definición considerada para la presente investigación es la de Quintero-Ramírez., (2023) que definieron la capacidad de innovación como “desarrollo de habilidades para utilizar eficazmente los conocimientos tecnológicos y organizacionales para la innovación en las asociaciones” (p.58).

Por otra parte, la capacidad de innovación se compone por distintas dimensiones; esta investigación considera las dimensiones propuestas en el estudio de Machado et al., (2021): a) capacidad de desarrollo, b) capacidad de transacción c) capacidad de operatividad y d) capacidad

de gestión, puesto que son las más utilizadas en investigaciones que tiene un enfoque cualitativo y que usan la CI (Hellriegel et al., 2021; Mayer et al., 2020; Rincón et al., 2022).

2.2.3 Dimensiones de Capacidad de Innovación

2.2.3.1 Capacidad de Desarrollo. La capacidad de desarrollo en la asociación de productores de caña se evidencia en la mejora progresiva de prácticas como la preparación del terreno, el uso de materia prima de calidad, el manejo agronómico del cultivo y la optimización del transporte. Estas acciones permiten generar empleo local y fortalecer la base productiva rural (Cadena et al., 2017).

El desarrollo constante de estas capacidades facilita la incorporación de nuevas técnicas agrícolas y logísticas que mejoran la eficiencia y la relación con los clientes (Zambrano, 2020). Se considera un signo de bienestar y competitividad, ya que permite a la asociación adaptarse a los cambios del entorno y aprovechar sus recursos estratégicos (Dután Loja & Ormaza Andrade, 2022).

Según Kotler & Armstrong (2022), el desarrollo de estrategias productivas y logísticas, como el transporte eficiente y el manejo agronómico, contribuye al crecimiento económico y a la entrega de valor al consumidor, además se destaca que estas capacidades fortalecen la unidad organizacional y permiten integrar el proceso productivo desde el campo hasta el mercado (Medellín, 2010).

En contextos rurales como Chontabamba, donde muchos productores tienen formación técnica o empírica, el desarrollo de capacidades agronómicas y logísticas ha generado oportunidades de mejora y protección del talento humano frente a condiciones laborales adversas (Morales & Pérez, 2020).

La capacidad de desarrollo también implica combinar nuevos medios de producción, como herramientas para la preparación del terreno o sistemas de transporte compartido, incluso cuando los productores operan de forma independiente (Guerrero, 2004).

Es así como esta capacidad permite a los productores innovar y adaptarse para sobrevivir y crecer. (Steve et al. 2021). Actualmente el dinamismo del mercado exige configuraciones flexibles de recursos, como el uso eficiente de la materia prima y el transporte, para lograr ventajas competitivas. (Saranga et al. 2018).

Para el autor Wignaraja (2009) el desarrollo de capacidades se construye desde el entorno, la organización y el individuo, fortaleciendo prácticas clave como el manejo del cultivo y la logística rural.

La capacidad de desarrollo abarca sistemáticamente en el entorno de la asociación con los indicadores: preparación del terreno, materia prima, manejo agronómico del cultivo y transporte.

a) Preparación del terreno

La preparación del terreno constituye un indicador fundamental dentro de la capacidad de desarrollo de los productores de panela, ya que involucra tanto prácticas técnicas como decisiones colectivas de la asociación.

Según la Teoría de Redes de Actores (Latour, 2005), los actores humanos como productores, técnicos, instituciones y no humanos como el suelo, herramientas y semillas interactúan en una red que condiciona el éxito productivo. En este sentido, la preparación del terreno no es solo una labor agrícola, sino un proceso donde se articulan conocimientos tradicionales y apoyo institucional para garantizar la calidad de la caña y por consecuencia de la panela.

Estudios como el de Valdez (2021) muestran que la preparación del suelo es un factor de competitividad en asociaciones paneleras, pues determina la eficiencia del cultivo y la sostenibilidad del sistema productivo.

b) Materia prima

La materia prima, específicamente la caña de azúcar, constituye un indicador esencial de la capacidad de desarrollo de la asociación, pues condiciona la calidad del producto final y la eficiencia del proceso.

Según la Teoría de Redes de Actores Latour (2005), los insumos agrícolas no son elementos pasivos, sino actores que participan en la red productiva junto con los productores, las tecnologías y las instituciones, en ese sentido la caña de azúcar como materia prima se convierte en un actor central que articula prácticas de cultivo, decisiones colectivas y estrategias de innovación.

Estudios como el de Rodríguez, García, Roa y Santacoloma (2004), elaborado por la FAO, muestran que la disponibilidad y calidad de la caña son factores determinantes para el desarrollo competitivo de asociaciones paneleras en América Latina, ya que influyen directamente en la sostenibilidad económica y social de los productores.

c) Manejo agronómico del cultivo

El manejo agronómico del cultivo es un indicador esencial de la capacidad de desarrollo de las asociaciones paneleras, pues integra prácticas como la fertilización, el control de plagas y el abonamiento del cultivo.

Desde la perspectiva de la Teoría de Sistemas Socio ecológicos (Ostrom, 2009), el cultivo de caña panelera se entiende como un sistema donde interactúan recursos naturales, productores y normas colectivas, lo que permite explicar cómo las decisiones agronómicas fortalecen la sostenibilidad y la resiliencia de la asociación. Asimismo,

La Teoría de la Agricultura Sustentable mediante asociación de cultivos (Tamayo & Alegre, 2022) plantea que la diversificación y el manejo integrado de los cultivos son estrategias que mejoran la productividad y reducen riesgos ambientales, lo cual se relaciona directamente con la capacidad de desarrollo de los productores de panela. Estos enfoques muestran que el manejo agronómico no es solo una práctica técnica, sino un proceso colectivo que articula actores humanos y ecológicos para garantizar competitividad y sostenibilidad.

d) Transporte

Según la Teoría de la Acción Colectiva (Olson, 1965), las prácticas de transporte reflejan acuerdos colectivos entre los productores para optimizar recursos y reducir costos, especialmente en territorios con infraestructura limitada.

En este sentido, estudios muestran que el transporte representa cerca del 30% de los costos de producción de panela, lo que obliga a innovar con sistemas como el cable aéreo en zonas de ladera (Cubillos et, al. 2003).

Asimismo, Moreno (2010) señala que la logística agroindustrial, incluyendo el transporte de caña, es un factor determinante para la competitividad de las asociaciones paneleras, pues condiciona la capacidad de cumplir con la demanda y mantener estándares de calidad. Estas prácticas de traslado ya sea mediante moto cargueras, mulas o sistemas de cable se convierten en actores dentro de la red productiva que articulan tradición, innovación y sostenibilidad.

2.2.3.2 Capacidad de Operacionalización. La complejidad de una asociación productiva impulsa el fortalecimiento de su capacidad de operacionalización, entendida como la habilidad para ejecutar con eficacia y eficiencia cada etapa del proceso de producción de panela orgánica. Esta capacidad se refleja en la mejora continua del procesamiento, la optimización del trabajo de los operarios, el aumento de la productividad, y el cumplimiento de estándares de inocuidad y calidad (Merchán Ponce et al., 2018).

La operacionalización permite reducir tiempos de holgura, estandarizar tareas y asegurar que cada actividad desde la elaboración hasta el empaquetado del producto se realice de forma sistemática y controlada (Rivero et al., 2020).

Además, esta capacidad implica el uso de registros de procesos que permiten identificar, estimar y controlar variables críticas, garantizando trazabilidad y confiabilidad en la producción de panela orgánica (Zavaleta, 2018; Fonseca et al., 2022). Así, la asociación no solo cuida el producto, sino que también mejora su capacidad de respuesta ante exigencias del mercado.

La capacidad operativa representa la forma en que se organiza el trabajo de los operarios, se documentan las actividades y se asegura la calidad final del producto que se comercializa (Galvis, 2011).

En este sentido, la operacionalización se convierte en una herramienta de análisis y mejora que permite visualizar las interacciones internas y aplicar ajustes estratégicos en el proceso productivo (Chocos & Meza, 2016).

La capacidad de operacionalización semánticamente en el procesamiento, productividad, operarios, registro de procesos y empaquetado del producto.

a) Procesamiento

El procesamiento de la caña panelera es un indicador central de la capacidad de desarrollo de las asociaciones rurales, ya que involucra prácticas técnicas, decisiones colectivas y uso de tecnologías para transformar la materia prima en panela de calidad.

Desde la perspectiva de la Teoría de Sistemas de Producción Local (Marshall & Porter, 1990), el procesamiento forma parte de un sistema agroindustrial donde los actores locales, productores, técnicos, herramientas, normas y clientes interactúan para generar valor agregado.

En este sentido, Quezada Moreno (2010) señala que el procesamiento eficiente permite mejorar la calidad del producto, reducir pérdidas y cumplir con estándares de mercado, lo que fortalece la competitividad de las asociaciones paneleras.

Por su parte, Guardiola (2020) destaca que el procesamiento artesanal puede optimizarse mediante prácticas colectivas, control de calidad y asistencia técnica, lo que demuestra que el procesamiento no es solo una etapa técnica, sino una expresión de la capacidad organizativa y de innovación de los productores.

b) Productividad

Para mantener la productividad, la asociación tiene que adaptarse y enfrentar los diferentes cambios en los mercados, también el constante cambio de tecnologías, así como diseñar un plan de motivación y estímulo laboral, para realizar el desempeño laboral (Escalante et al., 2022).

Por otra parte, la productividad se encuentra íntimamente relacionado con la producción, y su importancia radica en el uso más eficiente y racional posible de los recursos productivos, además de la relación que guarda con el bienestar de la población de la panela productos comercializados (Colmenares, 2007).

La productividad tiene como propósito medir el resultado de la eficiencia de un negocio habiendo utilizado sus recursos, al invertir menos recursos para producir la misma o mayor cantidad de ganancias mejor será la eficiencia dentro de la asociación (Juez, 2020).

La productividad ya sea de manera natural o jurídica es el factor que determina el crecimiento económico y el aumento de la productividad es esencial porque permite que la asociación sea efectiva y por ende también la calidad de vida social mejore (México & Baltodano, 2020).

c) Operarios

Los operarios son actores fundamentales en el desarrollo de las asociaciones de productores de panela, ya que su conocimiento, experiencia y capacidad de adaptación determinan la eficiencia del procesamiento y la calidad del producto final.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Competencia Colectiva (Coriat & Weinstein, 1995), el desempeño de los operarios no depende solo de habilidades individuales, sino de la organización colectiva, la transmisión de saberes y el entorno técnico en el que trabajan.

En este sentido, Guardiola (2020) señala que los operarios paneleros, al dominar prácticas como la molienda, la evaporación y el batido, son responsables de mantener estándares de calidad y seguridad alimentaria.

Por su parte, la capacitación técnica de los operarios mejora la trazabilidad del proceso y permite implementar controles de calidad que fortalecen la competitividad de la asociación. Así, los operarios no son solo ejecutores, sino actores estratégicos dentro del sistema agroindustrial panelero. (Santiana et, al. 2025).

d) Registro de procesos

El registro de procesos es un indicador estratégico de la capacidad de operacionalización permite documentar cada etapa del proceso productivo, desde la recepción de la caña hasta el empaquetado del producto final.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Organización del Trabajo (Mintzberg, 1979), el registro sistemático de actividades permite estructurar el flujo operativo, asignar responsabilidades y generar retroalimentación para la mejora continua.

En este sentido, Santiana Espín, Campoverde Santos y Cabezas Oviedo (2025) afirman que el registro de procesos es clave para garantizar trazabilidad, cumplir con normas sanitarias y facilitar auditorías externas.

Asimismo, Guardiola (2020) señala que el registro permite a los operarios y líderes asociativos identificar puntos críticos, reducir pérdidas y fortalecer la imagen de la asociación frente a clientes e instituciones. Así, el registro no es solo una herramienta técnica, sino un actor organizativo que articula conocimiento, control y transparencia en el sistema panelero.

e) Empaquetado

El empaquetado de la panela es un indicador clave de la capacidad de desarrollo de las asociaciones rurales, ya que permite conservar la calidad del producto, facilitar su comercialización y cumplir con exigencias sanitarias y de trazabilidad.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Imagen del Producto (Kotler & Keller, 2016), el empaquetado no solo protege el contenido, sino que comunica atributos de valor como origen, calidad y responsabilidad social.

En este sentido, Martínez Sandoval (2023), en su estudio sobre la exportación de panela orgánica por la asociación CEPRESA, señala que el diseño y etiquetado del empaque son factores decisivos para acceder a mercados internacionales.

Asimismo, Guardiola (2020) destaca que el empaquetado artesanal puede optimizarse mediante prácticas colectivas, control de higiene y presentación estandarizada, lo que fortalece la imagen de la asociación frente a clientes institucionales y consumidores finales. Así, el empaquetado no es solo una etapa final, sino un actor estratégico que articula calidad, identidad y competitividad.

2.2.3.3 Capacidad de Gestión. La capacidad de gestión en la asociación de productores de panela orgánica se manifiesta en la forma en que se administran los recursos humanos, técnicos y económicos para alcanzar objetivos estratégicos.

Esta capacidad incluye el fortalecimiento de las condiciones laborales y la capacitación, el uso eficiente de la maquinaria y el manejo del producto, la gestión de riesgos y la planificación comercial y económica (Plazola et al., 2020; Castillo, 2014).

Según Brow y Potoski (2003), la gestión efectiva requiere experiencia previa, control de costos de transacción y estructuras organizativas claras, lo cual se traduce en la asociación en procesos administrativos que permiten mejorar el desempeño productivo y comercial.

Selden e Ingraham (2000) destacan que la gestión de recursos humanos debe ser sostenida en el tiempo, lo que implica capacitar al personal y mantener condiciones laborales adecuadas para asegurar la continuidad y calidad del trabajo.

Bernal & Villegas (2022) afirman que la capacidad de gestión se fortalece mediante la interacción con otras organizaciones, lo que permite compartir conocimiento y recursos para mejorar el manejo del producto y enfrentar riesgos del entorno.

Pérez Hechavarría et al. (2023) agregan que esta capacidad permite identificar brechas y oportunidades, optimizando la gestión comercial y económica para lograr mayor competitividad.

Mora-Pisco et al. (2016) señalan que la gestión también implica trámites administrativos y documentación, esenciales para la comercialización de la panela, incluyendo el seguimiento de ingresos, control de cuentas y toma de decisiones estratégicas.

En este sentido, la capacidad de gestión se convierte en una herramienta clave para planificar, ejecutar y evaluar acciones que impactan directamente en la eficiencia operativa y comercial de la asociación.

La capacidad de gestión sistemáticamente comprende condiciones laborales y capacitación, maquinaria y manejo del producto, gestión de riesgos, gestión comercial y económica.

a) Condiciones laborales y capacitación

Las condiciones laborales y la capacitación son indicadores fundamentales de la capacidad de gestión en asociaciones de productores de panela, ya que reflejan el compromiso con el bienestar del equipo humano y la eficiencia del proceso productivo.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Acción Colectiva (Olson, 1965), la inversión en condiciones dignas y formación técnica fortalece la cohesión del grupo, reduce conflictos y mejora el desempeño colectivo.

En este sentido, Niño Rosales y Fuentes Ramírez (2020), en su estudio sobre estándares mínimos en plantas paneleras de Santander Colombia, evidencian que la implementación de protocolos de seguridad, dotación de equipos y capacitación en riesgos laborales mejora la productividad y reduce accidentes.

Por su parte, el Manual de Buenas Prácticas Laborales de AGAP (2021) señala que las asociaciones agrarias que promueven la formalización, el respeto a los derechos laborales y la formación continua logran mayor sostenibilidad y reconocimiento institucional.

b) Maquinaria y manejo del producto

La maquinaria y el manejo del producto son indicadores clave de la capacidad de gestión en asociaciones paneleras, ya que reflejan el nivel de tecnificación, control operativo y cuidado del producto durante el procesamiento.

Desde la perspectiva de Rogers (2003), la adopción de maquinaria adecuada y el manejo técnico del producto permiten mejorar la eficiencia, reducir pérdidas y garantizar la calidad final de la panela.

En este sentido, Fino-Hernández, Munevar-Romero y Ulloa-Torres (2022) señalan que el bajo nivel de tecnificación en la agroindustria panelera limita la competitividad, por lo que la gestión de maquinaria y procesos debe ser una prioridad organizativa.

Asimismo, Guardiola (2020) destaca que el manejo del producto desde la molienda hasta el enfriado y almacenamiento requiere prácticas estandarizadas, control de temperatura y limpieza constante, lo que implica una gestión activa por parte de los operarios y líderes asociativos. Así, la maquinaria y el manejo del producto no son solo herramientas técnicas, sino actores dentro del sistema productivo que articulan eficiencia, calidad y sostenibilidad.

c) Gestión de riesgos

La gestión de riesgos es un indicador esencial de la capacidad de gestión en asociaciones paneleras, ya que permite identificar, prevenir y mitigar amenazas que afectan la seguridad de los trabajadores, la calidad del producto y la sostenibilidad del proceso.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Resiliencia Organizacional (Hollnagel, Woods & Leveson, 2006), las organizaciones rurales que anticipan riesgos y adaptan sus prácticas frente a eventos adversos como accidentes, fallas técnicas o variabilidad climática; fortalecen su capacidad de respuesta y continuidad operativa.

En este sentido, Niño Rosales y Fuentes Ramírez (2020) evidencian que la implementación de protocolos de seguridad, capacitación en primeros auxilios y uso de equipos de protección personal en plantas paneleras tradicionales reduce significativamente los incidentes laborales.

Asimismo, Santiana Espín et al. (2025) destacan que la gestión de riesgos no solo implica acciones correctivas, sino también el registro de incidentes, la evaluación de puntos críticos y la mejora continua, lo que convierte esta práctica en un eje transversal de la gestión organizativa.

d) Gestión comercial y económica

La gestión comercial y económica es un indicador transversal de la capacidad de gestión en asociaciones paneleras, ya que articula decisiones sobre precios, ingresos, costos, canales de venta y sostenibilidad financiera.

Desde la perspectiva de la Teoría de Recursos y Capacidades (Barney, 1991), las asociaciones que desarrollan habilidades para administrar sus recursos económicos y posicionarse comercialmente logran ventajas competitivas sostenibles.

En este sentido, Pérez Hechavarría et al. (2023) afirman que la gestión empresarial permite identificar brechas, mejorar el desempeño y establecer estrategias basadas en capacidades internas.

Asimismo, Tineo Torres y Vásquez Llanos (2023), en su estudio sobre asociatividad panelera en Perú, destacan que la gestión comercial eficiente incluyendo control de ingresos, negociación con compradores y diversificación de canales fortalece la autonomía económica de los productores y mejora su capacidad de respuesta ante el mercado.

2.2.3.4 Capacidad de Transacción. La capacidad de transacción en una asociación de productores de panela orgánica se expresa en su habilidad para establecer relaciones efectivas con el mercado estratégico, fortalecer la relación con el cliente, gestionar el respaldo institucional y proyectar su crecimiento comercial.

Esta capacidad permite diseñar estrategias orientadas al logro de objetivos, adaptándose a nuevas áreas de innovación y mejorando su posicionamiento competitivo (Murillo, 2020; Zawislak et al., 2012).

Según Milena et al. (2010), las buenas relaciones se construyen mediante retroalimentación positiva y negativa, lo que fortalece la interacción con clientes y aliados. Suhara et al. (2021) destacan que comprender el comportamiento del cliente y participar activamente en el mercado es esencial para estimar ventas y definir ubicaciones estratégicas.

La capacidad transaccional también implica identificar oportunidades de innovación provenientes del mercado y de los propios consumidores, lo que permite ajustar los servicios y productos ofrecidos por la asociación (Syah et al., 2021).

Nivaldo et al. (2019) afirman que las cooperativas, sin importar su tamaño, deben orientar sus operaciones a satisfacer las necesidades del mercado mediante transacciones efectivas.

Silva (2021) señala que los costos de transacción están presentes desde la producción hasta la comercialización, por lo que es clave gestionar adecuadamente las interacciones con el mercado y las negociaciones. Zawislak et al. (2013) agregan que esta capacidad se dimensiona por el diseño de contratos, el poder de negociación y la relación con los clientes, elementos que permiten proyectar mejoras productivas y comerciales con respaldo institucional.

La capacidad de transacción semánticamente en mercado estratégico, relación con el cliente, respaldo institucional y proyección.

a) Mercado estratégico

El mercado estratégico es un indicador que articula la capacidad de gestión con la capacidad de transacción de las asociaciones paneleras, ya que implica identificar, negociar y mantener relaciones comerciales sostenibles con clientes, aliados y canales de venta.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Inteligencia Comercial Colectiva (Zawislak et al., 2012), las asociaciones que analizan el comportamiento del consumidor, segmentan sus clientes y adaptan sus estrategias logran establecer acuerdos más eficientes y duraderos.

En este sentido, Rodríguez, García, Roa y Santacoloma (2004), en su estudio para la FAO, señalan que el conocimiento del entorno comercial, la diversificación de canales y la proyección de la oferta son factores clave para fortalecer la capacidad de transacción, ya que permiten negociar precios, condiciones y volúmenes con mayor seguridad.

Asimismo, Suhara et al. (2021) afirman que la participación activa en mercados estratégicos facilita la estimación de ventas, la fidelización de clientes y el posicionamiento institucional, lo que convierte al mercado en un actor dinámico dentro de la red de transacciones.

Así, el mercado estratégico no solo representa un destino comercial, sino un espacio de interacción donde la asociación proyecta su capacidad de negociar, coordinar y sostener relaciones que aseguran beneficios mutuos y continuidad.

b) Relación con el cliente

La relación con el cliente es un indicador central de la capacidad de transacción en asociaciones paneleras, ya que implica establecer vínculos comerciales sostenibles, generar confianza mutua y coordinar entregas, pagos y retroalimentación.

Desde la perspectiva de la Teoría de los Costos de Transacción (Williamson, 1985), mantener relaciones estables con los clientes reduce incertidumbres, facilita acuerdos y disminuye los costos asociados a la búsqueda, negociación y cumplimiento.

En este sentido, Tineo Torres y Vásquez Llanos (2023) afirman que la asociatividad panelera mejora la capacidad de negociar con clientes institucionales, al ofrecer volúmenes constantes, calidad estandarizada y cumplimiento en tiempos de entrega.

Asimismo, Rodríguez, García, Roa y Santacoloma (2004) destacan que la confianza comercial, el trato respetuoso y la flexibilidad en la negociación son factores clave para la permanencia en el mercado panelero, ya que permiten construir relaciones duraderas y adaptativas.

Así, la relación con el cliente no es solo una transacción puntual, sino una interacción continua que articula comunicación, cumplimiento y reputación comercial.

c) Respaldo institucional y proyección

El respaldo institucional y la proyección son indicadores estratégicos de la capacidad de transacción en asociaciones paneleras, ya que permiten establecer vínculos con programas, entidades y aliados que fortalecen el proceso productivo, la calidad del producto y la sostenibilidad organizativa.

Desde la perspectiva de la Teoría de Redes de Cooperación Institucional (Powell, 1990), las asociaciones que articulan relaciones con instituciones públicas, privadas y académicas logran acceder a asistencia técnica, financiamiento, formación y canales de comercialización, lo que amplía su capacidad de negociación y mejora sus condiciones de transacción. En este sentido, Bendezú Valdez (2022) destaca que el respaldo institucional permite a los productores de panela orgánica en zonas rurales mejorar sus prácticas agrícolas, acceder a certificaciones y proyectarse hacia mercados diferenciados.

Asimismo, Rodríguez, García, Roa y Santacoloma (2004) señalan que el acompañamiento técnico y la articulación con programas de desarrollo rural fortalecen la capacidad de las asociaciones para cumplir compromisos, innovar en sus procesos y sostener relaciones comerciales estables.

Así, el respaldo institucional y la proyección no son solo apoyos externos, sino actores clave que amplían la capacidad de transacción y consolidan la visión estratégica de la organización.

2.2.4. Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba”

2.2.3.1 Historia de la Organización. En el centro poblado de Chontabamba, una semilla de emprendimiento germinó en la mente del presidente Ciro Marín Vásquez de la Asociación de Productores de Panela Orgánica "Los Emprendedores Chontabamba".

Inspirado por el potencial sin explotar de la caña de azúcar, una materia prima ya utilizada por los vecinos para la producción artesanal de miel y guarapo, soñó con un negocio propio que pudiera llevar estos sabores locales a un mercado más amplio.

El camino hacia la realización de este sueño se formalizaron la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” Paccha – Chota – Cajamarca con RUC 20607277771 constituidos por 10 familias que se dedican al cultivo de caña de azúcar se abrió con la convocatoria

del proyecto Avanzar Rural. Sin embargo, la primera postulación de la asociación no tuvo éxito, ya que la naturaleza misma de su producto presentó un desafío: la caña de azúcar, con su lento y paciente tiempo de crecimiento de un año y seis meses, no coincidía con el ritmo acelerado del proyecto de ocho meses.

Pero la determinación de la asociación no se vio disminuida, sembraron su caña con la esperanza renovada y volvieron a postular, esta vez con éxito, iniciando sus actividades con Avanzar Rural en enero del 2023, reconociendo su espíritu emprendedor, financió el 80% del proyecto, permitiendo a la asociación aportar el 20% restante. Este impulso financiero catapultó a la asociación hacia nuevas alturas, dotándola con una planta de procesamiento de panela, un registro sanitario F4001323, marca ecológica, empaque de material papel Kraft plastificado interiormente con una capacidad de 1 kg de panela para la comercialización de Panela Ecológica Chontabambina “DULZURA SALUDABLE”, además de herramientas y utensilios de acero inoxidable e indumentaria apropiado para el desarrollo de actividades en la producción de panela.

Hoy en día la asociación se ha expandido para incluir otros derivados de la caña en su oferta. La miel de caña y el guarapo, una vez disfrutados solo en reuniones familiares y festividades, anteriormente lo comercializan en provincias cercanas como Bambamarca y Chota, llegando incluso a ciudades como Jaén y Lima a pedido, pero decidieron sustituir esos productos por la actual panela granulada que tiene mayor comercialización. Así, la Asociación de Productores de Panela Orgánica "Los Emprendedores Chontabamba" está llevando el sabor de su tierra a paladares de todo el país.

2.2.3.2 Misión de la Asociación. Producir y comercializar productos alimenticios como es la panela, de la más alta calidad que contribuyan al crecimiento y nutrición de una población saludable.

2.2.3.3 Visión de la Asociación. Ser una empresa rural líder en el mercado local y la provincia de Chota, impulsando una cadena agroalimentaria sostenible con el cuidado y conservación del medio ambiente.

Datos relevantes de la asociación

La Asociación de Productores de Caña "Los Emprendedores" de Chontabamba, Paccha, Chota, Cajamarca es una entidad legalmente registrada que produce panela. Esta asociación cuenta con el número de registro 20607277771 y obtuvo su licencia en noviembre del 2022.

- **RUC:** 20607277771
- **Razón Social:** ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CAÑA LOS EMPRENDEDORES CHONTABAMBA PACCHA CHOTA CAJAMARCA
- **RUC:** 20607277771
- **CÓDIGO/EXPEDIENTE MCAF-MIDAGRI:** 00236-2023-MCAF-MIDAGRI y 00237-2023-MCAF-MIDAGRI.
- **IDENTIFICADOR/NÚMERO DE REGISTRO:** 010069890.
- **Nombre Comercial:** Los Emprendedores Chontabamba
- **Tipo Empresa:** Asociación
- **Condición:** Activo
- **Actividades Comerciales:** Cultivos de Cereales. y Elab. de Otros Prod. Alimenticios.
- **CIU:** 01110
- **Distrito / Ciudad:** Paccha
- **Provincia:** Chota
- **Departamento:** Cajamarca, Perú
- **Estado:** Habido

2.2.4 Panela

Figura 1

Panela



La panela es un tipo de azúcar integral de caña, siendo un pilar fundamental en el consumo urbano, desplazando al azúcar refinado. Lo que la distingue es su alto contenido de vitaminas A, B, C y D y minerales tales como Hierro, Calcio, Potasio, magnesio, fosforo y zinc ya que su proceso de producción es completamente natural. Esta metodología evita la pérdida de los valiosos nutrientes que son intrínsecos a este producto (Obando, 2010).

La panela ha emergido como un producto esencial en la economía doméstica, no solo en Colombia sino también en otros países, reemplazando a los endulzantes y al azúcar. Tradicionalmente, este producto ha sido un componente vital de la canasta básica de las familias colombianas, especialmente de aquellas con ingresos bajos y medios (Mogrovejo & García, 2020).

La panela, un subproducto integral de la caña de azúcar, conocida en las regiones costeras de Málaga y Granada en España como "pilón", estas regiones españolas han sido el epicentro del cultivo de la caña de azúcar, antes de su expansión hacia las Islas Canarias y su posterior introducción en el continente americano (Campos et al., 2022).

A nivel global, la India se distingue como el principal productor de panela, no obstante, aunque la producción de panela en Colombia no alcanza los niveles de la India, el país

sudamericano destaca por su elevado consumo per cápita de panela, con una media anual de 32 kilogramos por individuo, lo que subraya la relevancia cultural, gastronómica y económica de este producto en la región. (Volverás – Mambusca et al., 2020).

- Proceso de producción de panela en la asociación “Los Emprendedores Chontabamba” - Chota

a) Materia prima (caña de azúcar)

La cosecha de la caña de azúcar se realiza teniendo en cuenta el estado de madurez, que se presenta a los doce meses, este período puede variar dependiendo de varios factores, la variedad de la caña, el tipo de suelo y las condiciones climáticas, en la asociación es esencial realizar la cosecha en el momento oportuno para asegurar la proporción correcta, este equilibrio es crucial para la calidad de la panela.

b) Corte

Existen diferentes métodos de corte, que pueden ser uniforme o selectivo, solo se cortan las cañas que han alcanzado la madurez completa, durante este proceso, se desechan los brotes y las hojas, y se procede a apilar la caña de azúcar. La asociación realiza el transporte de la caña del campo a la zona de procesamiento de panela, se realiza en moto carguera.

c) Transporte de caña

En este punto, el transporte de caña de azúcar se realiza a hombro y en moto carguera de vez en cuando, la asociación carga manualmente los haces de caña por senderos empinados hasta la planta procesadora. En ocasiones emplean movilidad permitiéndoles movilizar mayores volúmenes en tramos cortos.

d) Acopio y Pesaje

El acopio debe hacerse de manera ordenada y eficiente para evitar daños a la caña y garantizar que esté en las mejores condiciones para el siguiente paso, que es el pesaje en el cual,

la asociación utiliza balanza electrónica según el tamaño de la producción, por lo tanto, la precisión en el pesaje es esencial para minimizar los residuos y garantizar una producción eficaz.

e) Molienda / extracción del jugo

La caña de azúcar se coloca en una mesa de alimentación y se introduce en el molino, que extrae el jugo o guarapo al comprimir la caña. Este proceso genera un subproducto fibroso llamado bagazo, que se seca al sol para usarlo como combustible. Luego, el guarapo se filtra, añadiendo lechada de cal para neutralizar el pH y eliminar impurezas.

Como consecuencia de ello se genera un residuo semisólido conocido como bagazo, el cual posteriormente es empleado para la generación de energía mediante combustible. Cabe destacar que el tiempo máximo para la extracción del jugo es de 24 h luego del corte, evitando así la fermentación y contaminación, con la finalidad de garantizar el rendimiento del proceso de producción.

- **Bagazo:** Siendo el residuo agroindustrial generado durante la molienda de la caña de azúcar, con diversos usos. Entre ellos, destaca su aplicación en la generación de energía eléctrica mediante la combustión directa para el trapiche y además los bloques multinutricionales - BMN son un suplemento alimenticio de bajo costo, con el propósito de suplementar rumiantes con BMN es aumentar sus niveles de producción y de reproducción.

f) Pre limpieza del jugo

La limpieza del jugo se efectúa tradicionalmente en fondos de acero inoxidable, los cuales se encuentran ubicados al final de la hornilla, con una temperatura aproximada de 65°C elevándose progresivamente hasta los 80°C, donde se da inicio al descachazado.

g) Clarificación y Limpieza

Después de extraer el jugo de la caña de azúcar, este se somete a un proceso de clarificación, hirviendo el jugo agregándole una cucharada de bicarbonato de sodio para neutralizar la acidez y clarificar el jugo de la caña y precipitar las impurezas.

Durante la clarificación, las impurezas se separan y forman una espuma o lodo espeso en la superficie, este residuo sólido es la cachaza, que se retira para dejar el jugo más limpio y apto para la evaporación y concentración.

- **Cachaza:** Cuando el jugo se calienta a unos 95 °C durante 45 minutos. Allí las impurezas (ceras, tierra, fibras) se separan y forman una espuma o lodo espeso. Ese residuo es la cachaza, que se retira para dejar el jugo limpio y listo para la evaporación.

h) Concentración y Punteo

Tras la etapa de limpieza, la asociación somete al jugo de caña a un proceso de concentración. Esto se logra mediante la evaporación del agua en el jugo, generalmente a través de la ebullición. El resultado es un jarabe espeso y concentrado. Luego se realiza el punteo para convertir el jarabe espeso conocido como el punto miel.

- **Punto miel:** El punto miel es el estado del jugo de caña cuando ha alcanzado una alta concentración de sólidos solubles (aprox. 90° Brix) y una textura viscosa y espesa, similar a una miel y de color marrón o dorado oscuro con una temperatura de 125° C. Se logra durante la concentración y punteo, cuando la asociación verifica que el jarabe está a 125°C ya es en buen punto de pasar al batido.

i) Batido

Una vez que el jarabe de caña se ha concentrado y punteado se retira del fuego directo se traslada de la paila a un bunque, donde se bate mientras todavía está caliente para incorporar aire

ayudando a la cristalización y a darle a la panela su textura granulada característica. Este un paso crucial, debe hacerse correctamente para asegurar la calidad de la panela granulada

El propósito principal del batido es el enfriamiento del producto, asegurándose que no se queme, además ayuda a mejorar el color, lo cual garantiza un producto con características óptimas.

j) Tamizado

Se utiliza un tamiz de acero inoxidable, colocando la panela granulada recientemente batida, se agita moviendo el tamiz de un lado a otro, esto permite que la correcta granulación de la panela de manera uniforme impidiendo el paso a los granos mas grandes que no son considerados dentro del producto final.

k) Empaque

El tipo de empaque que usa la asociación se ajusta a las preferencias del consumidor. Su diseño es personalizado de material papel Kraft y con el logo correspondiente de la asociación y plastificado interiormente con cierre Zipper. Además, contiene el código fitosanitario otorgado por DIGESA.

l) Almacenamiento

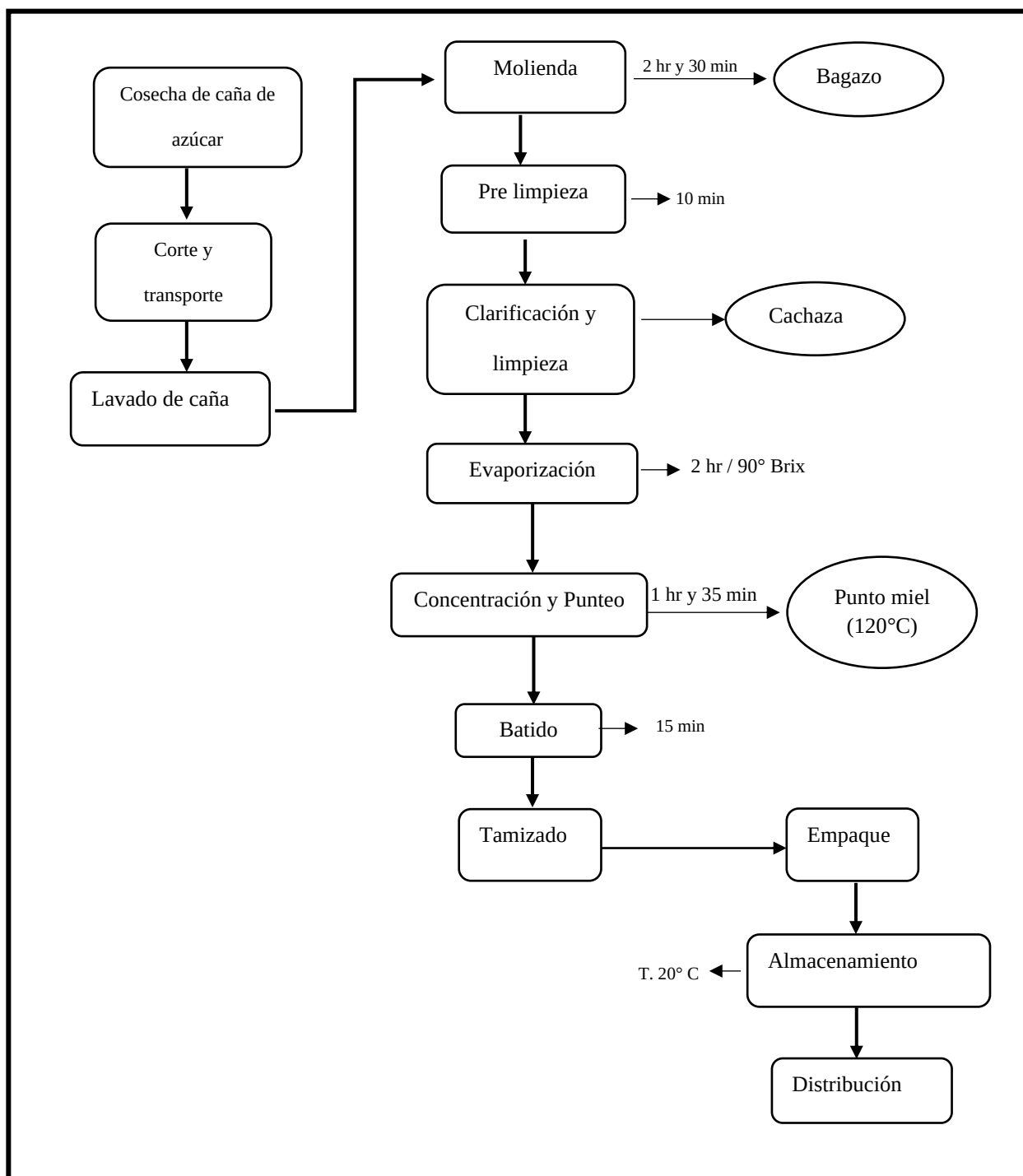
La asociación mantiene la panela empaquetada alejada de la luz solar directa y de cualquier fuente de calor, ya que esto puede causar que se derrita o se deteriore, también es protegida de la humedad para evitar el crecimiento de moho y fuera de contacto con olores fuertes, ya que puede absorberlos y afectar su sabor. La temperatura almacenada es de 20°.

m) Comercialización

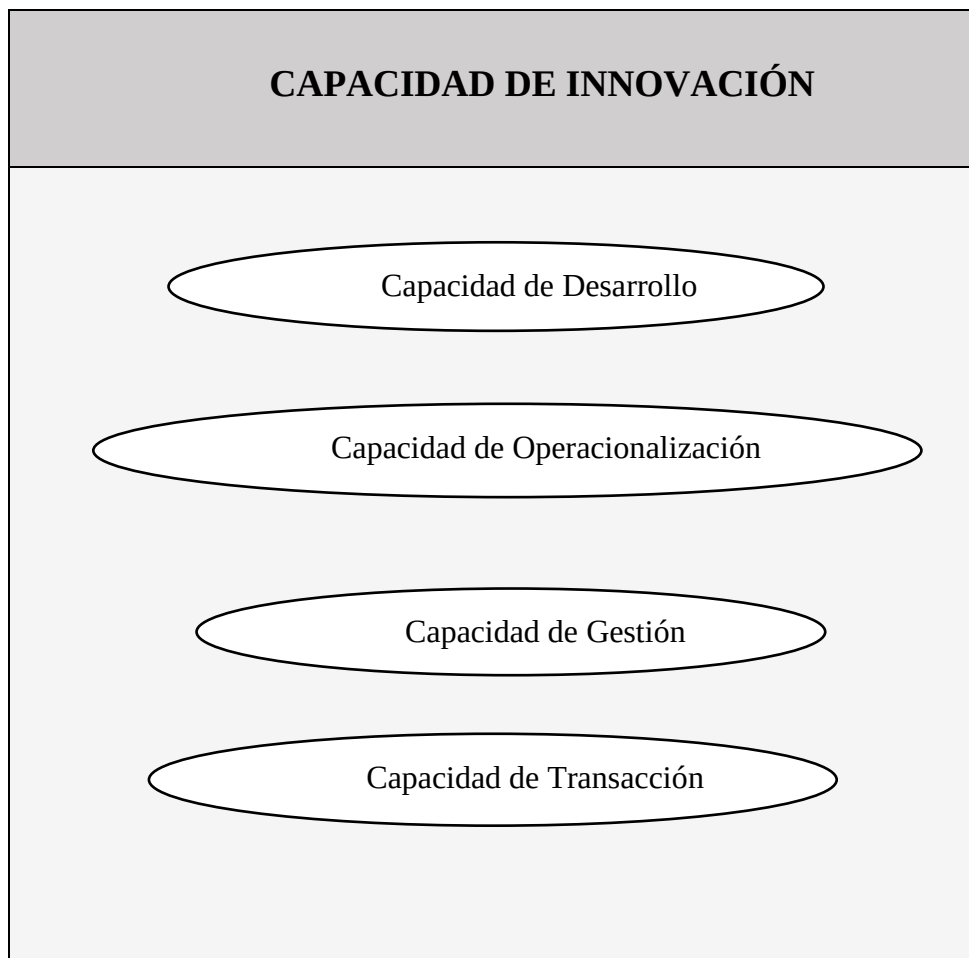
La comercialización de su producto lo realizan incluyendo el precio adecuado y promocionando y distribuyendo mediante pedidos a lugares específicos como Lima, Trujillo y Chiclayo, también en la ciudad de Bambamarca y principalmente en su mercado local Chota que es su principal mercado.

Figura 2

Diagrama de flujo de panela de la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”



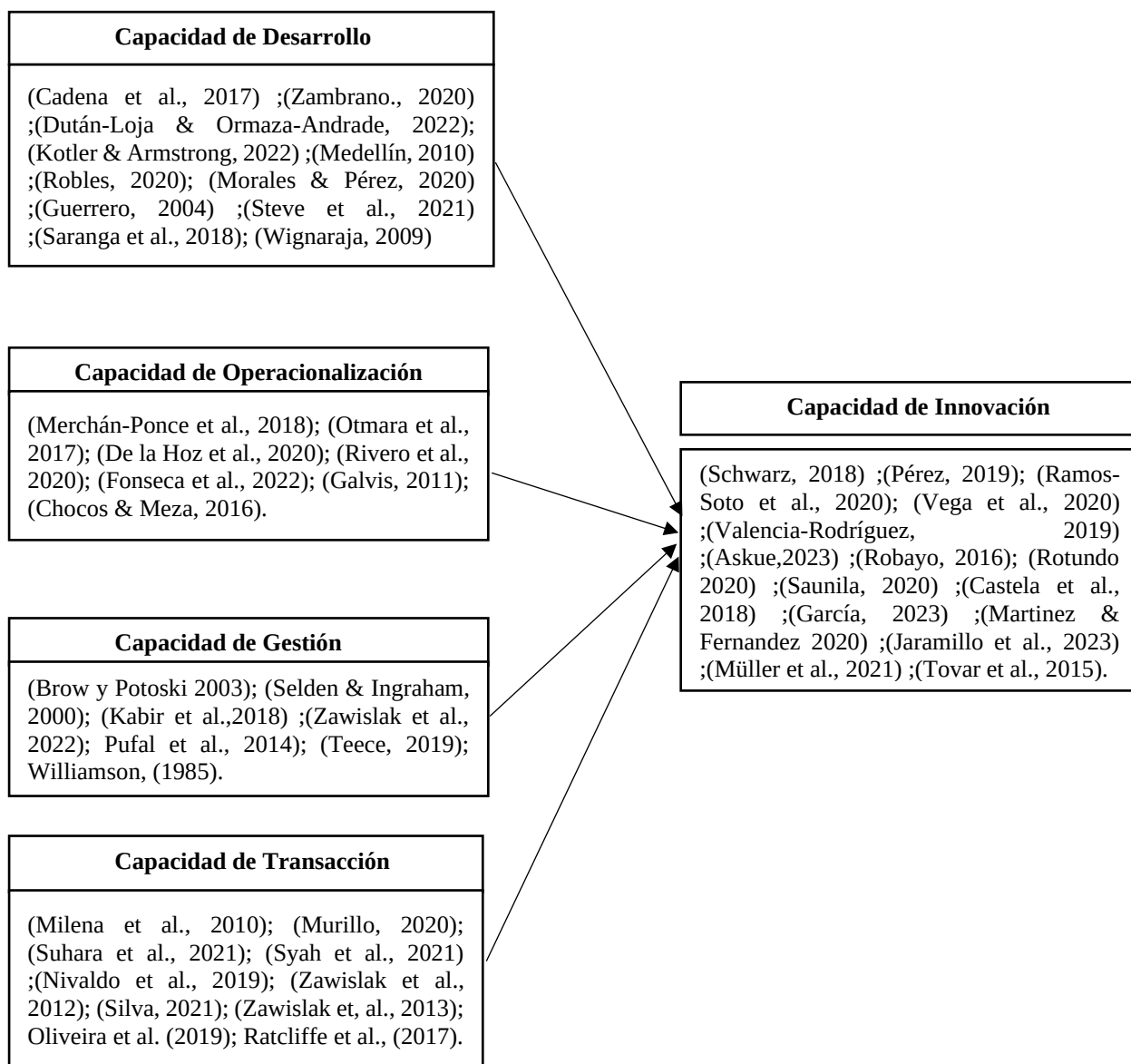
2.3 Modelo Teórico de la Investigación



2.4 Mapa de Revisión de la Literatura

Figura 3

Mapa de literatura



2.5 Definición de Términos Básicos

Capacidad de desarrollo: Se define como “La capacidad de desarrollo es la raíz de la ventaja competitiva a largo plazo de una asociación porque consiste en la fuerza motriz de la innovación de una asociación” (Saranga et al., 2018).

Heidenreich, (2020) define como “La capacidad de desarrollo permite a la asociación lidiar estratégicamente con la tecnología, creando nuevos métodos, procesos, técnicas y, principalmente, nuevos productos”.

Capacidad de operacionalización: “Se define como las capacidades operativas son vitales para las operaciones diarias de las asociaciones y se reflejan en la efectividad de las operaciones comerciales” (Jantunen et al., 2018).

La capacidad de operación consiste en cómo la asociación utiliza sus conocimientos, habilidades, rutinas y sistemas técnicos previamente desarrollados para operar de manera eficiente la tecnología para producir bienes y servicios comerciables (Zawislak et al., 2012).

Capacidad de gestión: “Se define como la capacidad de gestión surge de los costos transaccionales que asume la asociación cuando se propone llenar un vacío de mercado” Williamson, (1985).

La capacidad de gestión es la capacidad de integrar y combinar recursos productivos para lograr niveles más altos de utilización de recursos y la capacidad de asumir riesgos y anticipar la escasez” (Pufal et al., 2014; Teece, 2019; Zawislak et al., 2022).

Capacidad de transacción: Se define como la capacidad de transacción tiene un impacto sustancial en los asociados del producto de panela orgánica, como también existen diferentes comportamientos en las cadenas productivas” Oliveira et al. (2019). La perspectiva del costo de transacción, necesitamos un modelo de costo de transacción, que incluye la rotación estimada de la estrategia de factores y una estimación de la prima de beta inteligente” (Ratcliffe et al., 2017).

Productos: “Se define como una sostenibilidad por la innovación que se caracteriza por presentar una buena técnica en el mercado, es así como la asociación tiene que encontrar y evaluar nuevas oportunidades innovando en sus productos” (Seclen - Luna & López, 2020).

Tecnología: “Se define como las mejores prácticas innovadoras para un producto, teniendo en cuenta que la asociación necesita ser más competitiva, pues la selección de tecnologías se centra en desarrollar estrategias y operaciones en la comercialización” (Alberto Uribe Gómez, 2018).

Procesos: “Se define como un grupo de tareas relacionadas que se llevan a cabo en una determinada secuencia y manera en que se emplean en los productos para dar resultados en apoyo a sus objetivos” (Gonzales., 2005).

Técnica: “Se define como un manifiesto de la necesidad de considerar poner en práctica la innovación como una técnica para planificar, implementar de qué manera se evalúa una asociación proporcionando una propuesta preliminar de proceso de técnica (Matturro, 2021)

Productividad: “Se define como el uso más eficiente y racional posible de los recursos productivos, además de la relación que guarda con el bienestar de la población de los productos comercializados” (Colmenares, 2007).

Capacidad: “Se define como un conjunto de recursos, conocimientos y habilidades que surgen del aprendizaje colectivo de la organización como consecuencia de la coordinación y la asociación entre los involucrados y otros recursos” (Ibarra & Suarez, 2002; Villoria & García 1993).

Comercialización: “Se define como una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo como las ventas, compras y distribución de un producto” (Sánchez & De La Nuez Hernández, 2020).

Recursos: “Se define como la concentración en la construcción de capacidades para innovar, a través de la absorción del conocimiento y el aprendizaje, siendo esta la esencia de una combinación de recursos para adaptarse al entorno comercial (García & Sorhegui, 2020).

Mercado: “Se define como el conjunto de vendedores reales y potenciales de un producto, estos vendedores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (Philip et al., 2012).

Ventas: “Se define como un mecanismo que permitido que la asociación crezca y pueda diversificar sus utilidades aumentando sus márgenes de ganancia a través de la comercialización de los productos de manera innovativa” (García & Terán, 2021).

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

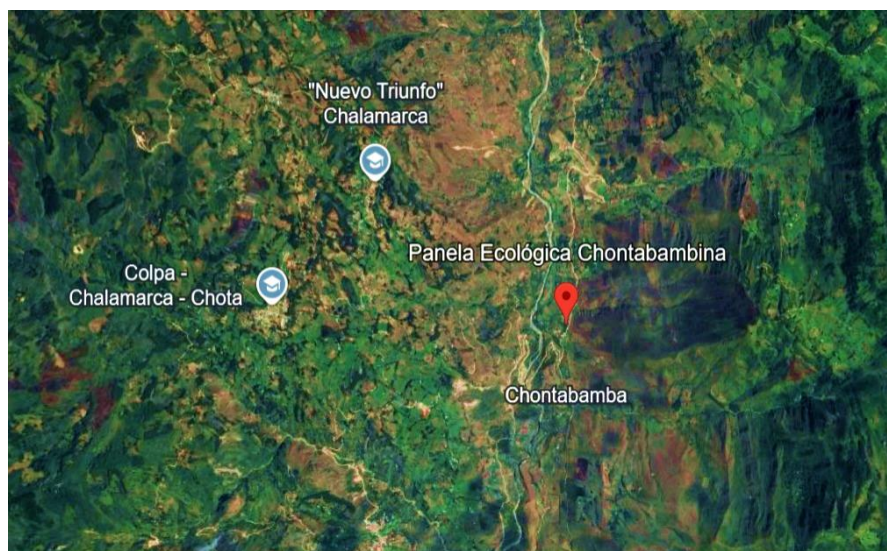
3.1 Ubicación Geográfica de la Investigación

El presente estudio se desarrolló en el caserío de Chontabamba, perteneciente a la provincia de Chota, región Cajamarca, considerando como población de estudio a la Asociación de Productores de Panela Orgánica del caserío.

Chontabamba limita al norte con los distritos de Chiguirip y Conchán, al oeste con el distrito de Lajas, al sur con el distrito de Bambamarca (Hualgayoc) y al este con el distrito de Chalamarca. Su ubicación geográfica corresponde a una latitud de -6.56167 y longitud de -78.6489 , equivalente a $6^{\circ} 33' 42''$ S y $78^{\circ} 38' 56''$ O.

Figura 4

Ubicación geográfica del estudio



Nota. Ubicación geográfica del área de estudio, correspondiente al sector de Chontabamba, Chota. Captura tomada de *Google Earth* (2026). <https://earth.google.com>

3.2 Materiales

3.2.1 Material de campo

- **Materiales de escritorio:** Lapiceros, papel bond, regla, tijeras, cuadernos, carpeta, fólderes, tablero, engrampador, corrector, resaltador, lápiz, calculadora y grampas.
- **Materiales audiovisuales:** Videos de YouTube, libros virtuales, celular y laptop.
- **Materiales informativos:** Laptop, cámara, teléfono, memoria USB, programas de ATLAS TI, paquete de Microsoft Office 365, internet, Base de datos de Web of Science, Scopus, Alicia, Google Académico, Scielo y Dialnet.

3.3 Metodología

Tabla 2

Tipificación de la investigación según los criterios más importantes

Criterios	Tipo de investigación
Tipo de investigación	Básico
Enfoque	Cualitativo
Alcance	Descriptivo
Diseño de investigación	No experimental de tipo transversal
Método	Estudio de caso
Muestreo	Censal
Fuente de datos	La asociación de panela orgánica “Los Emprendedores Chontabamba, chota”
Validez y confiabilidad	Validación de expertos
Técnica	Entrevista
Instrumentos	Cuestionario
Softwares utilizados	Atlas Ti – Versión 25

3.3.1 Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo básico, porque busca ampliar y profundizar el conocimiento teórico sobre la capacidad de innovación dentro de la asociación estudiada, sin aplicar soluciones inmediatas ni intervenir en la realidad, limitándose a describir y comprender el fenómeno.

3.3.2 Enfoque de la investigación

La presente investigación considera un enfoque cualitativo, porque analiza percepciones, experiencias y opiniones de la asociación de la realidad de la asociación, con la finalidad de comprender en profundidad la realidad estudiada, sin emplear mediciones numéricas ni análisis estadísticos.

3.3.3 Alcance

Es descriptivo porque busca caracterizar, detallar y comprender cómo se manifiesta la capacidad de innovación dentro de la asociación específica, sin modificar variable, ni establecer relaciones causales.

3.3.4 Diseño

Es no experimental de tipo transversal, ya que se recolectó información en un único momento sin manipular la variable, permitiendo examinar cómo se expresa la capacidad de innovación en la realidad actual de la asociación de productores de panela orgánica “Los Emprendedores Chontabamba, Chota”.

3.3.5 Método de muestreo

El presente estudio tuvo muestreo censal dado que se incluyó toda la población del estudio, lo que garantiza que los resultados sean representativos de toda la asociación, permitiendo analizar la capacidad de innovación y asegura la confiabilidad de los hallazgos.

Los datos fueron obtenidos directamente de la asociación de productores de panela orgánica “Los Emprendedores Chontabamba, Chota”, con la técnica del cuestionario mediante el instrumento de la entrevista semiestructurada porque se combinó preguntas preparadas con la flexibilidad de explorar temas emergentes en la asociación

3.3.6 Población

La población de estudio está conformada por todos los integrantes de la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, que son un numero de 10 socios obteniéndose el padrón en lista brindada por el presidente de la asociación de productores. No se obtuvo muestra ya que se trabajo con toda la población seleccionada de los 10 socios que conforman la asociación

3.3.7 Unidad de análisis

Fueron todos los miembros de la asociación de productores de panela “Los Emprendedores Chontabamba” (10 asociados) porque están directamente involucrados en el estudio y dentro de todas las etapas de producción de caña y transformación de la panela, lo que permite analizar de manera integral su capacidad de innovación dentro del proceso productivo. Lo que asegura que la investigación capture cómo se aplican ideas, mejoras y técnicas innovadoras en cada etapa del ciclo productivo del producto.

3.3.8 Técnica

La técnica empleada fue la entrevista semiestructurada, aplicada de forma presencial a los todos los integrantes de la asociación de la asociación (10 asociados). Esta técnica permitió recoger información detallada sobre sus experiencias, percepciones y prácticas relacionadas con la capacidad de innovación y las dimensiones que se relacionan en su contexto organizacional.

3.3.9 Instrumento

Se utilizó un cuestionario de entrevista semiestructurada porque se basó en un guion flexible de preguntas abiertas y temas predefinidos, que permitieron profundizar en las respuestas, alterar el orden y añadir nuevas interrogantes según fluya la entrevista elaborada por el investigador, orientada a explorar las dimensiones de la capacidad de innovación en la asociación. El instrumento fue validado mediante juicio de expertos para asegurar su pertinencia y coherencia con los objetivos del estudio.

3.3.10 Análisis de datos

El análisis se realizó mediante la técnica de codificación temática, utilizando el software Atlas. Ti – Versión 25. Donde se identificaron categorías y subcategorías relacionadas con las dimensiones de la capacidad de innovación (desarrollo, gestión, operacionalización y transacción). Este enfoque permitió interpretar los significados expresados por los productores, reconociendo patrones, coincidencias y diferencias en sus experiencias, sin aplicar procedimientos estadísticos ni pruebas de hipótesis, dado el carácter cualitativo del estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Datos Sociodemográficos

La presente sección muestra los resultados de la investigación, organizados en dos partes. Primero, se presentan los datos generales que caracterizan a la asociación; luego, se detallan los resultados específicos obtenidos a través de un cuestionario aplicado en forma de entrevista a cada uno de los socios. Esta información permitió analizar la relación entre las capacidades de Desarrollo, Gestión, Operacionalización y Transacción dentro del proceso productivo.

a) Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba”

Los asociados colaboran de forma conjunta y equitativa, con el propósito común de elaborar panela granulada mediante prácticas artesanales, sostenibles y competitivas.

Tabla 3

Lista de la asociación de productores “Los Emprendedores Chontabamba”

Nº	Productores	DNI
1	Ever Burgos Vásquez	43709695
2	Oscar Huaman Salazar	27544139
3	Joselito Torres Vásquez	76932041
4	María Digna Estela Estela	43964423
5	Soiner Leyva Chávez	73506193
6	Bethy Noemi Ramos Estela	43791935
7	Luz Consuelo Burgos Chávez	27550818
8	Melva Melisa Rodríguez Ruiz	43126003
9	Joselito Cercado Orillo	70609693
10	Sebastiana Estela Marín	76562789

b) Género de los asociados “Los Emprendedores Chontabamba”

En la zona de estudio, se presenta una distribución equitativa por género entre los productores de caña de la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”: el 50 % son hombres y el 50 % mujeres. Esta paridad refleja una participación balanceada en el proceso de elaboración de panela orgánica, donde tanto hombres como mujeres contribuyen activamente al trabajo productivo y asociativo.

Tabla 4

Genero de los productores de panela

Genero	Frecuencia	%
Masculino	5	50%
Femenino	5	50%
Total (Σ)	10	100%

c) Edad de los asociados “Los Emprendedores Chontabamba”

En la zona de estudio, se presenta que la edad promedio de los productores de caña se muestra en tres intervalos con una distribución que muestra que el 50 % tiene entre 35 y 40 años, el 30 % entre 41 y 50, lo que indica una generación con capacidad operativa y disposición para adoptar mejoras en el proceso, mientras que el 20 % entre 51 y 60 años aportan conocimientos tradicionales y estabilidad organizativa. En conjunto, esta estructura de edades favorece la continuidad del saber panelero, la innovación adaptada al contexto rural y el fortalecimiento del trabajo asociativo.

Tabla 5*Edades por intervalo de los productores de panela*

Intervalo	Edad	%
35 – 40	5	50%
41 – 50	3	30%
51 – 60	2	20%
Total	10	100%

d) Nivel de estudios de los asociados “Los Emprendedores Chontabamba”

El perfil educativo de los asociados, con mayoría en primaria completa en un 60% y presencia de primaria incompleta del 20% y secundaria incompleta del 20%, limita la adopción de innovaciones complejas en la elaboración de panela y orienta sus esfuerzos hacia mejoras simples y prácticas, como higiene, empaque y presentación del producto, lo que hace necesario acompañamiento institucional y capacitaciones accesibles para fortalecer su capacidad de innovación.

Tabla 6*Nivel de estudios de los asociados “Los emprendedores Chontabamba”*

Nivel de estudios	Frecuencia	%
Primaria incompleta	2	20%
Primaria completa	6	60%
Secundaria incompleta	2	20%
Total	10	100%

e) Estado civil de los asociados “Los Emprendedores Chontabamba”

En el contexto rural de Chontabamba, las condiciones familiares reflejadas en el estado civil aportan elementos clave para comprender la organización social del grupo productor. Los datos expresan que el 40 % de los productores son convivientes, el 30 % casados, el 20 % divorciados y solo el 10 % solteros. Esta distribución sugiere que la mayoría vive en núcleos familiares estables, lo cual puede influir positivamente en la organización del trabajo, la toma de decisiones compartidas y el compromiso con la producción de panela orgánica.

Tabla 7

Estado Civil de los productores de caña

Estado Civil	Frecuencia	%
Soltero(a)	1	10%
Casado(a)	3	30%
Conviviente(a)	4	40%
Divorciado(a)	2	20%
Total	10	100%

4.2 Capacidad de Innovación en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de

Productores de Caña los Emprendedores Chontabamba de la Provincia de Chota

En esta sección se presentan los resultados obtenidos sobre la capacidad de innovación en el proceso de producción de panela orgánica de la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba”, analizados a través de cuatro dimensiones clave: capacidad de desarrollo, capacidad de operacionalización, capacidad de gestión y capacidad de transacción, tomando en cuenta los indicadores definidos para cada una. Estas dimensiones permitieron evaluar de manera integral cómo la asociación incorpora prácticas innovadoras en todo el proceso productivo.

La elección de estas dimensiones responde a la necesidad de comprender la innovación no solo como aplicación de nuevas técnicas, sino como un proceso articulado que involucra decisiones individuales, coordinación, apoyo colectivo y gestión organizativa. De este modo, se justifica el objetivo principal de la investigación: determinar la capacidad de innovación en la producción de panela orgánica, entendida como el conjunto de habilidades, estrategias y adaptaciones que los productores aplican para mejorar la calidad, sostenibilidad y eficiencia del proceso.

Además, el enfoque cualitativo permitió recoger testimonios directos de los socios, identificando prácticas concretas, limitaciones logísticas y formas de colaboración que configuran la capacidad innovadora de la asociación. Esta perspectiva contextualizada es clave para valorar el impacto real de la innovación en entornos rurales, donde los recursos son limitados pero la creatividad y la organización juegan un rol fundamental.

4.2.1 Capacidad de desarrollo en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba”.

La dimensión capacidad de desarrollo se analiza en base a los indicadores definidos en las tablas de resultados, los cuales reflejan las habilidades, conocimientos, prácticas y recursos que los productores aplican en las etapas iniciales del proceso de producción de panela orgánica. Esta dimensión permite evaluar cómo la asociación fortalece sus capacidades individuales y colectivas para enfrentar desafíos técnicos, logísticos y organizativos, desde la preparación del terreno hasta el transporte de la caña.

El análisis se sustenta en la frecuencia y contenido de las respuestas obtenidas en las entrevistas, considerando aspectos como el manejo agronómico, la organización en conjunto, el uso de técnicas sostenibles, y la adaptación a condiciones rurales. Cada indicador se interpreta en función de su relevancia para el desarrollo productivo, evidenciando el nivel de innovación,

coordinación y resiliencia de los productores. Así, se justifica el objetivo de identificar la capacidad de desarrollo como componente clave dentro de la capacidad de innovación de la asociación.

4.2.1.1. Dimensión Capacidad de Desarrollo. La capacidad de desarrollo en la producción de panela orgánica se refleja en las prácticas iniciales que aseguran la calidad del proceso, desde la preparación del terreno, la selección adecuada de la materia prima, el manejo agronómico del cultivo y el eficiente transporte de la caña. Estas actividades constituyen la base para garantizar productividad y sostenibilidad, pues “la preparación del suelo y el manejo agronómico son factores decisivos para el éxito de los cultivos y la calidad del producto final” (Info Agrónomo, 2017).

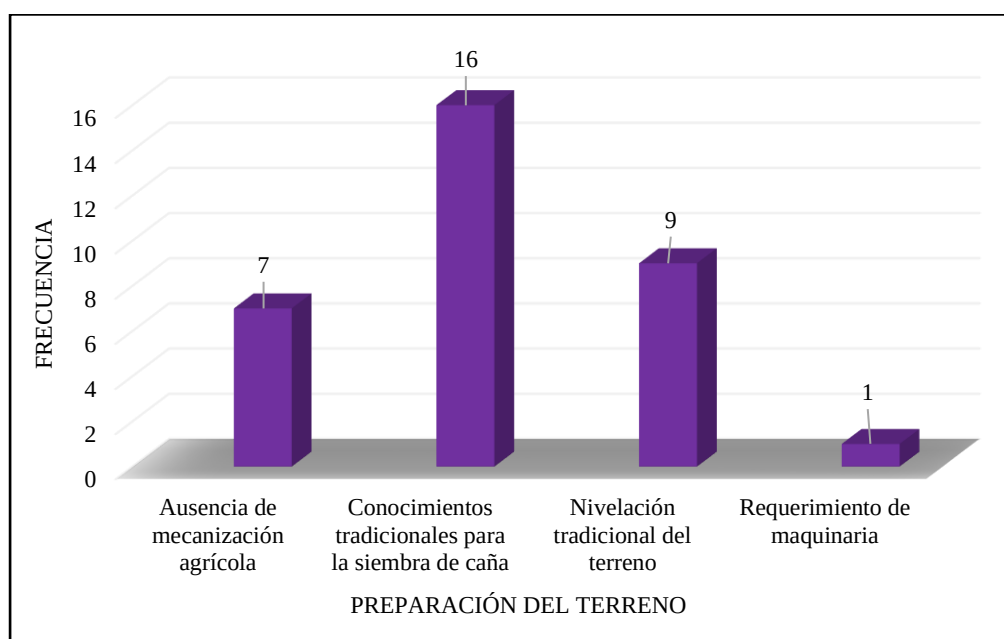
A continuación, se analiza el primer indicador preparación del terreno de la dimensión capacidad de desarrollo.

a) Preparación del Terreno

La preparación del terreno para la siembra de caña se basa en conocimientos tradicionales adquiridos por sus propias experiencias de la asociación.

Figura 5

Preparación del terreno: conocimiento tradicional en el cultivo



La preparación y nivelación del terreno en la asociación de productores de caña se caracteriza por un predominio de prácticas manuales y tradicionales.

El conocimiento tradicional sobre siembra y preparación del terreno registra 16 menciones, reflejando la recurrencia de ideas sobre los conocimientos tradicionales como uso de pico, pala, estacas y hilos para medir la profundidad y nivelar el terreno.

La ausencia de mecanización agrícola tiene 7 menciones, correspondiente a la mayoría de socios que realizan todo de forma manual.

Solo un productor manifestó un requerimiento de maquinaria agrícola, ya que su parcela plana permite el uso de tractor; para los demás, la pendiente de los terrenos impide la mecanización.

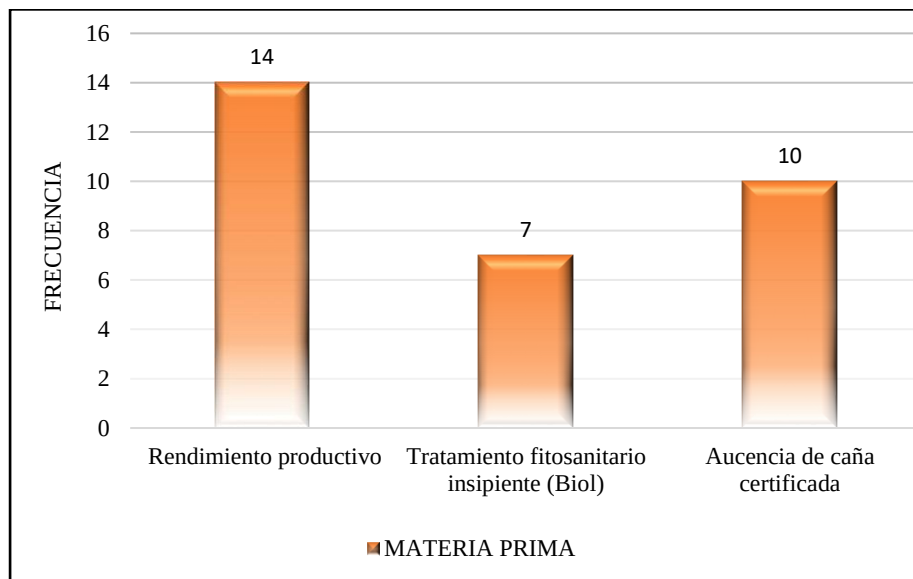
En conjunto, estos resultados muestran que las prácticas tradicionales limitan la eficiencia y uniformidad de la preparación, aunque favorecen la coherencia con la producción orgánica. Esto evidencia la importancia del conocimiento empírico, pero también señala oportunidades para mejorar la capacidad de desarrollo mediante capacitación técnica y, en un caso específico, incorporación selectiva de maquinaria

b) Materia prima

La asociación mantiene la producción orgánica con prácticas tradicionales, asegurando calidad y rendimiento, pero con limitaciones en uniformidad y acceso a caña certificada.

Figura 6

Materia prima: prácticas impulsadoras y rendimiento productivo



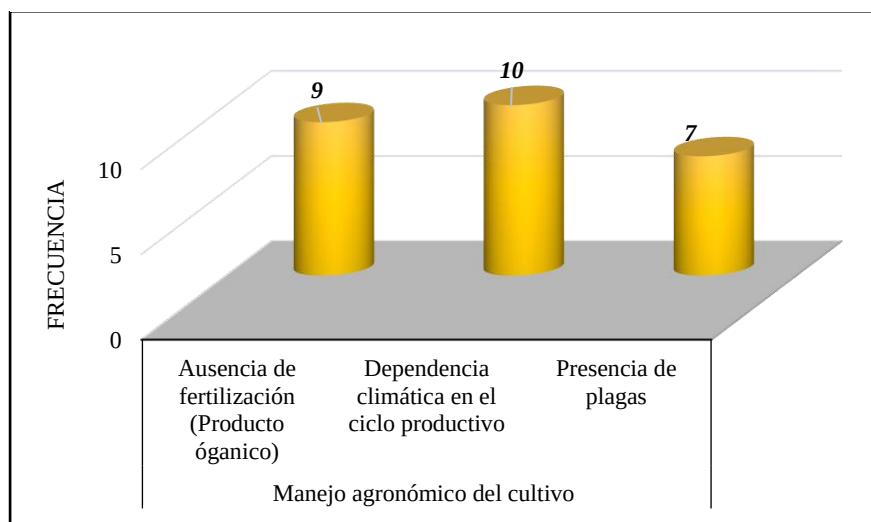
El análisis de la materia prima revela que la asociación utiliza principalmente caña blanca, por su mayor rendimiento y contenido de sacarosa, reemplazando la caña criolla que tenían anteriormente. El tratamiento fitosanitario incipiente que se aplica a la semilla consiste en el uso de abonos y preparados naturales, como el Biol, agua, estiércol de ganado, melaza y cáscaras de huevo, los cuales se emplean para proteger la semilla y favorecer su desarrollo sin comprometer la producción orgánica. La ausencia de caña certificada se registró como limitación, con 10 menciones, mostrando que los productores dependen de la semilla propia o seleccionada, sin acceso a caña certificada. En conjunto, estos resultados reflejan que las prácticas de manejo de la materia prima apoyan la producción orgánica, con énfasis en técnicas ecológicas amigables con el medio ambiente y tradicionales, pero presentan limitaciones en el acceso a una caña certificada, señalando oportunidades de mejora de desarrollo de la asociación.

c) Manejo agronómico del cultivo

La asociación se caracteriza por un manejo sin fertilizantes ni químicos para mantener el carácter ecológico del producto.

Figura 7

Manejo agronómico del cultivo



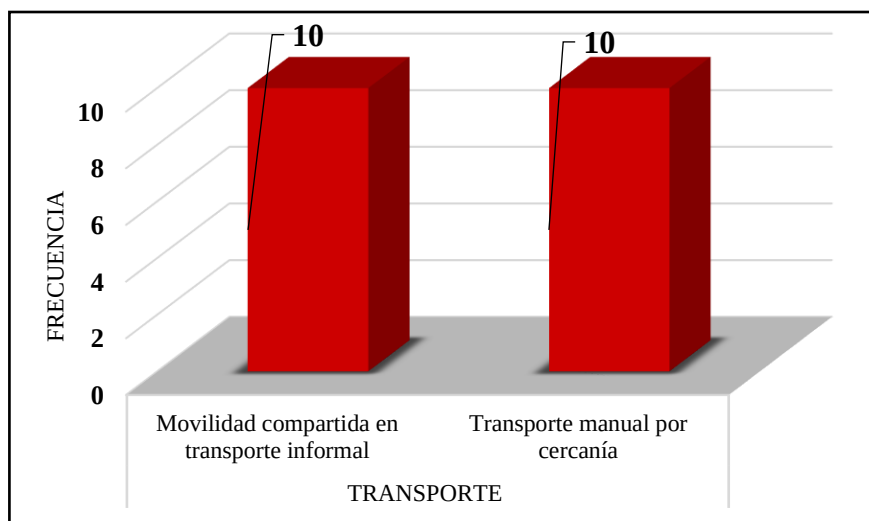
El manejo agronómico del cultivo en la asociación se caracteriza por la ausencia de fertilización química (9 menciones), garantizando la producción orgánica de la caña. En una ocasión, un socio aplicó el Aceite de Neem por la aparición de plagas, cabe destacar que su parcela no estaba activa para la producción de la panela en ese momento; posteriormente suspendió la práctica para mantener la integridad orgánica. La dependencia climática en el cultivo alcanza 10 menciones, complementada con riego cada 15 días mediante aspersores. La presencia de plagas registra 7 menciones, donde se ha identificado una plaga específica (el pulgón) en algunas parcelas; la mayoría de los cultivos permanece libre de plagas. Esta aparición incipiente de plagas puede deberse a el clima cálido de la zona que acelera su propagación.

d) Transporte

La figura 8 muestra las modalidades de transporte que utiliza la asociación para el transporte de la caña a la planta de procesamiento y el transporte empleado del producto final al mercado.

Figura 8

Modalidades de transporte de la caña a la planta de procesamiento y del producto al mercado



Transporte de la caña (desde parcelas al trapiche):

El traslado de la caña (10 menciones) desde las parcelas hacia el trapiche se realiza principalmente mediante transporte manual por cercanía, llevando la caña a hombro en ocasiones utilizan la moto carguera de la asociación cuando trasladan más cantidad de caña. Esta práctica refleja la adaptación de los socios a la infraestructura disponible y la cercanía de sus parcelas al trapiche, asegurando que el material llegue de manera directa para su procesamiento.

Transporte de la panela (producto final hacia comercialización):

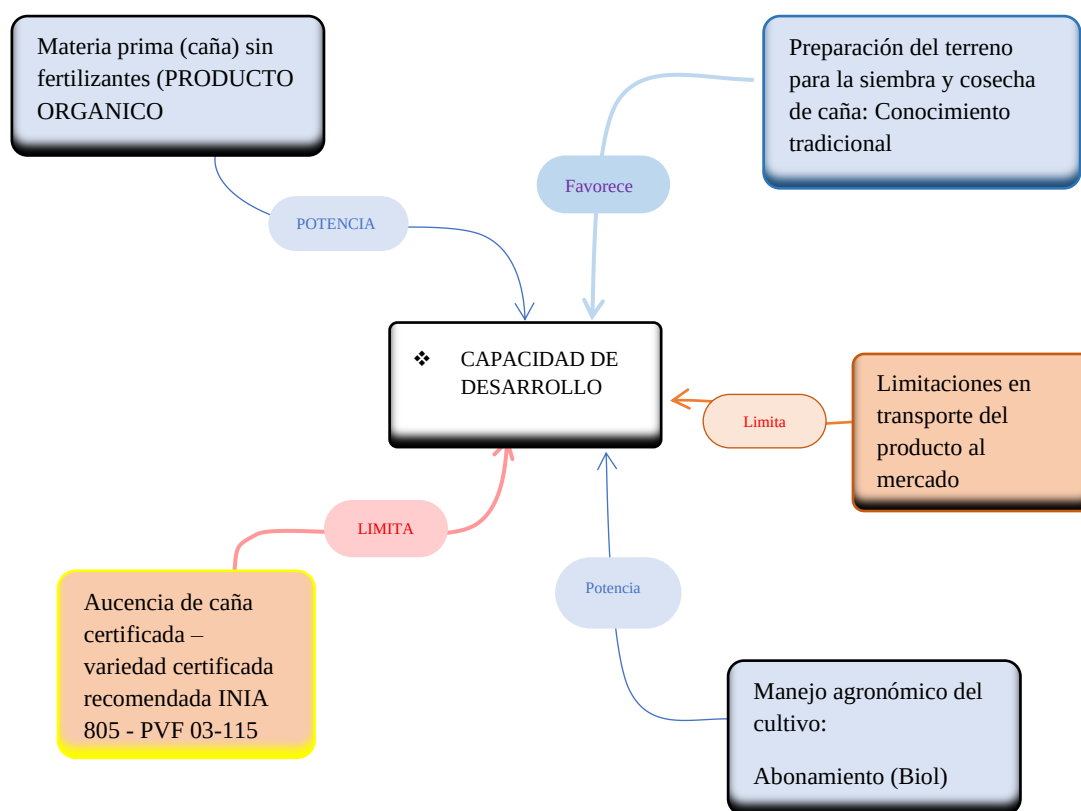
Una vez procesada la panela, la asociación utiliza movilidad compartida mediante transporte informal, contratando vehículos externos para llevar el producto a los puntos de venta o distribución. Este sistema permite cubrir distancias mayores de manera económica, aunque

depende de la disponibilidad de transporte externo y refleja la organización informal del proceso logístico. (10 menciones).

Estas prácticas permiten a la asociación conservar la calidad del producto orgánico, pero la ausencia de transporte especializado para transportarlo al mercado para su comercialización restringe el crecimiento productivo. Por ello, el transporte se identifica como un factor clave dentro de la capacidad de desarrollo de la asociación.

Figura 9

Mapa de síntesis de la Capacidad de desarrollo



4.2.2 Capacidad de operacionalización en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba”.

La dimensión capacidad de operacionalización se analiza a partir de cinco indicadores clave: procesamiento, productividad, operarios, registro de procesos y empaquetado. Cada uno de estos indicadores agrupa preguntas específicas aplicadas en las entrevistas, orientadas a conocer cómo se ejecutan las actividades del proceso productivo de la panela orgánica dentro de la asociación.

El análisis de esta dimensión permite identificar el nivel de eficiencia, coordinación y trazabilidad en la transformación de la caña en panela orgánica. Además, evidencia el grado de innovación artesanal aplicado en cada etapa, desde el procesamiento hasta el empaquetado, lo que contribuye directamente al cumplimiento del objetivo de determinar la capacidad de innovación en la asociación.

4.2.2.1 Dimensión Capacidad de Operacionalización. La capacidad de operacionalización en la producción de panela orgánica se refleja en la ejecución organizada y eficiente de las actividades que transforman la caña en producto final, como el procesamiento, la cocción, el empaquetado, el control de calidad y el registro de procesos. Estas acciones permiten mantener la trazabilidad, la higiene y la calidad del producto, articulando conocimientos técnicos con prácticas artesanales.

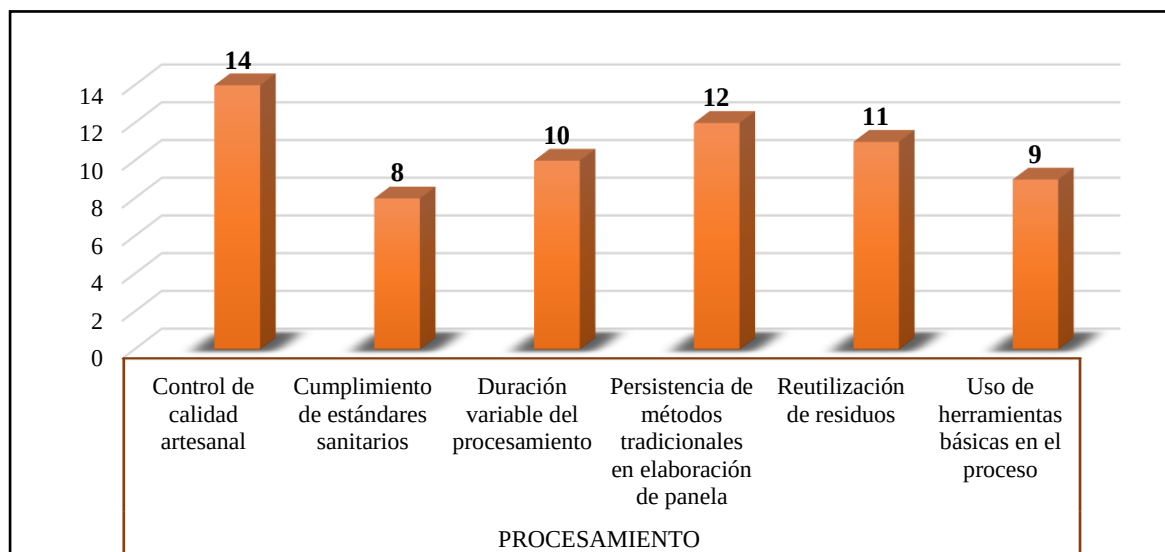
Según Santiana Espín, Campoverde Santos y Cabezas Oviedo (2025), “la capacidad de operacionalización implica ejecutar procesos productivos con eficiencia técnica, sostenibilidad y control, asegurando la calidad en cada etapa del sistema agroindustrial”.

a) Procesamiento

La asociación realiza buenas prácticas de manufactura que garantiza la inocuidad de la panela dentro del proceso de transformación del jugo de caña en panela.

Figura 10

Procesamiento en la panela orgánica: frecuencia de prácticas clave



El procesamiento es una de las etapas más exigentes del ciclo productivo para la asociación, con una duración variable entre 6 y 12 horas, determinada por el clima y la cantidad de caña. El control de calidad artesanal fue el aspecto más mencionado con 14 menciones, ya que los productores destacaron la limpieza de la caña, la higiene y la vigilancia constante para garantizar la calidad orgánica del producto.

La persistencia de métodos tradicionales constó de 12 menciones en total lo que refleja el uso continuo de técnicas heredadas como el trapiche manual y la cocción en pailas, lo que refuerza la identidad cultural y la autenticidad del proceso. La reutilización de residuos con 11 menciones, especialmente del bagazo como combustible y alimento para animales, evidencia un compromiso ecológico y una lógica autosuficiente.

La variabilidad en el tiempo de cocción con 10 menciones, fue explicada por los productores como resultado de factores externos como la humedad de la caña y la intensidad del fuego, lo que afecta la homogeneidad del producto final. El uso de herramientas básicas con 9 menciones muestra un sistema artesanal funcional, aunque con limitaciones técnicas que restringen la eficiencia y la escalabilidad.

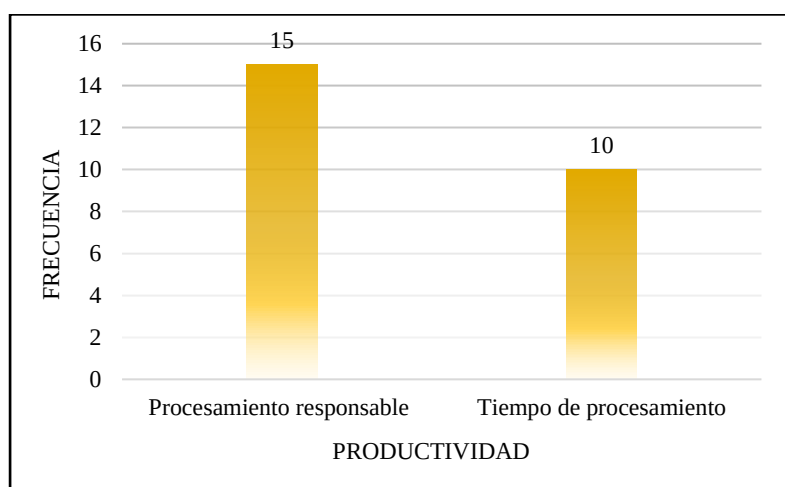
Por último, el cumplimiento de estándares sanitarios con 8 menciones en total, se relaciona con el esfuerzo por mantener condiciones higiénicas en cada etapa, desde la selección de la caña hasta el empaque, en coherencia con sus principios de producción orgánica. (ver figura 10).

En conjunto, estas menciones reflejan una capacidad de operacionalización basada en la experiencia, la sostenibilidad y la coordinación comunitaria, aunque con desafíos técnicos que podrían ser superados mediante la incorporación de herramientas semiindustriales compatibles con el enfoque artesanal.

b) Productividad

Figura 11

Productividad en el procesamiento del producto



La Figura 11 presenta los principales avances vinculados a la productividad dentro del proceso de transformación de la panela. Se observa que el procesamiento responsable (control y

calidad) registra la mayor frecuencia (15 menciones), lo que indica que la asociación prioriza prácticas orientadas al control del proceso y a la calidad del producto final. Este resultado evidencia una preocupación por mantener estándares adecuados durante la transformación.

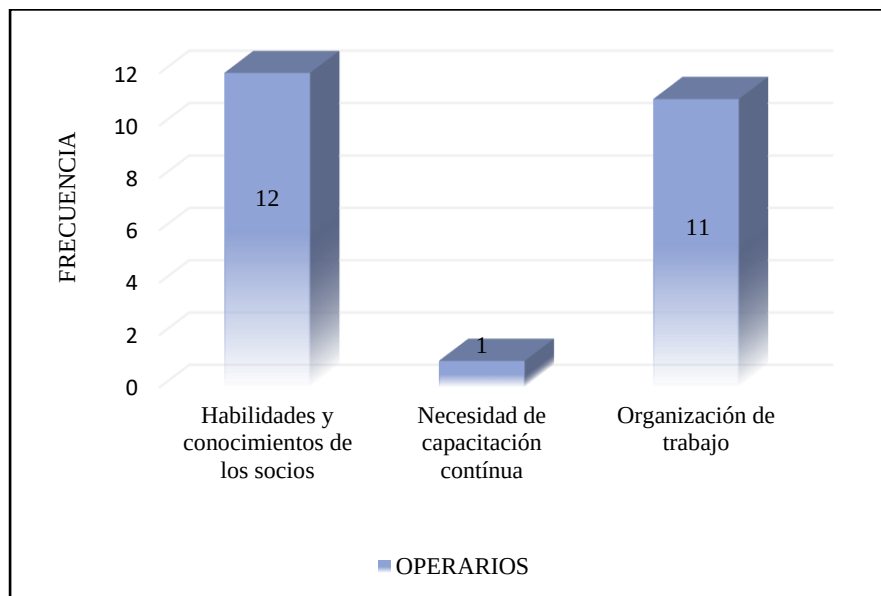
Posteriormente, el tiempo de procesamiento adecuado (10 menciones) refleja que los socios reconocen la importancia de respetar los tiempos de cocción y batido para garantizar un buen rendimiento y una adecuada granulación de la panela.

Por otro lado, el uso de maquinaria semi industrializada (trapiche) presenta la menor frecuencia (5 menciones), lo que sugiere una limitada tecnificación del proceso, manteniéndose aún un enfoque mayormente tradicional en la transformación.

En términos de capacidad de innovación, los resultados evidencian avances importantes en prácticas de control y organización; sin embargo, la baja incorporación de tecnología indica que el proceso productivo aún tiene potencial para fortalecer su nivel de modernización y eficiencia.

c) Operarios

La asociación afirmó que el procesamiento de la panela demanda de habilidades prácticas y conocimiento del proceso productivo, especialmente en el manejo del trapiche y el control de la cocción de jugo de caña.

Figura 12*Capacidades operativas de la asociación*

El análisis del indicador “Operario” muestra que la categoría con mayor frecuencia es Habilidades y conocimientos de los socios, con 12 menciones, seguida muy de cerca por Organización del trabajo, con 11 menciones. Finalmente, Necesidad de capacitación continua registró una sola mención.

La alta recurrencia de las codificaciones “Habilidades y conocimientos” y “Organización del trabajo” evidencia que el procesamiento de panela orgánica se sustenta tanto en la experiencia práctica de los socios como en la coordinación interna para el desarrollo de las actividades. Los entrevistados destacaron habilidades como fuerza física, destreza manual, atención al detalle y conocimiento del proceso productivo, así como la utilización de indumentaria de protección personal durante la elaboración.

Por su parte, la codificación “Organización del trabajo” refleja que existe una distribución y planificación de tareas dentro del proceso productivo, aspecto que fue mencionado de manera reiterada en las entrevistas.

En contraste, la “Necesidad de capacitación continua” obtuvo una sola mención, lo que indica que no es un tema recurrente dentro del discurso de los socios, aunque sí fue señalado de manera puntual por uno de los entrevistados.

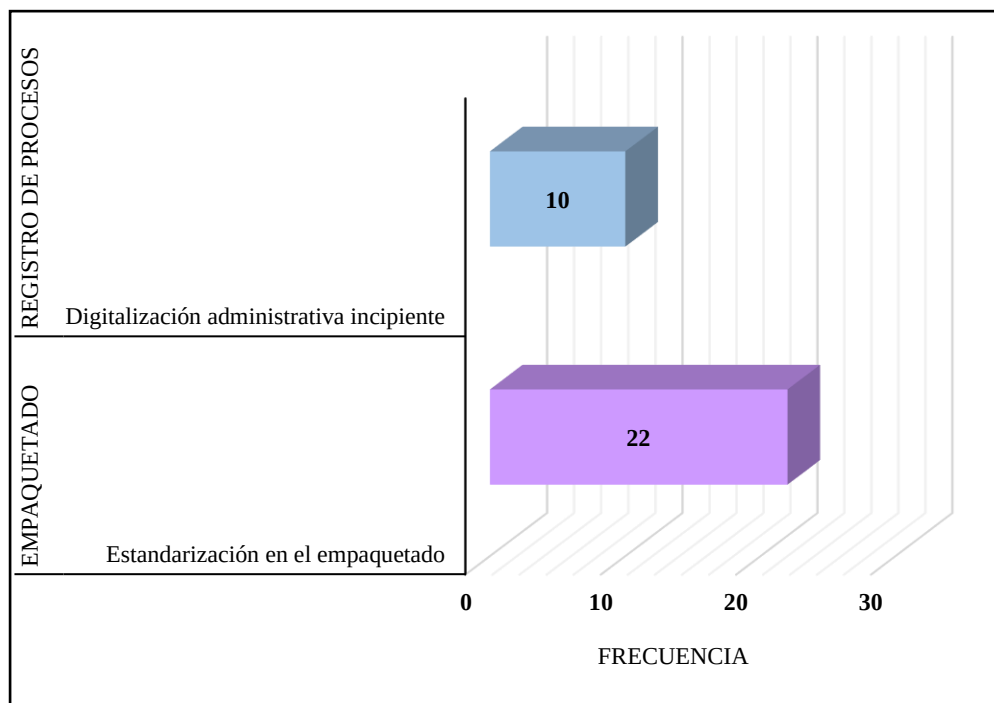
En conjunto, la gráfica evidencia que el indicador “Operario” se caracteriza principalmente por el predominio del conocimiento práctico y la organización interna, siendo estos los aspectos más destacados por los productores.

d) Registro de Proceso y Empaquetado

La asociación muestra un alto nivel de estandarización en la presentación del producto, mientras que en el ámbito administrativo se encuentra en un proceso inicial de modernización mediante la digitalización de sus registros.

Figura 13

Empaquetado y Registros de procesos



El gráfico 13 evidencia dos aspectos complementarios del proceso productivo: la gestión administrativa mediante registros y la estandarización del empaquetado del producto final.

En el caso de los registros de procesos, la categoría “Digitalización administrativa incipiente” obtuvo 10 menciones, lo que refleja que los productores han transitado de registros manuales en cuadernos a la incorporación reciente de una laptop para llevar el control de producción y ventas. Este cambio indica un proceso de modernización progresiva y una intención de mejorar la eficiencia y organización administrativa, aunque todavía en una etapa inicial.

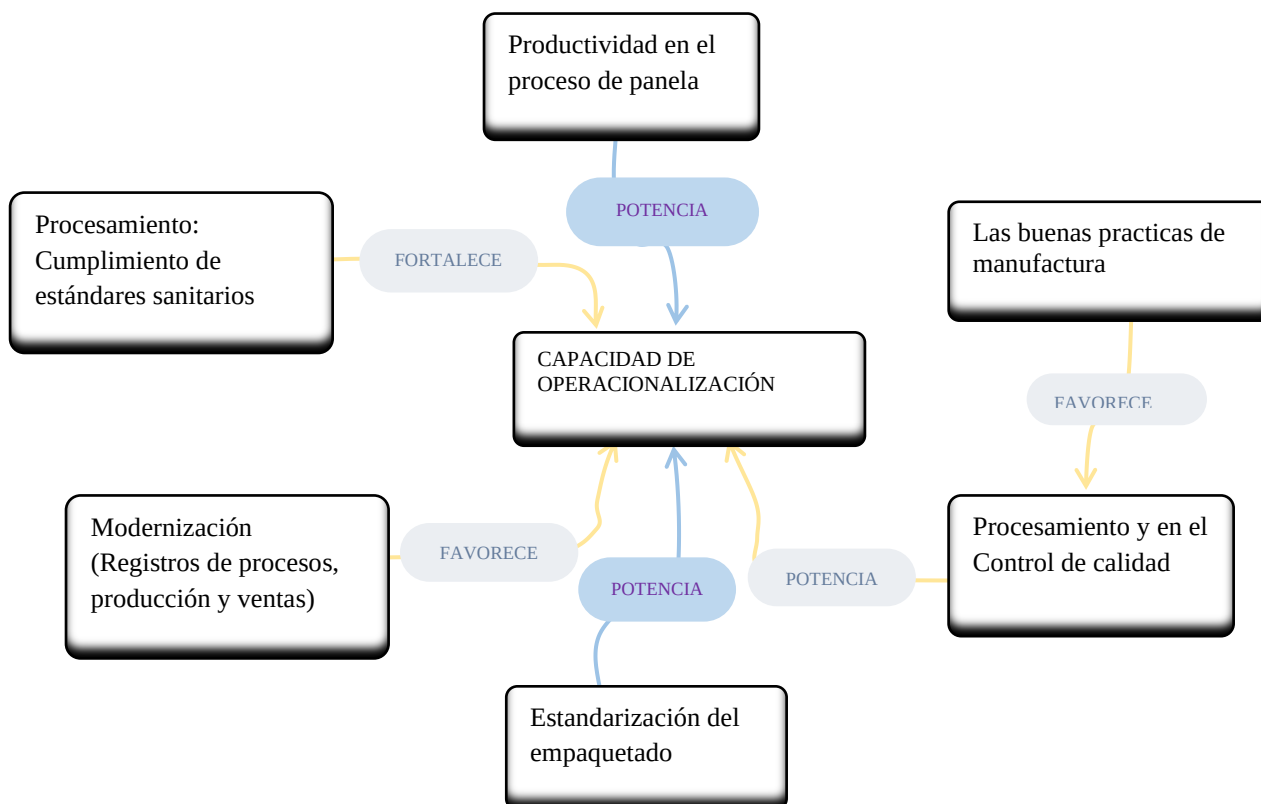
Por otro lado, el indicador Empaquetado registró 22 menciones en la categoría “Estandarización del empaquetado”, convirtiéndose en el aspecto más recurrente del gráfico. Las respuestas evidencian uniformidad en las presentaciones del producto: paquetes de 1 kg en material tipo papel kraft plastificado internamente y sacos de 50 kg (quintal) en polietileno grueso. Asimismo, algunos entrevistados mencionaron la inclusión de peso y registro sanitario, lo que refuerza la formalidad del proceso.

En conjunto, el gráfico muestra que la asociación presenta un alto nivel de estandarización en la presentación del producto, mientras que en el ámbito administrativo se encuentra en un proceso de transición hacia la digitalización.

Mapa de síntesis de la capacidad de operacionalización: Factores que potencian, fortalecen y limitan en la Asociación de panela orgánica.

Figura 14

Mapa de síntesis de capacidad de operacionalización



4.2.3 Capacidad de gestión en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “Los Emprendedores Chontabamba”.

La dimensión capacidad de gestión se analiza a partir de cuatro indicadores clave: condiciones laborales y capacitación, maquinaria y manejo del producto, gestión de riesgos y gestión económica.

Cada uno de estos indicadores agrupa preguntas específicas aplicadas en las entrevistas, orientadas a conocer cómo se administran los recursos humanos, técnicos y financieros dentro del proceso productivo de la panela orgánica.

El análisis permite identificar el nivel de planificación, control y toma de decisiones en la asociación, así como las estrategias implementadas para mejorar la seguridad, la eficiencia operativa y la sostenibilidad económica.

Esta dimensión complementa la capacidad de operacionalización al evidenciar cómo se articulan los conocimientos técnicos con la gestión organizativa, contribuyendo directamente al fortalecimiento de la capacidad de innovación institucional.

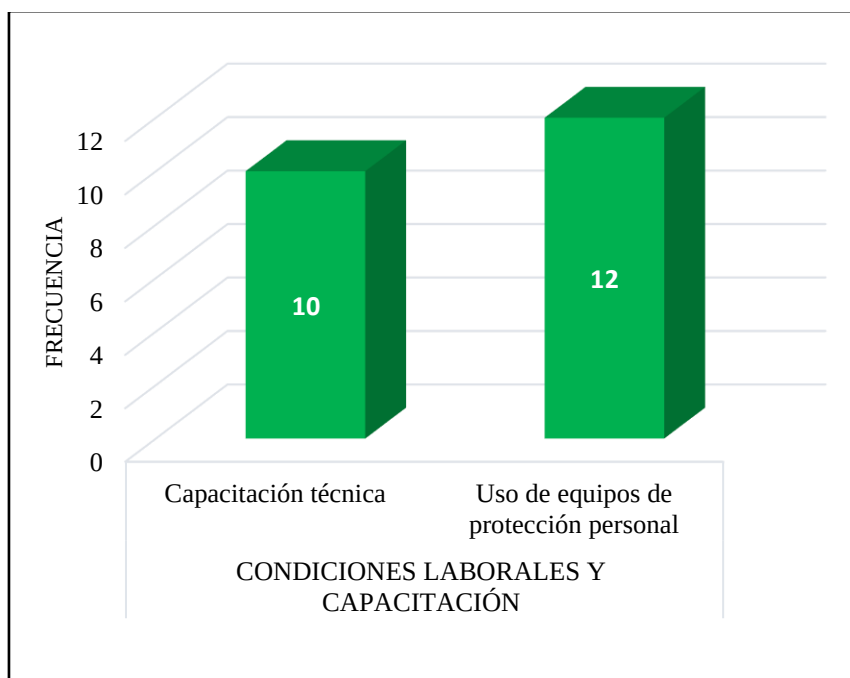
4.2.3.1 Dimensión Capacidad de Gestión. La capacidad de gestión en la producción de panela orgánica se analiza a partir de indicadores que permiten evaluar el nivel de organización, planificación y administración de los recursos humanos, técnicos y económicos dentro de la asociación.

Esta dimensión considera aspectos como las condiciones laborales y la capacitación de los productores, el uso y mantenimiento de la maquinaria, el manejo del producto en su fase de almacenamiento, la identificación y control de riesgos productivos, así como la distribución de ganancias y las estrategias comerciales para maximizar ingresos.

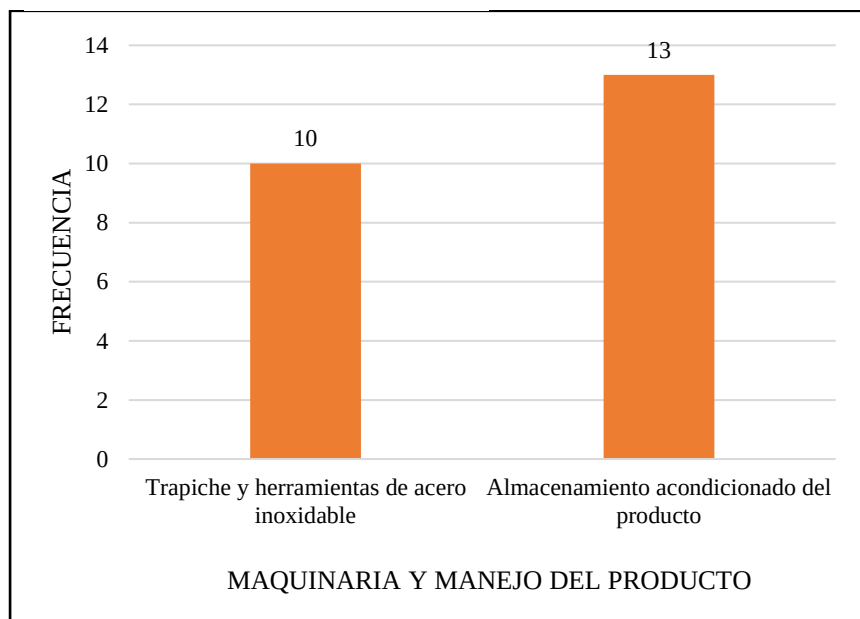
Según Guardiola (2020), “la gestión rural eficiente requiere integrar el manejo técnico del producto, la seguridad del operario y la planificación económica, como pilares para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las asociaciones paneleras”.

a) Condiciones laborales y Capacitación

Se evidenció que los socios no solo han recibido capacitación técnica, sino que además mantienen prácticas de protección personal de manera constante, lo que evidencia condiciones laborales adecuadas dentro de la asociación.

Figura 15*Condiciones laborales y capacitación*

El indicador “Condiciones laborales y capacitación” evidencia que los socios cuentan con condiciones laborales favorables, sustentadas en dos aspectos principales. Por un lado, la totalidad de los entrevistados mencionó haber recibido capacitación técnica, principalmente a través del proyecto Avanzar Rural durante 6 meses consecutivos, lo que fortaleció sus conocimientos en las distintas etapas del proceso productivo. Por otro lado, el uso de equipos de protección personal registró 12 menciones, lo que demuestra que los trabajadores emplean indumentaria adecuada como mandil, botas, gorro, lentes y guantes durante la elaboración de la panela y que esa indumentaria fue otorgada por el proyecto avanzar rural. Esto refleja una práctica consolidada de cuidado y responsabilidad dentro de la planta procesadora.

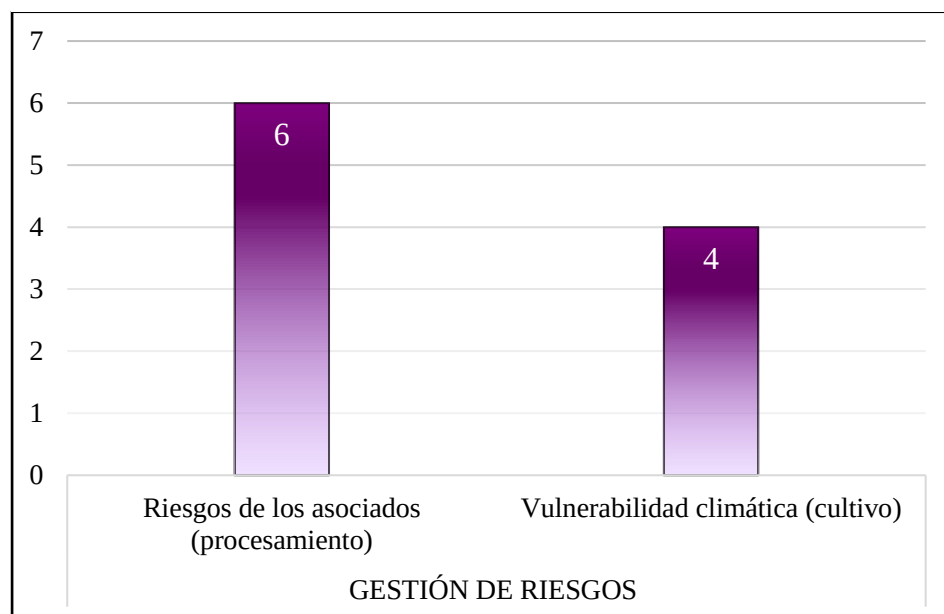
b) Maquinaria y manejo del producto**Figura 16***Maquinaria y manejo del producto*

El indicador “Maquinaria y manejo del producto” evidencia que la asociación dispone de equipamiento adecuado para el procesamiento de la panela, destacando el uso del trapiche y herramientas de acero inoxidable, lo cual contribuye a garantizar condiciones apropiadas durante la transformación. Asimismo, la categoría “Almacenamiento y acondicionamiento del producto” registró 13 menciones, lo que refleja una atención particular en la conservación del producto final. Los entrevistados coincidieron en que el almacenamiento se realiza de manera similar; sin embargo, algunos señalaron la importancia de considerar factores climáticos, procurando mantener la panela en lugares frescos y secos para preservar su calidad.

c) Gestión de riesgos

Figura 16

Gestión de riesgos en la producción de panela: amenazas laborales y climáticas



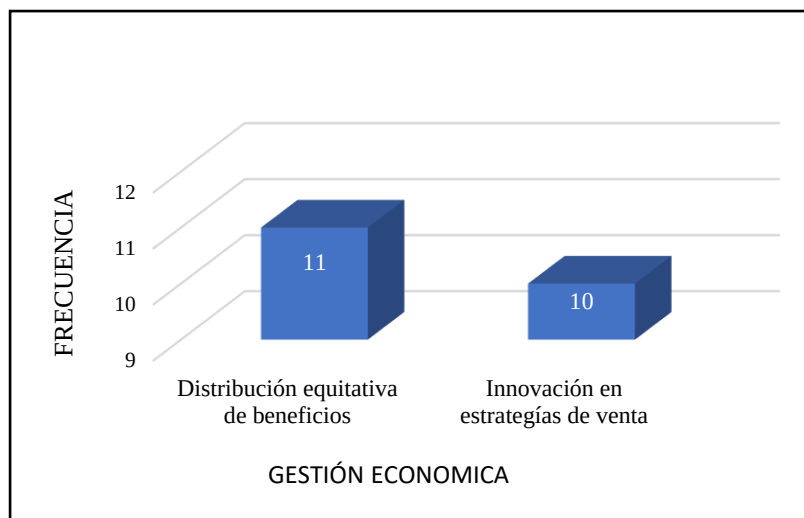
El gráfico refleja un nivel moderado de gestión de riesgos en la producción de panela, con 6 menciones sobre riesgos laborales en el procesamiento de panela y 4 menciones sobre vulnerabilidad climática en riesgos de producción. Las amenazas más frecuentes incluyen accidentes con maquinaria, quemaduras, cortes, exposición solar y deshidratación, lo que explica la mayor preocupación por la seguridad de los socios. La vulnerabilidad climática, aunque menos mencionada, afecta directamente la calidad del cultivo, con lluvias que pudren la caña y sequías que reducen su dulzura por ende afectan directamente a la producción y el rendimiento de producción de caña.

Si bien existe una cultura preventiva basada en el uso de equipos de protección y la división de tareas, la gestión se apoya más en la experiencia colectiva que en protocolos formales. El gráfico evidencia la necesidad de implementar un plan integral que incluya medidas de seguridad industrial y estrategias frente al cambio climático.

d) Gestión económica

Figura 17

Gestión económica en la asociación panelera



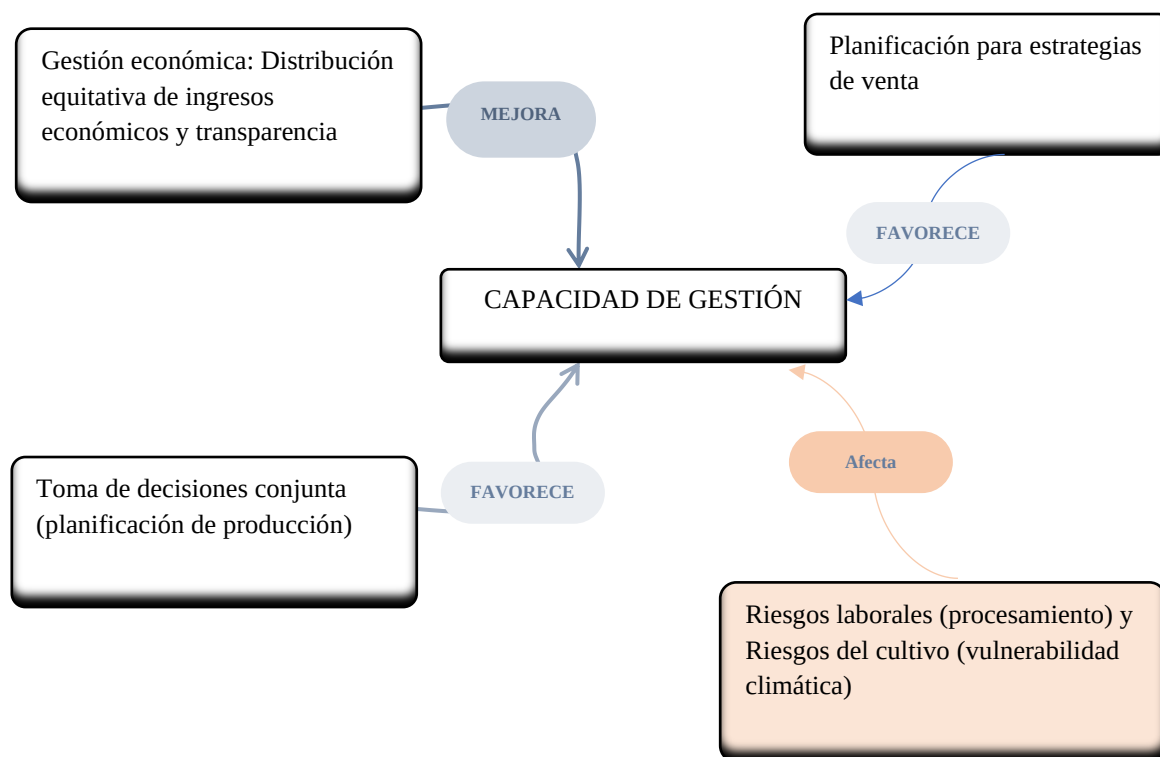
El gráfico evidencia una gestión económica basada en la participación de los socios en cada molienda con 11 menciones sobre la distribución justa de beneficios entre los socios, lo que refleja transparencia dentro de la asociación, los socios explicaron que las ganancias se reparten considerando el trabajo realizado, de modo que aquellos que no participan en determinadas actividades productivas no reciben la misma remuneración que quienes sí lo hacen. La innovación en estrategias de venta aparece con 10 menciones, reflejando esfuerzos incipientes como ferias locales, redes comunitarias y uso de redes sociales como Facebook y WhatsApp. Aunque estas prácticas fortalecen la economía local y la identidad del producto, aún no permiten acceder a mercados formales de mayor escala. En conjunto, el gráfico muestra una gestión con alto compromiso social y ético, pero con necesidad de fortalecer la planificación financiera y comercial para garantizar la sostenibilidad económica.

Ambos aspectos demuestran que la asociación de panela tiene una estructura organizativa funcional, aunque aún limitada en herramientas empresariales. Por tanto, este indicador revela que la capacidad de gestión combina compromiso social con iniciativas de mejora económica, pero requiere mayor planificación financiera y comercial para consolidar su sostenibilidad.

Mapa de síntesis de la capacidad de gestión: Factores que potencian, fortalecen y limitan en la Asociación de panela orgánica.

Figura 18

Mapa de síntesis de la capacidad de gestión



4.2.4 Capacidad de transacción en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña Los Emprendedores Chontabamba.

La capacidad de transacción en el proceso de producción de panela orgánica se evalúa mediante indicadores que permiten comprender cómo la asociación se vincula con el mercado, gestiona sus relaciones comerciales y proyecta mejoras institucionales.

Esta dimensión incluye el reconocimiento de mercados estratégicos, la forma en que se establecen y mantienen relaciones duraderas con los clientes, y el grado de autonomía en la negociación. También se considera el acceso a programas de apoyo y las iniciativas proyectadas para mejorar la calidad, el procesamiento y la sostenibilidad del producto.

En el caso de Los Emprendedores Chontabamba, se observa una comercialización basada en redes comunitarias, participación en ferias locales y uso incipiente de medios digitales, lo que refleja una estrategia artesanal con potencial de expansión.

La capacidad de transacción permite identificar las oportunidades de fortalecimiento comercial e institucional, esenciales para ampliar el alcance del producto y consolidar su valor en el mercado.

4.2.4.1 Dimensión Capacidad de Transacción. La capacidad de transacción en la producción de panela orgánica se analiza a partir de indicadores que permiten evaluar el nivel de articulación comercial, posicionamiento en el mercado y vinculación institucional de la asociación.

Esta dimensión considera aspectos como la identificación de mercados estratégicos, el establecimiento de relaciones sostenibles con los clientes, la capacidad de negociación y el respaldo recibido por programas o proyectos externos.

También contempla las proyecciones de mejora en el procesamiento, la calidad y la sostenibilidad del producto final.

Según Guardiola (2020), “la gestión rural eficiente requiere integrar la visión comercial, el fortalecimiento institucional y la innovación en la relación con el mercado, como pilares para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las asociaciones paneleras”.

Lo cual en este contexto implica que la asociación de panela debe articular sus prácticas artesanales con una planificación comercial más sólida y una institucionalidad fortalecida para garantizar la permanencia y expansión de la panela orgánica en mercados formales.

a) Mercado estratégico

La valoración del indicador “Expansión de mercado regional” dentro de la dimensión de capacidad de transacción, dentro de las entrevistas obtuvo 11 menciones que reflejan el esfuerzo sostenido de la asociación por ampliar su presencia comercial. La distribución de panela en mercados como Chota, Bambamarca, Chiclayo, Trujillo y Lima demuestra una estrategia de crecimiento progresivo, basada en la combinación de venta directa en planta y distribución en supermercados.

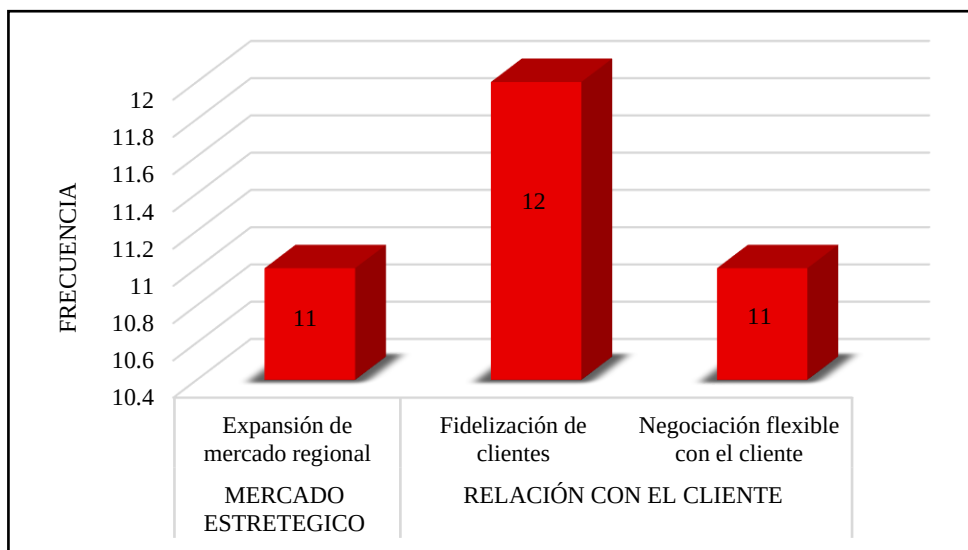
Este enfoque ha permitido diversificar los canales de comercialización y consolidar un flujo constante de ventas, especialmente en Chota. Aunque el consumo en Bambamarca es menor, el ingreso a tiendas locales confirma una capacidad de adaptación y búsqueda activa de nuevos espacios de mercado.

El gráfico sintetiza esta expansión como resultado de una gestión comercial artesanal pero estratégica, que fortalece la visibilidad del producto y abre oportunidades para acceder a mercados formales de mayor escala (ver figura 20).

b) Relación con el cliente

Figura 19

Mercado estratégico y relación con el cliente



La fidelización de clientes se consolida como una estrategia clave en la asociación, con 12 menciones que reflejan un compromiso activo con la atención personalizada, el cumplimiento de plazos y la garantía dándole confianza al cliente.

La comunicación constante con los compradores, la receptividad ante sus sugerencias y la resolución rápida de inconvenientes fortalecen la confianza comercial y permiten mantener relaciones duraderas. Esta orientación al cliente no solo refuerza la lealtad, sino que también posiciona a la asociación como un proveedor confiable en el mercado regional, contribuyendo a la sostenibilidad de su modelo comercial artesanal.

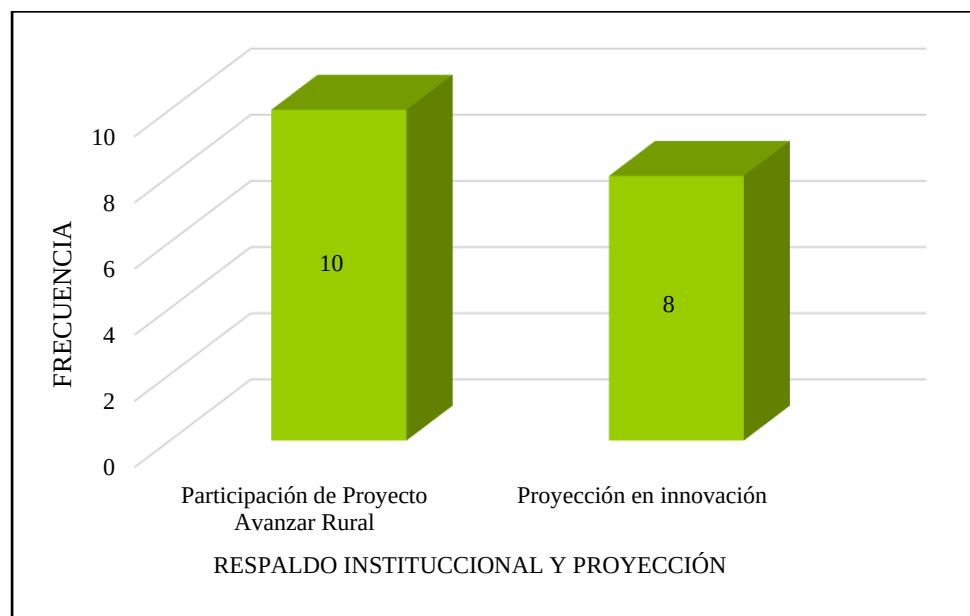
Este tipo de relación no solo permite mantener clientes recurrentes, sino que también facilita la negociación, la proyección de ventas y la consolidación de mercados estratégicos. Por tanto, la garantía y la confianza que se ofrece al consumidor es una práctica que permite a la

asociación atraer más clientes y brindarles una expresión dentro de los mercados locales y nacionales.

c) Respaldo institucional y proyección

Figura 20

Respaldo institucional y proyección innovativa



La participación en el Proyecto Avanzar Rural con un total de 10 menciones, represento un respaldo significativo para la asociación. Este acompañamiento ha permitido mejorar el equipamiento, modernizar la planta procesadora, optimizar el empaque y fortalecer las competencias de los socios mediante capacitaciones continuas durante seis meses. Estas acciones han elevado la calidad de la panela en el mercado.

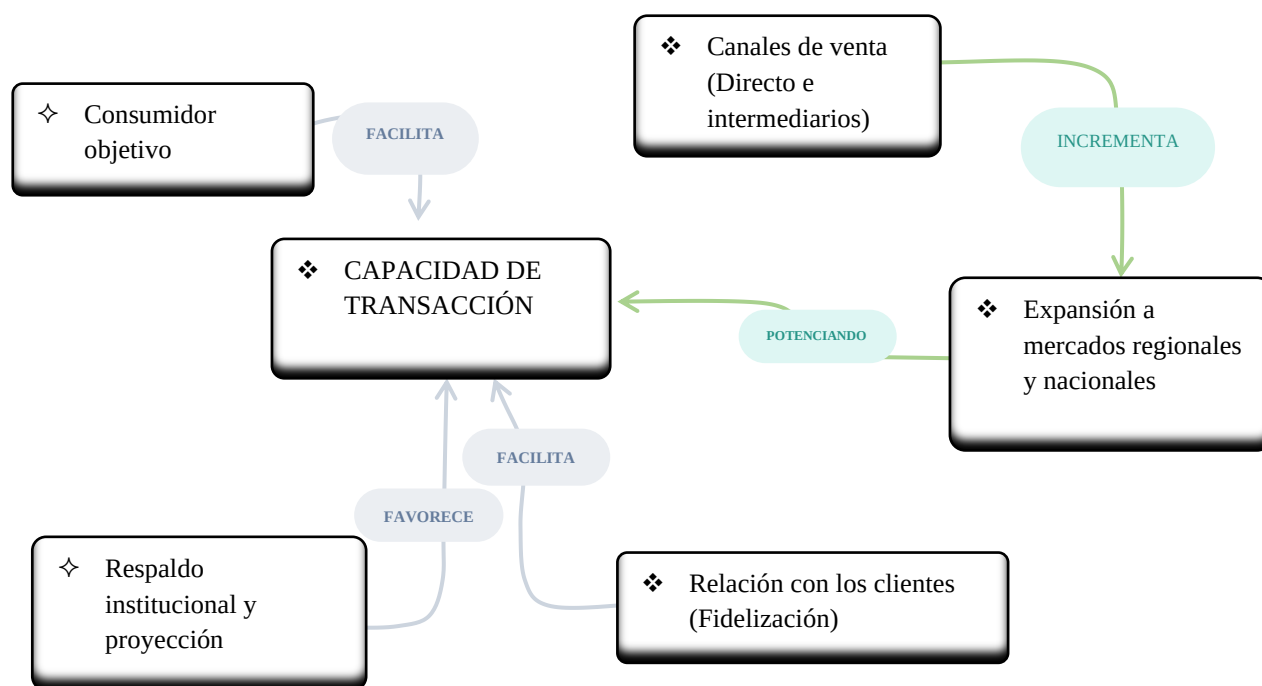
La proyección de innovación con 8 menciones, evidencia una visión estratégica orientada al desarrollo sostenible de la asociación, ellos planean incorporar diversificación en su producto como realizar dulces de panela y panela saborizada. Esta iniciativa busca acceso a nuevos mercados y aumentar el valor agregado, sin comprometer la calidad orgánica del producto (ver figura 21).

Las menciones registradas reflejan el interés por adquirir nueva maquinaria en su proceso de elaboración de panela, garantizando la sostenibilidad del negocio a largo plazo. Ambos indicadores muestran que el respaldo institucional del proyecto Avanzar Rural y la innovación proyectada son componentes fundamentales de la capacidad de transacción, al fortalecerse como asociación activa y mejorar su producto orgánico comercial.

Mapa de síntesis de la capacidad de transacción: Factores que potencian, fortalecen y limitan en la Asociación de panela orgánica.

Figura 21

Mapa de síntesis de la capacidad de transacción



3.3.12 Costos de producción anual

A continuación, se presenta los costos de producción anuales de la asociación los emprendedores Chontabamba

Tabla 8

Costos de producción anual de panela en la asociación “Los emprendedores Chontabamba”

Concepto	Unidad	Cantidad	Costo unitario (S/.)	Costo Total (S/.)
I. COSTOS VARIABLES				37,260
1.1 Mano de obra				12,000
Operador de producción	Mes	12	600.00	7,200
Acopiador	Mes	12	400.00	4,800
1.2 Insumos				25,260
Caña de azúcar	Ton	120	200.00	24,000
Bicarbonato	Unidad	12	5.00	60
Envases	Unidad	200	6.00	1,200
II. COSTOS FIJOS				10,000
2.1 Depreciación				2,500
Equipos y herramientas	Global	1	2,500.00	2,500
2.2 Otros gastos indirectos				7,500
Agua	Mes	12	15.00	180
Electricidad	Mes	12	10.00	120
Combustible	Mes	12	200.00	2,400
Mantenimiento	Mes	12	400.00	4,800
TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN				47,260
I. Valoración de la cosecha				
Valor bruto de la producción (VBP)	Quintal			150
II. Análisis de rentabilidad				
Costo directo (CD)				37,260
Costo indirecto (CI)				10,000
Volumen de producción	Quintal			150
Costo unitario				315
Margen de utilidad	%		0.30	0.3
Precio de venta	Quintal			450

La tabla de costos de producción de panela presenta la estructura económica correspondiente a un año de producción, considerando una producción anual de 150 quintales. En

dicho periodo, los costos variables ascienden a S/ 37,260, destacando la mano de obra con un total de S/ 12,000, que incluye el pago anual del operador de producción y del acopiador, y los insumos, que representan S/ 25,260, donde la caña de azúcar constituye el principal componente con 120 toneladas a un costo unitario de S/ 200 por tonelada, además del uso de bicarbonato y envases. Por su parte, los costos fijos suman S/ 10,000, integrados por la depreciación anual de equipos y herramientas y los gastos indirectos, como agua, electricidad, combustible y mantenimiento de la planta procesadora.

En conjunto, el costo total anual de producción alcanza S/ 47,260, lo que permite determinar un costo unitario de S/ 315 por quintal. Asimismo, la valorización bruta de la producción anual es de 150 quintales, y el análisis de rentabilidad considera un margen de utilidad del 30 %, estableciendo un precio de venta de S/ 450 por quintal, lo cual evidencia la viabilidad económica del proceso productivo de panela durante el año analizado.

4.2.6. Análisis de rendimiento y volumen de producción de la asociación

Tabla 9

Análisis de rendimiento aproximado

Concepto	Cantidad
Total de socios	10
Total de hectáreas	4 y 1/3
Rendimiento aproximado	28 toneladas/ hectarea

La tabla 10 muestra la producción anual de la asociación y la superficie total cultivada, así como el rendimiento aproximado por hectárea. El rendimiento de 28 toneladas por hectárea

corresponde al promedio obtenido al dividir la producción anual total entre el área cultivada por todos los socios. Esto permite visualizar de manera general la productividad de la asociación.

4.2.7. Análisis de producción y rentabilidad de la panela en la asociación

Tabla 10

Costos y rentabilidad por unidad de la panela en la asociación

	Caña	Costo de	Precio de	Ganancia
Panela	requerida	producción	venta	total
1kg	16 kg	S/. 6,30	S/. 10	S/. 3,70
1 qq (50kg)	800 kg	S/. 315	S/. 450	S/. 135

En la tabla 9 se observa que la producción de 1 kg de panela genera una utilidad de S/. 3.70, mientras que por quintal la ganancia asciende a S/. 135 lo que evidencia rentabilidad en la actividad productiva en un producto de mayor valor como lo es la panela, aprovechando eficientemente la caña producida generando una ganancia por unidad significativa.

Tabla 11

Producción mensual y anual de la panela en la asociación

	Producción	Producción	Caña requerida	Ganancia
Periodo	(kg)	(quintal)	(Kg/t)	total
Mensual	625 Kg	12.5 qq	10.000 kg (10 t)	S/. 1, 687.50
Anual	7 500 kg	150 qq	120.000 kg (120 t)	S/. 20, 250

En la tabla 10 se observa que la producción mensual de la asociación es de 625 kg requiriendo 10 toneladas de caña blanca, generando una utilidad anual de S/. 1, 687.50 y

anualmente produce 7, 500 kg anuales requiriendo 120 toneladas de caña blanca, generando una utilidad anual estimada de S/. 20, 250. Esta rentabilidad positiva se debe a que la producción de panela convierte un insumo de bajo costo como la caña de azúcar en producto de mayor valor como la panela, lo que permite que los ingresos superen los gastos y generen una ganancia mensual y anual significativa.

4.2.8. Análisis de la demanda por mercado de la panela

Tabla 12

Distribución anual de ventas por mercado

Mercado	Porcentaje	Quintales vendidos	Conversión a kilogramos
Chota	40%	60	3,000 kg
Lima	25%	38	1,900 kg
Chiclayo	15%	23	1,150 kg
Trujillo	12%	17	850 kg
Bambamarca	8%	12	600 kg
Total	100%	150	7500 kg

El mercado de Chota concentra el 40% de las ventas con 60 quintales siendo 3000 kg vendidos al mes, seguido de Lima con un 25% con 38 quintales siendo 1900 kg vendidos al mes; evidenciando mayor posicionamiento en el mercado local y como potencial mercado a la capital Lima. El consumo de la panela se ha incrementado debido a la preferencia de los consumidores por productos menos procesados y saludables, lo que evidencia una demanda sostenida en su mercado local Chota y a nivel nacional en Lima donde los consumidores tienden a tener preferencia por productos naturales y ecológicos.

Tabla 13*Distribución mensual de ventas de la panela*

Mercado	Porcentaje	KG vendidos
Chota	40%	250 kg
Lima	25%	156 kg
Chiclayo	15%	94 kg
Trujillo	12%	75 kg
Bambamarca	8%	50 kg
Total	100%	625 kg

La tabla 12 muestra la distribución de la demanda mensual siendo Chota el principal mercado consumidor adquiriendo la panela con un total de 250 kg mensuales. Considerando la tendencia hacia el consumo de productos naturales, se estima que la demanda podría incrementarse progresivamente en los próximos años, en el mercado de Bambamarca donde la participación actual es baja. Esto representa una oportunidad estratégica para ampliar la cobertura y posicionamiento del producto.

4.2.8. Estimación del consumo per cápita de la panela

Tabla 14*Consumo per cápita anual*

Mercado	Kg vendidos/año	Población (INEI)	Consumo per cápita (Kg/hab/año)
Chota	3000 kg	47 279	0.063
Bambamarca	600 kg	59 913	0.01

El consumo per cápita anual de panela se estimó dividiendo la cantidad comercializada por la asociación entre la población total del distrito, según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). En el distrito de Chota se obtuvo un consumo per cápita de 0.063 kg por habitante al año, mientras que en Bambamarca fue de 0.01 kg por habitante al año.

Estos resultados evidencian una mayor participación del producto en el mercado de Chota en comparación con Bambamarca, donde el consumo aún es reducido. Por el contrario, este indicador refleja la existencia de oportunidades de crecimiento ya que el espacio para la demanda en panela es amplio para captar nuevos consumidores.

4.2.9. Competencias del mercado en panela para la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”

El mercado de la panela en el ámbito local se caracteriza por ser un mercado de tipo tradicional, con presencia de familias y asociaciones que comercializan el producto principalmente en ferias, mercados locales y a través de intermediarios.

La estructura del mercado presenta un nivel de competencia moderado, debido a la existencia de productores artesanales y comerciantes que ofrecen productos similares. Sin embargo, la diferenciación puede lograrse mediante calidad, presentación, formalización y acceso a nuevos canales de comercialización.

Cabe destacar que, en los mercados urbanos, la panela compite con otros endulzantes como el azúcar refinada y productos sustitutos naturales, lo que exige estrategias de posicionamiento enfocadas en los beneficios nutricionales y naturales del producto.

Tabla 15*Competencia regional directa*

Competidor	Ubicación/Provincia	Productos/Actividad	Participación
Don Rey	Cutervo, Cajamarca	Panela orgánica premium	Participación en ferias nacionales, exporta a mercados internacionales reconocido por calidad
Domareti	Chalamarca, Chota	Panela ecológica artesanal	Enfoque en producción local y artesanal, presencia en ferias locales.
Agroindustrias Paratón	Callayuc, Jaén	Panela granulada y miel de caña	Producción artesanal – industrial presencia en ferias locales y regionales

La tabla 14 identifica los competidores principales a nivel regional de la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”; existen otros productores en zonas cercanas, pero estos representan la competencia más relevante en términos de calidad y presencia comercial en la región de Cajamarca.

Tabla 16*Principales competencias del mercado nacional*

Competidor	Región	Productos / actividad	Característica
Makisapa Perú Foods SAC	Moyobamba, San Martín	Panela granulada y otros derivados	Sostenibilidad, la eco-amigabilidad y el consumo local bajo estándares de calidad.
Asociación de productores “La Urmana”	Piura	Panela granulada	Organización local de un proceso artesanal mejorado con tecnología.
Cooperativa Agraria ecológica CAES PIURA	Piura	Panela granulada y otros	Iniciativas de mercado nacional y exportación.
Módulos paneleros sierra norte	Ayabaca, Piura	Panela artesanal	Impacto regional y local (sin grandes registros formales)

El mercado de panela a nivel nacional presenta competencia tanto regional como nacional. Sin embargo, Emprendedores Chontabamba se posiciona estratégicamente al ofrecer un producto de alta calidad y natural, con identidad local, sostenibilidad y cercanía con los consumidores, lo que constituye su ventaja competitiva frente a competidores consolidados.

4.2.10. Ventajas competitivas de la asociación Los emprendedores Chontabamba

En conjunto con la caracterización del mercado, estos aspectos muestran cómo “Los Emprendedores Chontabamba” se posiciona de manera estratégica, diferenciándose de otros productores mediante autenticidad, sostenibilidad y flexibilidad en sus productos

Tabla 17

Ventajas competitivas de la asociación

Diferenciador	Descripción
Origen local y autenticidad	• Panela producida en Chontabamba, Chota, destacando identidad cultural y tradición.
Producción artesanal y sostenible	• Proceso tradicional con técnicas respetuosas con el ambiente.
Atención directa al cliente en mercados locales	• Venta en ferias regionales, ferias locales y pedidos directos; relación cercana con el consumidor.
Producto de calidad certificada / presentación atractiva al consumidor	• Panela granulada o sólida de alta calidad, en presentaciones de 1 kg o quintal y cuenta con certificación de DIGESA.
Flexibilidad y personalización	• Posibilidad de adaptar empaque según las necesidades del consumidor y visión futura para diversificar su panela granulada.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.3. Conclusiones

Los resultados obtenidos concluyen que la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” presenta una capacidad de innovación en el proceso de panela orgánica en etapa de consolidación, caracterizada por la articulación de prácticas tradicionales sostenibles con incipientes esfuerzos innovadores. La evidencia obtenida demuestra que la innovación no se manifiesta como cambios radicales, sino como mejoras progresivas en los procesos productivos, organizativos y comerciales, coherentes con el enfoque orgánico y comunitario de la asociación.

En base a los resultados obtenidos se concluye que esta se sustenta principalmente en el conocimiento empírico y las prácticas tradicionales de los productores, las cuales garantizan la calidad orgánica de la materia prima y la continuidad del proceso productivo. No obstante, los resultados evidencian limitaciones técnicas y tecnológicas que restringen la incorporación de innovaciones en el manejo agronómico, lo que condiciona el fortalecimiento de esta capacidad en el largo plazo.

Según los hallazgos muestran que la asociación ha desarrollado fortalezas en el control del proceso productivo, el cumplimiento de prácticas orgánicas, el empaquetado ecológico y la organización comunitaria del trabajo. Sin embargo, persisten brechas en el uso de tecnologías modernas, fuentes de energía eficientes y herramientas de digitalización, lo cual limita la optimización del proceso y la escalabilidad de la producción de panela orgánica.

Asimismo se concluye que la asociación ha logrado avances importantes en la organización interna, la seguridad laboral y la capacitación técnica, lo que contribuye a la sostenibilidad del proceso productivo. A pesar de ello, la evidencia científica señala una debilidad en la planificación

económica y financiera, lo que afecta la toma de decisiones estratégicas y la proyección de la asociación hacia escenarios de mayor competitividad.

Por otro lado se determina que esta se basa fundamentalmente en relaciones de confianza comunitaria, el reconocimiento del producto en mercados locales y el valor diferencial de la panela orgánica. No obstante, los resultados indican la necesidad de fortalecer estrategias de comercialización, certificaciones orgánicas y vínculos institucionales, elementos clave para ampliar mercados y reducir los costos de transacción.

Finalmente, se concluye que la capacidad de innovación de la asociación es incremental y progresiva, ya que cada una de sus dimensiones presenta niveles diferenciados de desarrollo. En conjunto, los resultados confirman que la innovación en la producción de panela orgánica combina tradición, sostenibilidad y organización social, pero requiere el fortalecimiento de capacidades tecnológicas, formativas y comerciales para consolidarse como una verdadera ventaja competitiva en el mercado.

5.4. Recomendaciones

Se recomienda que instituciones como PROCOMPITE y AGROIDEAS impulsen un plan de innovación orientado a la modernización de la planta de procesamiento mediante infraestructura adecuada y la incorporación de equipos que garanticen eficiencia productiva, inocuidad, calidad y sostenibilidad, sin perder el carácter orgánico de la panela.

Asimismo, se propone implementar un programa integral de capacitación para los productores en todas las etapas de la cadena productiva, desde el cultivo hasta la comercialización, mediante metodologías prácticas, asesoría continua y articulación con instituciones públicas y académicas para mejorar la calidad, reducir pérdidas y ampliar el acceso a mercados competitivos. Finalmente, se recomienda gestionar mecanismos de financiamiento y establecer alianzas estratégicas con entidades públicas, como la Municipalidad Provincial de Chota y programas

agrarios, a fin de asegurar recursos para infraestructura, equipamiento e innovación, fortaleciendo la competitividad y sostenibilidad de la producción de panela.

Se recomienda a la asociación diversificar su producción mediante el desarrollo de nuevos subproductos derivados de la panela, tales como panela saborizada, jarabe de panela, dulces tradicionales, panela en bloque, granulada en diferentes presentaciones, barras energéticas y mezclas instantáneas para bebidas. La incorporación de estos productos permitiría generar mayor valor agregado, atender distintos segmentos de mercado y fortalecer la capacidad de innovación y competitividad de la asociación.

Se recomienda fortalecer la comercialización local en Chota y gestionar la expansión hacia mercados regionales mediante mejoras en presentación, promoción y búsqueda de nuevos canales de distribución.

Se recomienda a futuras investigaciones estudiar el impacto productivo, gestión organizativa y competitividad, que permitan diseñar propuestas de mejora orientadas a fortalecer la sostenibilidad económica y técnica de las asociaciones paneleras.

CAPÍTULO VI

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Barceló, J. G., Higuera Cota, F., & Higuera, F. (2019). Los retos en la gestión de la innovación para América Latina y el Caribe: un análisis de eficiencia.
- Aguilar Rivera, D. 2010. "Azúcar, coproductos y subproductos en la diversificación de la agroindustria de la caña de azúcar".
- Alberto Uribe Gómez, J. (2018). Selección de tecnología empresarial. In Revista de I+D Tecnológico (Vol. 14). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>
- Alvarez, P. A., Valdez, C., & Dutta, B. (2022). Analysis of the innovation capacity of Mexican regions with the multiple criteria hierarchy process. Socio-Economic Planning Sciences, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0038012122002191?via%3Dihub>
- Álvarez, B. (2017). Modelo de planificación para la cadena productiva de frijol en el municipio Santa Clara. (Tesis de pregrado). Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Cuba.
- Iacovone, L., Kankanhalli, S., & Narayanan, S. (2022). Modernizing Retailers in an Emerging Market: Investigating Externally Focused and Internally Focused Approaches. Journal of Marketing Research, 59(3), 472–496. <https://doi.org/10.1177/00222437211058437>
- Fernández-Portillo, Sánchez-Escobedo & Almodóvar-González. (2020). Análisis del impacto de la innovación, las TIC y el clima empresarial sobre los ingresos de las pymes. ISSN: 2013-570.
- Arman Syah Putra, Hatoli Waruwu, Masduki Asbari, Dewiana Novitasari, & Agus Purwanto. (2021). Liderazgo en la era de la innovación: ¿Estilo Transaccional o Transformacional?
- Ayodele, O. I. I. y G. S. (2019). La innovación como mediadora de la relación entre el ambiente interno y externo en el desempeño de los agronegocios.

- Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú – AGAP. (2021). Manual de buenas prácticas en condiciones laborales para el sector agrario. <https://agapperu.org/wp-content/uploads/2021/11/agap-condiciones-laborales-2021nov-v1-1.pdf>
- Barrera Cámara, R. A., Barrientos-Vera, V., Santiago Pérez, J. del C., & Canepa-Sáenz, A. (2018). Gestión de procesos de negocio. *Inventio*, 14(32), 43–48. <https://doi.org/10.30973/inventio/2018.14.32/8>.
- Bendezú Valdez, A. (2021). Plan de mejoras en los factores de competitividad de la panela granulada orgánica: el caso de la Asociación de Productores Orgánicos de la zona altoandina del distrito de Salas (Provincia de Lambayeque, Región Lambayeque). *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/11d8fe8d-6df3-435f-ac57-b0db02612d43/content*
- Bendezú Valdez, A. (2022). Competitividad de la panela orgánica en zonas altoandinas del Perú [Tesis de maestría, Universidad ESAN]. Repositorio ESAN. <https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/11d8fe8d-6df3-435f-ac57-b0db02612d43/content>
- Bejar Perez, J. R., & Huillca Huallparimachi, F. W. (2023). Capacidad de innovación empresarial y crecimiento de las Mypes del sector servicios-rubro agencias de viajes y turismo de la provincia del Cusco, periodo 2023.
- Bernal Ávila, E. M., Erazo Álvarez, J. C., & Narváez Zurita, C. I. (2019). Estructuras organizativas favorables a la Eficiencia Empresarial. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(1), 3. <https://doi.org/10.35381/r.k.v4i1.370>
- Bernal, O.-V., & Villegas-Aria, G. C. (2022). Relaciones Innovación-Tradición: Metodologías de Investigación de la Capacidad de Gestión de Alianzas Ambidiestras. In *J. Technol. Manag. Innov.* 2022 (Vol. 17, Issue 3). <http://jotmi.org>

- Blanco-Ariza, A. B., Vásquez-García, Á. W., García-Jiménez, R., & Melamed-Varela, E. (2020). Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos. *Revista de Ciencias Sociales*, (2), 133–147.
- Cadena, J. L., Pereira, Nathaly D, & Perez, Z. P. (2017). La innovación y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de las empresas del sector alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) durante el 2017 Innovation and its impact on the growth and development of companies in the food and beverage sector of the Distrito Metropolitano de Quito during 2017 *Contenido* (Vol. 40).
- Calanchez, A., Chávez, K., Reyes, C., & Ríos, M. (2022). Desempeño innovador para el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/38884?utm_source=chatgpt.com
- Coriat, B., & Weinstein, O. (1995). *Les nouvelles théories de l'entreprise*. Paris: Éditions du Seuil.
- Carvajal, L. F. (2021). Gestión de la cadena de suministro en la comercialización de productos agrícolas en Ecuador. *Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2), 1-23.
- Castillo Nole, J. (2014). “capacity management and Business development in pymes apparel compLeX gamarra” (Vol. 17).
- Ceme-Macías Cristina Auxiliadora, Feijó-Cuenca Priscila, Miehé, L., Oghazi, P., Parida, V., & Wincent, J. (2022). The evolution of the digital service ecosystem and digital business model innovation in retail: The emergence of meta-ecosystems and the value of physical interactions. *Technological Forecasting and Social Change*, 177.
- Centurión García, D. B., & Vílchez Contreras, J. J. C. (2021). Oportunidad de negocio de panela orgánica granulada en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2017–2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN.

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_a9d3e73744fd9800e6ee4f52c8486bf

4

- Cordova, G. I., Del Rosario Guerreros Surichaqui, S., Del Pilar Palomino Ricaldi, F., & Vicente-Ramos, W. (2020). Impact of visual merchandising on the purchase decision of consumers from retail stores in central Peru. *Management Science Letters*, 10(11), 2447–2454. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.4.005>
- Cristina, I., Sepúlveda, Q., Nieto, Y. O., Parra, D. J. Q., & Cubillos-González, R.-A. (2021). Relación entre Capacidad de Innovación e Índice de Innovación en América Latina. In *J. Technol. Manag. Innov.* 2021 (Vol. 16, Issue 3). <http://jotmi.org>
- Cubillos Varela, A., Murcia Contreras, G. A., & Lesmes Suárez, J. C. (2003). Sistema de transporte por cable para caña de azúcar en la producción de panela validado en zona de ladera. Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria – Agrosavia.
- Cummings, A. R. (2013). Construyendo capacidades de innovación en iniciativas asociativas de pequeñas agroindustrias rurales en El Salvador. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad*, 8(24), 295-319.
- Danilo Augusto de Souza Machado, Eduardo Jorge Branco Vieira Barcelos, Emerson Antonio Maccari, & Marcos Rogério Mazieri. (2019). La capacidad de absorción como estrategia de innovación en microempresas de servicios en crisis ambiente. <https://orcid.org/0000000313383912><https://orcid.org/0000-00017984-7738><http://revistagt.fpl.edu.br/Lacapacidaddeabsorcióncomoestrategiadeinnovaciónenmicroempresasdeserviciosencrisisambiente>.

- De la Cruz May, S., & May Guillermo, E. G. (2021). Prácticas de innovación implementadas por las MIPYMES del sector restaurantero ante el COVID-19 en Tabasco, México. *Nova Scientia*, 13. <https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2834>
- Deroncele Acosta, A., Anaya Lambert, Y., López Mustelier, R., & Santana González, Y. (2021). Motivación en empresas de servicios: Contribuciones desde la intervención psicosocial. 568–584. <https://orcid.org/0000->
- Diana Suarez, Analía Herbes, & Florencia Barletta. (2020). Teoría de la innovación: evolución, tendencias y desafíos Herramientas conceptuales para la enseñanza y el aprendizaje.
- Díaz Coronel, L. D. (2022). Proyecto de exportación de panela granulada orgánica al mercado de Shanghái - China [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio Institucional UAP. https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/12345/Tesis_proyecto_exportaci%C3%B3n_panela_granula_org%C3%A1nica_mercado_Shangh%C3%A1i_China.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Díaz Muñoz, G. A., & Guambi Espinosa, D. R. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 212–229. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n10.1.2018.843>
- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2020). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15–21. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.07.009>
- Elsa Lisbeth Martínez Espinoza, Cristhiam Francela Ruiz Caballero, & Cesar Enoc Moncada López. (2019). Estrategias de comercialización implementada por Tacos Mario para su posicionamiento empresarial en los municipios de Estelí, Condega, Jalapa y Ocotlán 2017 - 2018.

- Elvira, A. (2021). La tecnología y la innovación como oportunidad para la educación y el desarrollo sostenible.
- Enrique Alberto Medellín Cabrera. (2010). Gestión tecnológica en empresas innovadoras mexicanas.
- Escalante Bourne, T. M., Mackay Castro, C. R., Escalante Ramírez, T. A., & Mackay Véliz, R. A. (2022). Influencia de los estímulos laborales en los empleados con la productividad empresarial. *AlfaPublicaciones*, 4(1.1), 150–163. <https://doi.org/10.33262/ap.v4i1.1.151>
- Espinosa Cruz, Y., Ramón López Paz, C., Ivette Castro Zamora, C., & Arencibia Jorge, R. (2020). Adopción de tecnologías de gestión de procesos de negocio: una revisión sistemática. In *Revista chilena de ingeniería* (Vol. 28, Issue 1).
- Espinosa, R., & Ovando, C. (2012). Producción de etanol. El cultivo de la caña de azúcar en Guatemala. Artemis y Edinter. Guatemala. CENGICANÑA, 382-419.
- Fino-Hernández, F. F., Munevar-Romero, M. D., & Ulloa-Torres, S. (2022). Bajo nivel de asociatividad y tecnificación en la agroindustria panelera colombiana. *Revista Ciencia y Agricultura*, 39(2), 45–56. <https://doi.org/10.19053/01228420.v20.n2.2023.16488>
- Gago, D. O., Geronimo, R. K. M., & Carhuamaca, A. D. (2020). Potential for innovation and institutional management at the National University of Cañete-Peru. *Sophia*(Ecuador), https://www.redalyc.org/journal/4418/441861942009/movil/?utm_source=chatgpt.com
- García Leonard, Y., & Antonio Sorhegui Rodríguez, R. (2020). The theory of resources and capabilities as a methodological foundation for the study of management of business innovation.
- García Paredes, N. E., & Terán Guerrero, F. (2021). Estrategias para el incremento de ventas: caso de estudio microempresa mundo de ensueños. *Revista Enfoques*, 4(16), 248–260. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.97>

García Saisó Alejandra. (2010). Entorno organizacional favorable.

Greggio, C., et al. (2021). *Going deeper into SMEs' innovation capacity: An empirical exploration of innovation capacity factors*. Journal of Innovation Economics & Management. https://shs.cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2018-1-page-139?lang=en&tab=texte-integral&utm_source=chatgpt.com

Guerrero, B. B. (2004). La capacidad emprendedora y el desarrollo de nuevas empresas.

Guardiola, M. (2020). Alternativas de optimización de la producción de panela caña, procesamiento, seguridad alimentaria, calidad y mercadeo con productores de la Asociación de Productores de Panela ASOPROPANOC. Centro Internacional de Física (CIF), Colombia. <https://repositorio.minciencias.gov.co/entities/publication/0aa314e8-12fb-4745-b60a-fe89cc4ff37d/full>

Heredia Pérez, J. A., Geldes, C., Kunc, M. H., & Flores, A. (2019). New approach to the innovation process in emerging economies: The manufacturing sector case in Chile and Peru. *Technovation*, 79, 35–55. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.02.012>

Hernández-Cely, S. R., & Torres-Zamudio, M. (2021). Capacidades y tendencias tecnológicas en el proceso de producción de panela artesanal. Un estudio de vigilancia tecnológica. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 15(15), 49-63 <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/profundidad/article/view/3310/3663>

Hirschman, A. (1998). Backward and Forward Linkages. In J. Eatwell, M. Milgate y P. Newman. (Eds.). *The new Palgrave: A Dictionary of economics*. Nueva York, USA: Palgrave Publishers

Hollnagel, E., Woods, D. D., & Leveson, N. (2006). *Resilience engineering: Concepts and precepts*. Ashgate Publishing. <https://www.routledge.com/Resilience-Engineering-Concepts-and-Precepts/Hollnagel-Woods-Leveson/p/book/9780754671275>

- Huerta, M. R. S., & Fiestas, J. M. N. (2013) Diseño y construcción de una dosificadora de panela granulada.
- Quintero, Galvis, Torres, & Giraldo. (2019). Capacidades de Innovación. Retos y oportunidades para las microempresas.
- Jaramillo, C., Palacio, B., Maritza Núñez, N., Chanis Jaramillo, R., & de Panamá, U. (2023). Marketing en los procesos de innovación empresarial. Periodicidad: Semestral, 6(1), 2023.
- Jean Carlos Conde Sanchez, Mabel Font Aranda, & Nila Plaza Macías. (2022). Percepción sobre reactivación económica durante la pandemia COVID-19. Caso de estudio comerciantes autónomos del cantón Portoviejo.
- Jara Campos, LJ (2022). Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta productora de panela líquida como alimento saludable, estilo de vida y tendencia a nivel mundial. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/17155>
- Julián M. Müller, oana buliga, & Kai- Ingo Voigtb. (2021). El papel de la capacidad de absorción y la estrategia de innovación en el diseño de modelos de negocio de la industria 4.0 - Una comparación entre pymes y grandes empresas.
- Kalua Freire Cabello, K., Elizabeth Rivera Rendón, D., Produbanco, B., Daniel Ordoñez Iturralde, D., & Elizabeth Rivera Rendón Darwin Daniel Ordoñez, D. (2020). Estrategias de marketing digital como medio de comunicación e impulso de las ventas. <https://www.eumed.net/rev/cccss/2020/11/marketing-digital.html>
- Kanni Wignaraja. (2009). Desarrollo de capacidades: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. www.undp.org/capacity

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.^a ed.). Pearson Educación.
<https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/history-in-crisis-recent-directions-in-historiography/P200000003127/9780205848959>
- Kotler, & Armstrong. (2022, March 7). The Influence of Religiosity toward Consumers' Decision Making in Choosing Bank Riau Kepri Sharia Tembilahan Kota, Indonesia (Transformation of Conventional Consumer Behavior Theory, Kotler – Armstrong).
<https://doi.org/10.4108/eai.20-10-2021.2316455>
- Laudelina Pérez-Hechavarría, D., Habana, L., Antonio, J., La, E., & Autor, H. *. (2023a). Capacidad de Gestión de Recursos Humanos en las empresas. <https://orcid.org/0000-0001-1079-5321>
- Laudelina Pérez-Hechavarría, D., Habana, L., Antonio, J., La, E., & Autor, H. *. (2023b). Capacidad de Gestión de Recursos Humanos en las empresas. <https://orcid.org/0000-0001-1079-5321>
- Latour, B. (2005). Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory. Oxford University Press.
- Li, M., Li, N., Khan, M. A., Khaliq, N., & Rehman, F. U. (2022). Can retail investors induce corporate green innovation? -Evidence from Baidu Search Index. *Heliyon*, 8(6).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09663>
- Lilia Mora-Pisco, I. L., Marco Duran-Vasco, M. E., & Jesús Zambrano-Loor, M. G. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial Current Considerations on Business Management Considerações sobre o gerenciamento de negócios atuais (Vol. 2).
<http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/indexCienciaeconómicasyempresarialesComunicacióncorta>

- Lisseth, J., Tipán, C., Jhary, Ledesma Cervantes, S., Fabián, J., & Larenas, P. (2019). Importancia de la innovación y creatividad en el desarrollo de productos. Importance of innovation and creativity in product development (Vol. 3).
- Lizandro Dután-Loja abeldutan, A. I., & Edwin Ormaza-Andrade, J. I. (2022). Estrategias de crecimiento empresarial para la empresa Roads Networks de la ciudad de Cuenca Business growth strategies for the company Roads Networks in the city of Cuenca Estratégias de crescimento de negócios para a empresa Roads Networks da cidade de Cuenca. 7(31), 36–55. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i1.506>
- Lizeth Carrasco Vega, Y., Edinson Mendoza Virhuez, N., Martina López Cuadra, Y., Mori Zavaleta, R., & Carlos Alvarado Ibáñez, J. (2021). La competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances.
- Ortigueira-Sánchez, Risco-Martínez, & Ricalde. (2020). El impacto de la capacidad de absorción en la innovación en el Perú. https://www.scielo.cl/scielo.php?lng=es&nrm=iso&pid=S0718-27242020000400019&script=sci_arttext&utm_source=chatgpt.com
- Machado Leo, R., Camboim, G. F., Avila, A. M. S., Reichert, F. M., & Zawislak, P. A. (2022). *Innovation capabilities in agribusiness: Evidence from Brazil..* <https://revistas.usp.br/rmj/es/article/view/195672/180630?>
- Marbys, I., Valdivia, M., William, I., & Méndez, S. (2010). Gestión de procesos de negocio. Enfoque conceptual orientado a los sistemas de información empresariales (Vol. 41, Issue 2).
- Marlon Tinajero Jiménez, Vicente David Catota Mesías, & Edgar Catota Mesías. (2019). La técnica de iadov. Niveles de satisfacción del cliente en rm latacunga – maltería plaza año 2019.

- Martínez Garcés, J., & Padilla Delgado, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, (2), 120–132. <https://orcid.org/0000-0002-8120-3285>
- Martínez León, I., & Ruiz Mercader, J. (2019). El aprendizaje en las organizaciones - el nivel individual.
- Matturro Mazoni Gerardo. (2021). Decisiones técnicas y de negocio para “pivotear” en emprendimientos de software.
- Martínez Sandoval, K. del M. (2023). Exportación de panela orgánica de la Asociación CEPRESA al mercado canadiense. *Revista UCV HACER*, 12(1), 25–34. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521758012003>
- Merchán-Ponce, N. P., Pinargote-Vásquez, N. F., Baque-Sanchez, E. R., Chiquito-Tigua, G. P., Acebo-Calderón, R. D., & Paredes-Acebo, L. L. (2018). Auditoría de Gestión como técnica de análisis de las Operaciones Empresariales. *Polo Del Conocimiento*, 3(5), 115. <https://doi.org/10.23857/pc.v3i5.490>
- México, & Baltodano-García, G., (2020). La productividad laboral: Una mirada a las necesidades de las Pymes en Labor productivity: A look at the needs of SMEs in México. <http://orcid.org/0000-0001-9837-020>.
- Miguel Angel García Arias. (2023). Adaptación del Enfoque de Desarrollo Humano a Procesos de Transformación e Innovación Socioeconómica en la España Vacía; Aplicación al Territorio Rural del Altiplano de Granada. <https://www.researchgate.net/publication/366824308>
- Milena, S., Mogollón, R., & Abaunza De González, M. (2010). Liderazgo transaccional y transformacional.

- Mintzberg, H. (1979). The structuring of organizations: A synthesis of the research. Prentice-Hall. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/structuring-of-organizations/P200000005987/9780138552701>
- Mogrovejo Andrade, J. M., & Garcia Torres, N. E. (2020). La panela del Catatumbo, una alternativa agroindustrial con perfil Internacional. *Revista Espacios*, 41(25 (2020), 159-170.
- Montoya, L., Hernán, O., Acosta-Prado, Y., & César, J. (2019). Relación entre la gestión del conocimiento y la capacidad de innovación en instituciones de salud (Colombia) (Vol. 40).
- Morales López, D. A., & Pérez Sisa, F. G. (2020). Teletrabajo como estrategia de competitividad y desarrollo para las empresas en el Ecuador. *revista eruditus*, 1(2), 53–70. <https://doi.org/10.35290/re.v1n2.2020.318>
- Munévar, D., & Gilberto, W. (2019). Eficiencia técnica de las empresas manufactureras en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, (2), 73–82.
- Natalia Medrano Saéz. (2017). Análisis de la innovación en marketing y del comportamiento del consumidor en el sector del comercio en España.
- Neme-Castillo, O., García-Meza, M. A., & Lilia Valderrama-Santibáñez, A. (2021). Habilidades de Innovación en los colaboradores de las MIPES (Vol. 50). <https://orcid.org/0000-0001-7292>
- Niño Rosales, N. X., & Fuentes Ramírez, H. E. (2020). Implementación de estándares mínimos en plantas productoras de panela tradicionales del municipio de Ocamonte, Santander. Universidad Libre de Colombia. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/19425/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1>

- Nivaldo Vera Valdiviezo, Carmen de Pablos Heredero, & Bermejo Ruiz José Manuel. (2019). Incidencia de los costos de transacciones en las microempresas informales. In Revista Académica / Academic Journal. Gente Clave.
- Obando, P. (2010). La panela, valor nutricional y su importancia en la gastronomía (Bachelor's thesis).
- Olsson, A., Karla, K. M., Johansson, U., Olander Roese, M., & Ritzén, S. (2019). Organizational climate for innovation and creativity—a study in Swedish retail organizations. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 29(3), 243–261. <https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1598470>.
- Olson, M. (1965). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Harvard University Press. <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674537514>
- Oscar, M., Muro, F., & Lima -Perú, D. (2019). Relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de mypes exportadoras de papa 2018 maricielo stephany rodas alvites julio cesar vilca montes.
- Otmara Navarro Silva, López Macas Mayra Elizabeth, & Pérez Espinosa María José. (2017). Operación imprescindible en la gestión empresarial: un caso ecuatoriano.
- Pantano, E., Pedeliento, G., & Christodoulides, G. (2022). A strategic framework for technological innovations in support of the customer experience: A focus on luxury retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102959>
- Pantoja cruz, j. C., & figueroa yama, d. V. (2023). Plan estratégico para los procesos organizacionales en la asociación de panela en el municipio de puerres. 2023 (Tesis de pregrado). Corporación Universitaria Autónoma de Nariño (AUNAR).

- Paulo Antônio Zawislak, André Cherubini Alves, Jorge Tello Gamarra, Denise Barbieux, & Fernanda Maciel Reichert. (2012). Capacidad de innovación: del desarrollo tecnológico a la Capacidad de transacción. <http://www.jotmi.org>
- Pérez, C. M. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional. *Económicas cuc*, 40(1). <https://doi.org/10.17981/econcuc.40.1.2019.06>
- Pilawa, J., Witell, L., Valtakoski, A., & Kristensson, P. (2022). Service innovativeness in retailing: Increasing the relative attractiveness during the COVID-19 pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102962>
- Plazola Rivera, T. de J., De la O Burrola, V. G., & De la Rosa Gutiérrez, L. (2020). Capacidad de gestión de las tiendas de abarrotes de Tecate, B. C., una variable de la competitividad sistémica.
- Prada, R., Rueda, M. J., & Ocampo, P. C. (2020). Clima de trabajo y su relación con la productividad laboral en empresas de tecnología. *Espacios*, 41(45), 57–75. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n45p06>
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=193>
- Quezada Moreno, W. F. (2010). Guía técnica de agroindustria panelera. Universidad Técnica Particular de Loja. <https://repositorio.utpl.edu.ec/handle/123456789/2760>
- Powell, W. W. (1990). Neither market nor hierarchy: Network forms of organization. *Research in Organizational Behavior*, 12, 295–336.
- Quispe Gonzales, G. C., Durán Herrera, V. H., Benites Aliaga, A. A., & Bringas Rios, V. Y. (2023). Labor motivation in SMEs in the construction sector, Lima. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(101), 113–125. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.101.8>

Rainer Leonardo Murillo Romero. (2020). Universidad Del Rosario.

Ramos-Soto, A. *, Londoño, D., Sepulveda-Aguirre, J., & Martínez-Jiménez, R. (2020). Gestión integral e integrada: Experiencia de las empresas en Mexico. (3), 31–44.
<https://orcid.org/0000-0001-8167-2631>

Reyes, Y. Q., Varela, M. D. L. C. M., Álvarez, E. N. C., Peñalver, L. P., & Rodríguez, A. L. (2022). Diagnóstico de cadenas productivas, propuesta metodológica. Revista cubana de ciencias económicas, 8(1), 106-120.

Río-Cortina, J. L. Del, Acosta-Mesa, R. E., Santis-Puche, M. A., & Machado-Licon, J. (2022). El efecto mediador de la innovación entre la gestión del talento humano y el desempeño organizacional. Información Tecnológica, 33(2), 13–20. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642022000200013>

Ríos Rodríguez, L. del C. (2022). Factores que influyen en la Gestión de la Innovación en empresas financiadas por el Gobierno Federal. Trascender, contabilidad y gestión, 7(19), 37–67.
<https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.133>

Robayo Acuña, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. Suma de Negocios, 7(16), 125–140.
<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>

Robledo Velásquez, J. (2017). Introducción a la Gestión de la Tecnología y la Innovación.

Robles Valdéz Raúl Piomer. (2020). Las microfinanzas y el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba-2018.

Rodríguez, G., García, H., Roa, Z., & Santacoloma, P. (2004). Producción de panela como estrategia de diversificación en la generación de ingresos en áreas rurales de América Latina. FAO.

https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/AGSF_WD6s.pdf

- Rodríguez, F., García, J., Roa, J., & Santacoloma, P. (2004). La agroindustria rural en América Latina y el Caribe: La experiencia de la panela en Colombia. FAO. https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/AGSF_WD6s.pdf
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.
- Rojo Gutiérrez, M. A., Padilla-Oviedo, A., & Riojas, R. M. (2019). La innovación y su importancia. Revista Científica UISRAEL, 6(1), 9–22. <https://doi.org/10.35290/rcui.v6n1.2019.67>
- Romero-Suárez, D., Pertuz, V., & Orozco-Acosta, E. (2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria. Informacion Tecnologica, 21(5), 21–32. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000500021>
- Ronald Ratcliffe, Paolo Miranda, & Andrew Ang. (2017). Capacidad de Estrategias Smart Beta desde un Costo de Transacción Perspectiva. <http://jii.iiijournals.com/>
- Rondoy Gonzales, L. M. (2024). Mejoramiento del proceso de producción de panela en la Asociación de Agricultores Emprendedores F y G, provincia de Ayabaca, distrito de Sapollica. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.unsm.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/13802113-bb56-49af-90447190b7b47b69/content?utm_source=chatgpt.com](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.unsm.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/13802113-bb56-49af-90447190b7b47b69/content?utm_source=chatgpt.com)
- Saiz, V. I. A., & Castañedo, M. F. (2021). Metodología para el análisis de cadenas productivas en Cuba: el caso de Agrocadenas como proyecto innovador. Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 9(2).
- Salas Canales Hugo Jesús. (2020). Tecnologías limpias como fuente de ventaja competitiva empresarial. 7(1), 97–104. <https://doi.org/10.30545/academo.2020.ene-jun.10>

- Saranga, H., George, R., Beine, J., & Arnold, U. (2018). Configuraciones de recursos, capacidad de desarrollo de productos y ventaja competitiva: un análisis empírico de su evolución. *Journal of Business Research*, 85, 32–50. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.045>
- Saranga, H., George, R., Beine, J., & Arnold, U. (2018b). Resource configurations, product development capability, and competitive advantage: An empirical analysis of their evolution. *Journal of Business Research*, 85, 32–50. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.045>
- Saunila, M. (2020). Innovation capability in SMEs: A systematic review of the literature. *Journal of Innovation and Knowledge*, 5(4), 260–265. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.11.002>
- Schnellbacher Sven Heidenreich SvenHeidenreich, B. (2020). El papel de la ambidestreza individual para el desempeño organizacional: examinando los efectos de la búsqueda y oferta de conocimiento ambidiestro 1 3. <https://doi.org/10.1007/s1096102009781x>
- Seclen - Luna Jean Pierre, & López Valladares Hellen. (2020). Influencia del uso de herramientas en la gestión de la fase temprana del proceso de innovación de productos. <https://doi.org/10.15446/innovar>
- Silva, A. A. (2021). Transaction costs in the pharmaceutical retail market: Impacts of opportunism and analytical dimensions of transactions. *Revista de Administracao Mackenzie*, 22(4). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eramr210037>
- Steve Freddy Guarnizo Crespo, Alex Miguel Tapia Ubillús, & Fernando José Zambrano Farías. (2021). El desarrollo organizacional como herramienta para el cambio y la mejora de las empresas comerciales de Guayaquil. <https://orcid.org/0000-0002->
- Suhara, H., Yano, K., & Sudo, K. (2021). Estimating retail sales using consumer behavior and location data. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102547. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698921001132?via%3Dihub>

- Teoría de la innovación: evolución, tendencias y desafíos Herramientas conceptuales para la enseñanza y el aprendizaje. (n.d.).
- Theodore Levitt. (2018). Innovar o no innovar, ¿he ahí el dilema?
- Tineo Torres, H. A., & Vásquez Llanos, L. N. (2023). Factores que influyen en la asociatividad de los productores de panela en Lambayeque. Universidad de Lambayeque.
- Tovar, Y. S., Fernández, F. G., & Flores, J. E. M. (2015). The capacity to innovate and its relationship to entrepreneurship in the regions of Mexico. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 243–252. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.04.001>
- Urcia Cruz, M. (2013). Ciencia y Tecnología. In Escuela de Postgrado-UNT (Vol. 9).
- Valladares, H. D. R. L. (2010). Innovación agraria: factores y efectos promovidos por el cambio tecnológico en la panela granulada en Piura, 2004-2009 (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Gestión y Alta Dirección. Mención: Gestión).
- Valencia-Rodríguez, M. (2019). Relación entre la innovación de productos y capacidades organizacionales Relationship between the innovation of products and organizational capacities. <http://www.rii.cujae.edu.cu>
- Van der Heyden, D., & Camacho, P. (2004). Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas.
- Vega, J., Bautista, M., & Martínez, M. (2020). Orientación emprendedora en la innovación de las pequeñas y medianas empresas en México. Como Citar APA, XXVI, 97–114. <https://orcid.org/0000-0002-1858-4003>
- Volverás-Mambuscay, B., González-Chavarro, C. F., Huertas, B., Kopp-Sanabria, E., & Ramírez-Durán, J. (2020). Efecto del fertilizante orgánico y mineral en rendimiento de caña panelera en Nariño, Colombia. *Agronomy Mesoamerican*, 547-565.

- Walter, C. E., Ferreira Polónia, D., Au-Yong-oliveira, M., Miranda Veloso, C., Leite, R. Â. S., & Aragão, I. (2021). Drivers of innovation capacity and consequences for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2). <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/2/140?>
- Wikström, S., & L'Espoir Decosta, P. (2018). How is value created? – Extending the value concept in the Swedish context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 249–260. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.10.010>
- Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. Free Press.
- Yandry Joel Guaranda Reyes. (2022). Asociatividad y poder de negociación de los comerciantes minoristas del mercado central de jipijapa.
- Zambrano Verdesoto, G. J. (2020). La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 49–64. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.204>
- Zavaleta Hidalgo Julissa Segunda. (2018). La Auditoría Operativa Incide en el Desarrollo Empresarial de Wari Inversiones S.A.C. en el 2018.
- Dobelli, L. La ideología neoliberal y la necesidad imperativa de salir de la zona de confort: una aproximación crítica a la relación entre creatividad y cambio.
- Sánchez & De La Nuez-Hernández (2020). Formulación de la estrategia de comercialización en la Distribuidora Cuba Ron. <https://www.redalyc.org/articulo.oa>
- Zawislak, P. A., Alves, A. C., Tello-Gamarra, J., Barbieux, D., & Reichert, F. M. (2012). Innovation capability: From technology development to transaction capability. *Journal of Technology Management & Innovation*, 7(2), 14–27. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242012000200002

ANEXOS

Anexo 1

Instrumento de Recolección de Datos

“Capacidad de innovación en el proceso de panela orgánica en la asociación de productores de caña “los emprendedores Chontabamba” en la provincia de Chota, 2024 – 2025.

1. Nombre del productor de la asociación:

2. Edad

1. Entre 18 y 35 años ()
2. Entre 36 y 50 años ()
3. Entre 51 y 65 años ()
4. Más de 65 años ()

3. Género:

1. Hombre ()
2. Mujer ()

4. ¿Cuál es el mayor nivel de estudios que usted ha logrado?

1. Primaria incompleta ()
2. Primaria completa ()
3. Secundaria incompleta ()
4. Secundaria completa ()

I. Análisis de las dimensiones de la variable independiente capacidad de innovación

Aplicación de cuestionario (entrevista):

CAPACIDAD DE DESARROLLO
Que herramientas y técnicas se utilizan para la preparación y nivelación del terreno en el cultivo de caña de azúcar
Cuál es la profundidad adecuada para arar el terreno para la siembra de caña.
Qué época del año es la más adecuada para preparar el terreno
Qué variedad de caña se utilizan para la siembra.
Cómo se adquiere la semilla y como determina su calidad
Cómo se almacenan las semillas de la caña
Se realiza algún tipo de tratamiento a la semilla de la caña
Qué tipo de abonos se utilizan y como realiza el abonamiento en el cultivo de la caña
Como se realiza el control de plagas en la caña y como se viene manejando.
Como se realiza la fertilización en la caña. (descarte)
Cómo se determina cuándo es el momento óptimo para cosechar la caña.
Cuáles son las técnicas que se emplea para el transporte de caña.
CAPACIDAD DE OPERACIONALIZACIÓN
Cuál es el proceso de elaboración de la panela
Cuánto tiempo tarda el procesamiento de panela
Cómo se garantiza que la panela sea de alta calidad y esté libre de impurezas
Cómo se manejan los residuos generados durante el proceso de producción de panela
Han realizado algún tipo de control de calidad para mejorar la panela
Cómo se mide la productividad de la producción en panela
Qué prácticas sostenibles se aplican en el procesamiento de panela sin reducir su productividad
Cuántos socios se requiere para el procesamiento de panela orgánica
Qué habilidades y conocimientos se requieren para ser un operario en la panela
Cómo se utiliza la información registrada en los procesos de producción y venta de panela
Cuáles son las presentaciones de los paquetes de panela orgánica.
Cuál es el proceso de empaquetado para la panela
CAPACIDAD DE GESTIÓN
Los trabajadores tienen la indumentaria para la producción de la panela.
Los colaboradores reciben capacitación de acuerdo a su área de trabajo.
Qué tipo de maquinaria o herramientas utiliza para la producción de panela.
Cuál es el proceso de almacenamiento de la panela antes de su distribución
Cuáles son los riesgos que enfrentan los productores de panela.
Cómo se distribuyen las ganancias entre los miembros de la asociación.

Cuáles son las estrategias de ventas para maximizar los ingresos en la panela.
CAPACIDAD DE TRANSACCIÓN
Cuáles son los mercados estratégicos para comercializar la panela.
cuáles son las estrategias para mantener una relación sólida y de largo plazo con los clientes
Impone sus condiciones de negociación con sus clientes
Actualmente reciben apoyo de algún programa o proyecto
Qué innovaciones y mejoras proyectan para fortalecer el procesamiento, la calidad y la sostenibilidad en la producción y el producto final.

Anexo 2

Validación de Instrumento y Prueba de Fiabilidad

CUESTIONARIO VALIDADO POR EXPERTOS	
INDICADORES	CAPACIDAD DE DESARROLLO
PREPARACION DEL TERRENO	Que herramientas y técnicas se utilizan para la preparación y nivelación del terreno en el cultivo de caña de azúcar
	Cuál es la profundidad adecuada para arar el terreno
	Qué época del año es la más adecuada para preparar el terreno
MATERIA PRIMA	Qué variedad de caña se utilizan para la siembra.
	Cómo se adquiere la semilla y como determina su calidad para la siembra de caña.
	Cómo se almacenan las semillas de la caña
	Se realiza algún tipo de tratamiento a la semilla de la caña
MANEJO AGRONÓMICO DEL CULTIVO	Qué tipo de abonos se utilizan y como realiza el abonamiento en el cultivo de la caña
	Como se realiza el control de plagas en la caña y como se viene manejando.
	Como se realiza la fertilización en la caña.
	Cómo se determina cuándo es el momento óptimo para cosechar la caña.
TRANSPORTE	Cuáles son las técnicas que se emplea para el transporte de caña.
	CAPACIDAD DE OPERACIONALIZACIÓN
PROCESAMIENTO	Cuál es el proceso de elaboración de la panela
	Cuánto tiempo tarda el procesamiento de panela orgánica
	Cómo se garantiza que la panela orgánica sea de alta calidad y esté libre de impurezas
	Cómo se manejan los residuos generados durante el proceso de producción de panela
	Han realizado algún tipo de control de calidad para mejorar la panela
PRODUCTIVIDAD	Cómo se mide la productividad de la producción en panela
	Qué prácticas sostenibles se aplican en el procesamiento de panela sin reducir su productividad
OPERARIOS	Cuántos asociados se requiere para el procesamiento de panela orgánica
	Qué habilidades y conocimientos se requieren para ser un operario en la panela
REGISTRO DE PROCESOS	Cómo se utiliza la información registrada en los procesos de producción y venta de panela
EMPAQUETADO	Cuáles son las presentaciones de los paquetes de panela orgánica.
	Cuál es el proceso de empaquetado para la panela

	CAPACIDAD DE GESTIÓN
CONDICIONES LABORALES Y CAPACITACION	Los trabajadores tienen la indumentaria para la producción de la panela.
	Los colaboradores reciben capacitación de acuerdo a su área de trabajo.
MAQUINARIA Y MANEJO DEL PRODUCTO	Qué tipo de maquinaria y herramientas utiliza para la elaboración de panela.
	Cuál es el proceso de almacenamiento de la panela antes de su distribución
GESTION DE RIESGOS	Cuáles son los riesgos que enfrentan los productores de panela.
GESTION ECONOMICA	Cómo se distribuyen las ganancias entre los miembros de la asociación.
	Cuáles son las estrategias de ventas para maximizar los ingresos en la panela.
	CAPACIDAD DE TRANSACCIÓN
MERCADO ESTRATEGICO	Cuáles son los mercados estratégicos para comercializar la panela.
RELACION CON EL CLIENTE	Cuáles son las estrategias para mantener una relación sólida y de largo plazo con los clientes
	Impone sus condiciones de negociación con sus clientes
RESPALDO INSTITUCIONAL Y PROYECCION	Actualmente reciben apoyo de algún programa o proyecto
	Qué innovaciones y mejoras proyectan para fortalecer el procesamiento, la calidad y la sostenibilidad en la producción y el producto final.

Observaciones adicionales: No	
Opinión de aplicabilidad:	
Aplicable	☒
Aplicable después de hacer correcciones	☐
No aplicable	☐
Firma, Apellidos y Nombres del validador: Dr (c). Ing. Rubén Iván Marchena Chanduvi	
 Firma DNI: 45246922	

Observaciones adicionales: SI	
Opinión de aplicabilidad:	
Aplicable	☒
Aplicable después de hacer correcciones	☐
No aplicable	☐
Firma, Apellidos y Nombres del validador: ING. RUIZ GARCÍA WILFREDO	
 Firma DNI: 26698028	

Anexo 3

Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	ITEMS
Capacidad de Innovación	“La capacidad de innovación desarrolla habilidades para utilizar eficazmente los conocimientos nuevos que se puede emplear en el proceso productivo de un producto agrícola” (Ramírez-Quintero et al., 2023, p.58)	Es la habilidad de una asociación para generar, adaptar y aplicar conocimientos que mejoran o transforman su producción y producto frente a diversos desafíos.	Capacidad de Desarrollo: Es la habilidad del productor para aplicar conocimientos técnicos y prácticas en las etapas iniciales del proceso, desde la preparación del cultivo hasta el transporte del producto. (PNUD, 2008)	1. Que herramientas y técnicas se utilizan para la preparación y nivelación del terreno en el cultivo de caña de azúcar
				2. Cuál es la profundidad adecuada para arar el terreno
				3. Qué época del año es la más adecuada para preparar el terreno
				4. Qué variedad de caña se utilizan para la siembra.
				5. Cómo se adquiere la semilla y como determina su calidad
				6. cómo se almacenan las semillas de la caña antes de la siembra
				7. Se realiza algún tipo de tratamiento a la semilla de la caña
				8. Qué tipo de abonos se utilizan y como realiza el abonamiento en el cultivo de la caña
				9. Como se realiza el control de plagas en la caña y como se viene manejando.
				10. Como se realiza la fertilización en la caña.
				11. Cómo se determina cuándo es el momento óptimo para cosechar la caña.
				12. Cuáles son las técnicas que se emplea para el transporte de caña.
			Capacidad de Operacionalización: Es el nivel de organización, control y aplicación de prácticas que permiten transformar la caña en panela con calidad, eficiencia y trazabilidad, desde el procesamiento hasta el empaquetado (Santiana et al., 2025).	13. Cuál es el proceso de elaboración de la panela
				14. Cuánto tiempo tarda el procesamiento de panela orgánica
				15. Cómo se garantiza que la panela orgánica sea de alta calidad y esté libre de impurezas
				16. Cómo se manejan los residuos generados durante el proceso de producción de panela
				17. Han realizado algún tipo de control de calidad para mejorar la panela
				18. Cómo se mide la productividad de la producción en panela
				19. Qué prácticas sostenibles se aplican en el procesamiento de panela sin reducir su productividad
				20. Cuántos trabajadores/asociados se requiere para el procesamiento de panela orgánica
				21. Qué habilidades y conocimientos se requieren para ser un operario en la panela
				22. Cómo se utiliza la información registrada en los procesos de producción y venta de panela

				23. Cuáles son las presentaciones de los paquetes de panela orgánica.
				24. Cuál es el proceso de empaquetado para la panela
			Capacidad de Gestión: Es la aptitud para organizar y controlar el trabajo de la asociación, asegurando eficiencia técnica, operativa y económica en todo el proceso productivo (Pufal et al., 2014; Teece, 2019; Zawislak et al., 2022).	25. Los trabajadores tienen la indumentaria para la producción de la panela.
				26. Los colaboradores reciben capacitación de acuerdo a su área de trabajo.
				27. Qué tipo de maquinaria o herramientas utiliza para la producción de panela.
				28. Cuál es el proceso de almacenamiento de la panela antes de su distribución
				29. Cuáles son los riesgos que enfrentan los productores de panela.
				30. Cómo se distribuyen las ganancias entre los miembros de la asociación.
				31. Cuáles son las estrategias de ventas para maximizar los ingresos en la panela.
			Capacidad de Transacción: Es la habilidad para negociar y sostener relaciones y acuerdos con clientes e instituciones, generando beneficios mutuos y una proyección de mejoras productivas. (Suhara et al., 2021).	32. Cuáles son los mercados estratégicos para comercializar la panela.
				33. Cuáles son las estrategias para mantener una relación sólida y de largo plazo con los clientes
				34. Impone sus condiciones de negociación con sus clientes
				35. Actualmente reciben apoyo de algún programa o proyecto
				36. Qué innovaciones y mejoras proyectan para fortalecer el procesamiento, la calidad y la sostenibilidad en la producción y el producto final.

Anexo 4

Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Fuente o instrumento de recolección de datos	Metodología	Población y muestra
Problema General	Objetivo General	Capacidad de innovación	Capacidad de desarrollo	- Preparación del terreno - Materia prima - Manejo agronómico del cultivo - Transporte	Entrevista/cuestionario/Proceso de datos Atlas Ti versión 25	Enfoque: Cualitativo Alcance: Correlacional de corte Transversal Diseño: No experimental	Población Todos los miembros que conforman La Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024 “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota (10 socios)
¿Cuál es la Capacidad de Innovación en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?	Determinar la Capacidad de Innovación en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024		Capacidad de operacionalización	- Procesamiento - Productividad - Registros de procesos - Empaquetado			
Problemas Específicos	Objetivos Específicos		Capacidad de gestión	- Condiciones laborales y capacitación - Gestión de riesgos - Gestión comercial y económica			
¿Cuál es la capacidad de desarrollo en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?	Analizar la capacidad de desarrollo en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024		Capacidad de transacción	-Mercado estratégico			
¿Cuál es la capacidad de operacionalización en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?	Analizar la capacidad de operacionalización en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024						

¿Cuál es la capacidad de gestión en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “¿Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?	Analizar la capacidad de gestión en Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024			- Relación con el cliente -Respaldo institucional y proyección			
¿Cuál es la capacidad de transacción en el Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “¿Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024?	Analizar la capacidad de transacción en Proceso de Panela Orgánica en la Asociación de Productores de Caña “Los Emprendedores Chontabamba” de la Provincia de Chota, 2023 – 2024						

Anexo 5

Panel Fotográfico

Figura 22

Productores que conforman la asociación “Los Emprendedores Chontabamba”



Figura 23

Zona o planta de procesamiento de panela orgánica



Figura 24

Equipo de asistencia técnica del proyecto “AVANZAR RURAL” que brindó capacitación a la asociación.



Figura 25

Maquinaria: Trapiche para extracción del jugo de caña



Figura 26

Lugar de la siembra de caña



Figura 27

Horno/ hornilla panelera de leña



Figura 28

Pesado y empaquetado de la panela

**Figura 30**

Producto de la asociación (1kg)



Figura 31

Registro sanitario DIGESA de la asociación

[illegible]