

La innovación tecnológica en la Cooperativa de Caficultores del Cauca CAFICAUCA

Technological innovation in the Cooperativa de Caficultores del Cauca CAFICAUCA

Susan Deisy Narváez - Ordoñez¹, Concepción Barreda-Ramírez², Dora Silvana Velasco-Hurtado³,
Germán Bejarano-Orozco⁴, Paola Marcela Certuche-Muñoz⁵

¹Grupo Ilama, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7117-5084>, E-mail: susand05@hotmail.com

²Grupo Ilama, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6993-3640>, E-mail: concepcion.barreda@unad.edu.co

³Grupo Ilama, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9065-6761>, E-mail: dora.velasco@unad.edu.co

⁴Grupo Ilama, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7864-2714>, E-mail: germanbejarano66@gmail.com

⁵Grupo Ilama, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9154-4772>, E-mail: pacertuche@unicauca.edu.co

Cómo citar: Narváez - Ordoñez, S. D., Barreda - Ramírez, C., Velasco - Hurtado, D. S., Bejarano - Orozco, G., & Certuche - Muñoz, P. M. (2020). La innovación tecnológica en la Cooperativa de Caficultores del Cauca CAFICAUCA. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 12(12), 45-54. <https://doi.org/10.22463/24221783.2637>

Recibido: 23 de Septiembre de 2019 / **Aprobado:** 17 de Noviembre de 2019

Resumen

Este artículo presenta la investigación que determina el nivel de innovación tecnológica de la Cooperativa de Caficultores del Cauca-CAFICAUCA, empresa con 2981 asociados en el Departamento. Se desarrolló un estudio descriptivo transversal, para lo cual se tomó una muestra probabilística intencional de 15 personas en cargos de coordinación y dirección, a los cuales se aplicó una encuesta de autoevaluación de gestión de la innovación empresarial basada en (Sánchez, Pozo, Rabadan, & Trujillo, 2009), cuestionario diagnóstico de Monterrey (2013) e indicadores para la medición de la innovación de Lugones (2015). Se concluyó que el nivel de innovación se ubica en escenario B, ó estado poco avanzado en innovación. La cultura de la innovación es limitada y no se perciben amenazas por la evolución de la competencia.

Palabra clave: Innovación, Tecnología, Gestión, Competitividad, Caficultor.

Abstract

This article presents the research that determines the level of technological innovation of the Cauca-CAFICAUCA Coffee Growers' Cooperative, a company with 2981 members in the Department. A cross-sectional descriptive study was developed, for which an intentional probabilistic sample of 15 people in coordination and management positions was taken, to which a self-evaluation survey of business innovation management was applied based on (Sánchez, Pozo,



Autor para correspondencia.

Correo electrónico: susand05@hotmail.com

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Artículo bajo licencia CC BY-NC (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

Rabadan, & Trujillo, 2009), a diagnostic questionnaire from Monterrey (2013) and indicators for measuring innovation from Lugones (2015). It was concluded that the level of innovation is located in scenario B, or little advanced state in innovation. The culture of innovation is limited and no threats are perceived by the evolution of competition.

Keyword: Innovation, Technology, Management, Competitiveness, Coffee Grower.

1. Introducción

El departamento del Cauca es el cuarto productor nacional de café. Junto con Huila y Nariño, tiene 32 municipios productores, de más de 92.500 hectáreas en cultivo, 92.134 caficultores, una producción de 100 millones de kilos y un valor de la cosecha de \$560.000 millones. Es de hecho, el departamento más minifundista del país con un promedio de menos de una hectárea por cafetero. (Procolombia, 2018)

La Cooperativa de caficultores del Cauca – CAFICAUCA, fue fundada en 1961 en la ciudad de Popayán del departamento del Cauca, su actividad económica y razón de ser es garantizar la compra del café al caficultor y luego gestionar la venta del mismo, ya sea a nivel nacional o internacional. En la actualidad cuenta con 2700 asociados de 24 municipios del departamento, 36 agencias de compra y 7 almacenes. Agrocaficauca (Caficauca, 2019). Su experiencia y gestión en los últimos años, le ha permitido posicionarse como una de las cooperativas reconocidas a nivel nacional y por la Federación Nacional de Cafeteros; siempre ha estado en los primeros cinco puestos, en activos y también por su volumen en compras de café, en 2013, es la tercera en Colombia. (Universidad La Campana.com, 2014)

Los caficultores, de la mano de las cooperativas tienen una serie de retos que deben enfrentar, una de las grandes preocupaciones es mejorar la rentabilidad, calidad del producto y por ende la competitividad en los mercados

internacionales). Dicha competitividad y la progresiva demanda de cafés especiales de alta calidad, le hace perder competitividad por las exigencias del mercado hoy para el café (Universidad EAFIT, 2018). La alta dirección presume que la empresa puede incrementar su productividad y competitividad a partir de la innovación. Es por eso que, en compañía de otras organizaciones, durante los últimos 5 años, la cooperativa, ha realizado esfuerzos de innovación, desarrollando acompañamiento y mejoras al trabajo realizado por los caficultores de los programas de cafés, abarcando hasta el 86,7%. (Cooperativa de Caficultores del Cauca-CAFICAUCA, 2019).

Tal vez la mayor significancia del café se presenta en el ámbito social. La producción cafetera otorga ingresos a miles de familias, de las cuales en su mayoría efectúa su producción en extensiones menores a 5 hectáreas. Esta actividad genera cerca 700 mil empleos directos y proporciona un millón y medio de manera indirecta; por lo cual se puede inferir que al menos 3,8 millones de colombianos dependen de la actividad cafetera, lo cual representa cerca del 8% de la población colombiana. En este sentido, es difícil que otro producto compita con el café en relación con su facultad de generar estabilidad social, principalmente en las zonas rurales, donde las condiciones de vida son más apremiantes. (Lozano, 2016) y por supuesto el Departamento del Cauca es una de esas zonas.

Esta investigación tiene como objetivo determinar el nivel de la gestión de la innovación tecnológica en la Cooperativa de

Caficultores del Cauca para lo cual se realiza un diagnóstico de la situación de la gestión de la innovación se identifican las fortalezas y oportunidades en términos de gestión de innovación que active ventajas competitivas para la empresa y se responde la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado de la gestión de la innovación tecnológica de la Cooperativa de Caficultores del Cauca?.

2. Marco teórico

(Porter, 1990 & 1998), plantea que la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las empresas consiguen ventajas competitivas mediante innovaciones, por lo cual se afirma que la innovación implica cambios, que hacen que la empresa obtenga diferenciación frente a otras, generando un valor adicional, que da competitividad en el mercado. Así la innovación se constituye como una de las formas más eficientes para que una empresa se diferencie de sus competidores y construya ventajas competitivas reales. En este sentido el autor.

La innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. (OSLO, 2005)

La competitividad, es uno de los determinantes para que una empresa sea líder en el mercado. En un amplio concepto, la competitividad empresarial se puede definir como la forma en la que la empresa debe sobrevivir y sostenerse en el tiempo, generando rentabilidad y desarrollo a la región y al tejido empresarial. (Fuentes

Medina, 2007), la define como “la capacidad de las empresas u organizaciones para crear y mantener las ventajas competitivas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en el que actúa”

Dentro de las herramientas que se encontraron para medir la gestión de la innovación está la guía para la autoevaluación de la gestión de la innovación empresarial (Sánchez, Pozo, Rabadan, & Trujillo, 2009) que especifica las propiedades y características importantes de la gestión de la innovación y que contiene los criterios: estrategia y cultura de innovación, gestión de recursos, vigilancia del entorno, análisis interno, generación y selección de ideas, gestión de los proyectos de innovación y resultados de la innovación; al igual que los indicadores de innovación que se agrupan en tres bloques; Estrategias innovativas, Resultados de las actividades de innovación y Apropiabilidad, Obstáculos a la innovación, Fuentes de Financiamiento y Aprovechamiento de Instrumentos Públicos y también el Cuestionario autodiagnóstico de medición de la “Capacidad de Innovación”, realizado por la Universidad Tecnológico de Monterrey de México (Monterrey 2013), donde se enmarca las empresas en diferentes escenarios de gestión de la innovación de acuerdo a la valoración de ciertos criterios. También se describen las características de la empresa como: antigüedad, sector al que pertenece, actividad económica. Estas fuentes se aplican metodológicamente en la Cooperativa de Caficultores para responder a la pregunta de investigación.

Para comprender de qué manera organizaciones cafeteras han experimentado procesos de innovación en los últimos años, y la importancia de saber el nivel de gestión de

la innovación se consultan referentes teóricos como la investigación realizada en Francia que presenta la innovación social como motor del cambio social (Santana, 2014). En el sector cafetero: en Veracruz, México, desarrollaron un proyecto tecnológico de innovación social donde el principal impacto consistió en lograr contaminar menos el ambiente al reutilizar la basura orgánica que se generaba para hacer abonos orgánicos y otra parte usarla como combustible (Amaro-Rosales & Gortari-Rabiela, 2016). En México, identifican algunas estrategias competitivas para los productores cafetaleros de la región de Córdoba, Veracruz lo que les permitirá competir en un mercado mundial globalizado (Perea-Quezada, Arturo, & Tobar, 2007). Un estudio en Chile, describe algunos casos de innovaciones exitosas que se transformaron en productos de consumo masivo (Valenzuela & Valenzuela, 2005). En Perú, hicieron un estudio, donde muestran evidencia empírica de la relación entre la innovación de producto (innovación tecnológica, nuevos productos y avance en el mercado) con el desempeño exportador y concluyen que las empresas deben innovar más en sus productos finales para que puedan obtener un mejor comportamiento exportador y ser más competitivos (Cullas & Moscoso, 2019) En Colombia: un estudio realizado en Calarcá y otros municipios, exhibe la innovación en el papel de la mujer cafetera, donde adquirió un lugar central en el desarrollo de programas y propuestas institucionales orientadas a su capacitación e introducción en lógicas laborales asalariadas y lógicas administrativas para el manejo de la finca, por lo que la mujer adquirió un lugar de agente receptor de cambios y motivador de otras transformaciones. En productores de cafés especiales en Apia, Risaralda, Colombia, trabajaron innovación asociado al tema ambiental, donde amplían el concepto de innovación para entender un territorio, y

proponer a partir de este un relanzamiento de la capacidad creativa de las cooperativas (Álzate, 2013) En Nariño, investigan y se concluye que se requiere trabajar integralmente hacia resultados regionales que se traduzcan en sostenibilidad, asociatividad y fortalecimiento del “ser”, hay mucho por hacer, el mantenimiento, el beneficio y la industrialización requieren de esfuerzo, pasión, unión y perseverancia. Por su parte, (Yepes, 2017), realiza un estudio donde analiza la forma como se desarrolla el cambio en los campos organizacionales a partir del emprendimiento institucional en la industria cafetera colombiana desde una perspectiva teórico-conceptual y encuentra una fuerte relación entre el cambio organizacional a partir del emprendimiento institucional y el cambio en el sector cafetero colombiano.

3. Metodología

Se desarrolló un estudio descriptivo y transversal especificando las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, tomando como base la guía para la autoevaluación de la gestión de la innovación empresarial (Sánchez, Pozo, Rabadán, & Trujillo, 2009) y (Lugones, 2015), también el Cuestionario autodiagnóstico de medición de la “Capacidad de Innovación”, realizado por la Universidad Tecnológico de Monterrey de México en 2013, donde se enmarca las empresas en diferentes escenarios de gestión de la innovación de acuerdo a la valoración de ciertos criterios. También se describen las características de la empresa como: antigüedad, sector al que pertenece, actividad económica.

El procedimiento que se realizó para aplicar la metodología es el siguiente:

- Revisión de fuentes de información.
- Población y definición de la muestra
- Criterios y subcriterios para medición de la gestión de la innovación.
 - Determinación de variables del instrumento de medición.
 - Valoración y calificación de resultados.
 - Aplicación de la encuesta y recolección de información.
 - Consolidación y proceso de calidad de datos.
 - Análisis de información.
 - Conclusiones y recomendaciones.

Se realizó revisión de fuentes de información que tiene la organización que enmarcan el quehacer organizacional y sus decisiones como: lineamiento estratégico, procesos, contratos, bases de datos, actas y listas de asistencia entre otros.

Se definió como población, todo personal que hace parte de la Cooperativa de caficultores del Cauca y se seleccionó como muestra un total de 15 personas de acuerdo al muestreo intencional o de conveniencia, el cual forma parte de los métodos de muestreo no probabilístico, donde el investigador selecciona directamente la muestra de estudio. Se utiliza en situaciones en las que la población es muy variable y consecuentemente la muestra es pequeña (Ávila Baray, 2006).

Los criterios de selección de la muestra fueron:

- Solo personas con cargos de Dirección o coordinación
- Sólo personas con mínimo 2 años de antigüedad en la organización
- Sólo personas que tengan cargos donde haya relación y conocimiento de los procesos productivos del café.

- Sólo personas que tengan cargos que se relacionen con los productores de café, los proyectos sociales que desarrolla la organización y que pertenezcan a los procesos misionales de la misma.

Enseguida se realiza el ajuste del instrumento determinando los criterios y subcriterios de con los cuales se realizará la medición de la gestión de la innovación, que se muestran en la tabla 1:

Tabla 1. Criterios y subcriterios para medición de la Gestión de la Innovación

No	Criterio	Subcriterios	Preguntas
1	Estrategia y cultura de Innovación	2	3
2	Gestión de recursos	3	4
3	Vigilancia del entorno	3	5
4	Análisis interno	2	2
5	Tipo de innovación (Producto, proceso)	3	4
6	Generación y selección de ideas	2	3
7	Gestión de los proyectos de Innovación	2	4
8	Resultados de la Innovación	2	4
TOTAL		19	29

Fuente: Adaptado de Sánchez, Pozo, Rabadan, & Trujillo, (2009).

Planteados los criterios de medición, se determinaron las variables del instrumento de medición que se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Variables del Instrumento de Medición

	Definición	indicador
Estrategia y cultura de innovación.	El nivel de comunicación que transmite la alta gerencia a todas las personas que integran la organización, incorporando e impregnado al talento humano de un sentido propio hacia la innovación. Naturaleza: Cuantitativa Nivel de medición: Razón	Valoración según el instrumento o a través de los sub criterios.
Gestión de los recursos.	La destinación de recursos tanto humanos, como materiales incluyendo tecnología y conocimientos a realizar actividades innovadoras; supone una planificación de los recursos para asegurar su implementación cuando sea necesario. Naturaleza: Cuantitativa Nivel de medición: Razón	Valoración según el instrumento o a través de los sub criterios.
Vigilancia del entorno.	Consiste en una forma sistemática de captación y análisis de información que se encuentre en el entorno y la competencia, que pueden ser empleados en los procesos de toma de decisiones; esta se lleva a través de una forma organizada, selectiva y permanente con el objeto de captar, analizar y convertir una serie de datos e información en conocimiento útil para la organización. Naturaleza: Cuantitativa Nivel de medición: Razón	Valoración según el instrumento o a través de los sub criterios.
Análisis interno.	Consiste en llevar a cabo un análisis sistemático de todos los factores que estén involucrados con el éxito o fracaso de las actividades internas de la organización con respecto a la innovación, esta se emplea para hacer comparaciones con los análisis externos de la organización. Naturaleza: Cuantitativa Nivel de medición: Razón	Valoración según el instrumento o a través de los sub criterios.

Tipo de Innovación	Se especifica qué tipo de innovaciones se han realizado en la organización, puede ser de proceso o de producto, además se analizan otras características de la gestión en innovación. Naturaleza: Cuantitativa Nivel de medición: Razón	Valoración según el instrumento o a través de los sub criterios.
Generación y selección de ideas.	Es la forma en cómo se capta la información interna y externa con el fin de generar ideas que se materialicen en proyectos que contribuyan con la mejora continua de la organización. Naturaleza: Cuantitativa Nivel de medición: Razón	Valoración según el instrumento o a través de los sub criterios.
Gestión de proyectos de innovación.	Consiste en el alcance de los objetivos planeados con la ejecución de los proyectos en la organización, estos proyectos tienen como fin el desarrollo de nuevos productos, procesos o servicios, pero también puede ser la mejora sustancial de los productos ya existentes, en los plazos determinados y con los recursos previamente definidos. Naturaleza: Cuantitativa Nivel de medición: Razón	Valoración según el instrumento o a través de los sub criterios.
Resultados de la innovación.	Consiste en el valor que se puede medir a través de indicadores, obtenidos de la finalización de los proyectos innovadores para analizar la evolución obtenida y garantizar la necesaria retroalimentación del proceso. Naturaleza: Cuantitativa Nivel de medición: Razón	Valoración según el instrumento o a través de los sub criterios.

Fuente: Adaptado de Sánchez, Pozo, Rabadan, & Trujillo, (2009)

Seguidamente, fue necesario estructurar los enfoques de valoración y evaluación según la escritura científica, para incluir los resultados dados por la encuesta aplicada al personal de Caficauca, se tabulan las respuestas de los encuestados, de acuerdo a

las opciones múltiples en donde se presentan los escenarios de innovación que van desde un nivel bajo de innovación hasta un nivel avanzado como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Escenarios de innovación para valoración de resultados

ESCENARIO	GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN
A	Empresa en nivel bajo de innovación, casi nulo.
B	Empresa con intención de gestionar innovación, pero que debe ir acompañada de una profunda transformación.
C	Empresa consciente de la importancia de la innovación, pero con dificultades para gestionarla eficazmente.
D	La empresa se encuentra en un estado muy avanzado de la innovación, no obstante, es necesario aplicar mejoras periódicas.

Fuente: Adaptado de Monterrey (2013).

Luego de aplicar la encuesta, se pasa a verificar la información por medio de la tabulación de los registros para consolidar y llevar a cabo el proceso de calidad de datos. Por último, se sistematiza la información, para dar paso al análisis y presentación de resultados.

4. Resultados

A continuación, se presentan los resultados:

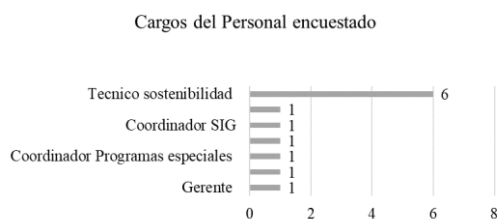


Figura 1. Cargos de Personal encuestado. Fuente: autores.

En la figura 1, se muestra el personal encuestado que cumplió con los criterios establecidos para la investigación; un total de 15 personas así: 9, Técnicos de sostenibilidad, aquellos que trabajan directamente con los productores del café, el gerente, y el gestor ambiental y 4 coordinadores. Todos cumplieron con el tiempo en años, y sobresale la antigüedad de 40 años del gerente. figura 2:



Figura 2. Antigüedad de Personal encuestado. Fuente: autores.

Aplicada la encuesta los resultados globales están en la tabla 4.

Tabla 4. Resultado del nivel de innovación por Criterio – Subcriterio

Subcriterio	Escenario	Escenario final
1.1 Responsabilidad de la dirección	B	B
1.2 Política de I+D+i	A	
2.1 Recursos humanos	B	B
2.2 Infraestructura y recursos materiales	A	
2.3 Conocimiento	B	
3.1 Identificación de necesidades, fuentes y medios de acceso de información	B	B
3.2 Búsqueda, tratamiento y difusión de la información	B	
3.3 Puesta en valor de la información	B	
4.1 Análisis interno	C	B
4.2 Identificación de problemas y	B	

oportunidades para la organización		B
5.1 Innovación de producto	B	
5.2 Innovación de procesos	B	B
6.1 Generación de ideas	B	
6.2 Selección de ideas	B	B
7.1 Planificación, seguimiento y control de proyectos de innovación	B	
7.2 Resultados de los proyectos de innovación	B	B
8.1 Indicadores de resultados finales	B	
8.2 Indicadores inductores de la innovación	B	B

Fuente: Autores.

Se observa que en su mayoría la calificación para cada criterio es B, lo que coloca a la Cooperativa de Caficultores del Cauca en un escenario nivel B como escenario dominante y en el que se ubica la gestión de la innovación de la organización en un estado poco avanzado en materia de innovación; los criterios políticos de I+D y la infraestructura y recursos materiales se encuentran en A y el análisis interno se encuentra en C.

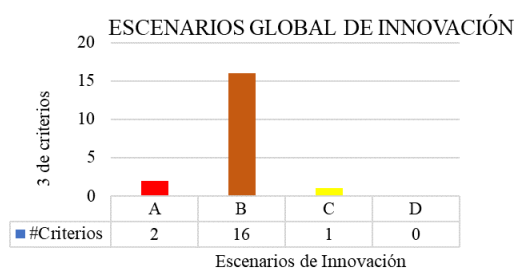


Figura 3. Escenario global de gestión de la Innovación en CAFICAUCA. Fuente: Autores.

Igualmente resalta que de los 19 criterios evaluados para medir la gestión de la innovación en la Cooperativa de Caficultores del Cauca 16 de estos se encuentran en el nivel B, lo que significa que existe un medio-

bajo nivel de gestión de la innovación como se observa en la figura 3.

5. Discusiones

Se evidencia que la empresa solo realiza actividades de innovación inmersas en su actividad económica normal según empresa nivel C en el criterio “análisis interno”. El término innovación no es muy común en su cultura organizacional, pero, aunque esta gestión no esté formalizada existen oportunidades valiosas para generar mayores gestiones frente a la innovación.

En cuanto a la gestión de los recursos se puede afirmar que utilizan métodos como capacitaciones para fomentar el trabajo en equipo, hacen gestión de actividades formativas y evaluación de las mismas, cuentan con una infraestructura y recursos materiales necesarios para realizar actividades I+D+I, presentan condiciones de trabajo adecuadas y cuentan con algunos equipos para trabajar en torno a la innovación; también realizan actividades para la gestión del conocimiento dentro de las mismas, realizando convenios con entidades externas que les proporcionan conocimientos; sin embargo, teniendo en cuenta los criterios de innovación, en términos generales no se evidencian fortalezas en la gestión de la innovación en CAFICAUCA.

La cultura de innovación de Caficauca no se ha desarrollado, la Gerencia de la empresa intenta crear una cultura innovadora entre el personal, pero existen contradicciones en la práctica cotidiana y hasta hoy la organización no ha establecido ningún tipo de política relacionada con innovación.

6. Conclusiones

El nivel de innovación de la Cooperativa de Caficultores del Cauca está determinado por los porcentajes altos en el escenario B en los 8 criterios valorados, escenario que caracteriza una empresa que se encuentra en un estado poco avanzado en materia de innovación. El desarrollo de las competencias de innovación supondrá un esfuerzo importante para la empresa y debería ir acompañado de una profunda transformación,

No se demuestran fortalezas frente a la gestión de la innovación en la Cooperativa de Caficultores del Cauca, pero la empresa viene desarrollando importantes esfuerzos en los procesos de manejo del cultivo, abono, cosecha, beneficio, secado, almacenamiento e inocuidad; un campo enorme que posee la empresa para gestionar innovación tecnológica y así mejorar su competitividad.

El proceso productivo del café es un campo de acción muy amplio donde la Cooperativa puede desarrollar gestión de la innovación, relocalizando mejoras a los procesos productivos que desarrollan los asociados.

CAFICAUCA es una empresa con mucha trayectoria, recursos y personal valioso que trabajan arduamente por cumplir su misión, es necesario enfocar sus esfuerzos en la innovación que la hagan competitiva y garanticen sus sostenibilidades en un mercado altamente competitivo.

7. Referencias

Alzate, C. (2013). Gestión de la innovación en el sector de cafés especiales. Caso de estudio de Asociación de

Cultivadores de Apía, Risaralda–Asoapia. Sociedad y Economía. En F. d. Económicas.

Amaro-Rosales, M., & Gortari-Rabiela, R. (2016). Innovación inclusiva en el sector agrícola mexicano: los productores de café en Veracruz. *Economía Informa*, 400, 86–104. .

Ávila Baray, H. (2006). Introducción a la metodología de la investigación. . Edición electrónica, texto completo en: www.eumed.net/libros/2006c/203/ .

Cooperativa de Caficultores del Cauca-CAFICAUCA. (2019). *Café del Cauca, Café de Calidad*. <https://caficauca.com/>.

Cullas, N., & Moscoso, A. (2019). Relación entre la innovación de producto y el desempeño exportador de las MYPES Exportadoras de café en Perú. Universidad San Ignacio de Loyola.

Fuentes Medina, L. M. (2007). Aproximación a los factores determinantes de la competitividad de la empresa de distribución comercial, Tenerife: Universidad de La Laguna.

Lozano, A. Y. (2016). Índice de competitividad regional cafetero.

Lugones, H. (2015). Guía para la autoevaluación de la gestión de la innovación empresarial.

Monterrey, U. T. (2013). Obtenido de Tecnológico de Monterrey: <http://pprdportales.ruv.itesm.mx/>.

- OSLO, O. (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. 3 edición,: grupo tragsa.
- Perea-Quezada, J., Arturo, L., & Tobar , R. (2007). Estrategias competitivas para los productores cafetaleros de la región de Córdoba, Veracruz, frente al mercado mundial.
- Periódico La Campana.com. (21 de 05 de 2014). Reporte de la Cooperativa de Caficultores del Cauca-CAFICAUCA. pág. 1.
- Porter, M. (1990 & 1998). *The Competitive Advantage of Nations..* Harvard Business Reviuw. . New York, USA.
- Procolombia. (2018). *Exportación, turismo, inversión , marca país*.
- Sanchez, B., Pozo, G., Rabadan, G., & Trujillo, A. (2009). *Guía para la Autoevaluación de la Gestión de la Innovación Empresarial*. Andalucía , España: Instituto Andaluz de Tecnología.
- Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82(1), 42–51.
- Universidad EAFIT. (2018). *Innovación Cafetera. La Cooperativa y el caficultor empresario. Cátedras de Innovación Empresarial*, 1-7.
- Valenzuela, A., & Valenzuela, R. (2005). La innovación en la industria de alimentos: Historia de algunas innovaciones y de sus innovadores
Innovation in the food industry: The history of some innovations and of their innovators. *Rev Chil Nutr* (Vol. 42).
- Yepes, C. A. (2017). Aportes teórico-conceptuales acerca del cambio organizacional de la industria cafetera colombiana. *Suma de Negocios*.