

Universidad Thomas More



**“Percepción acerca del incremento en la productividad de las
cooperativas de cacao derivado del apoyo de Ritter Sport Nicaragua
S.A.”**

Mercedes Alejandra Pérez Zapata

Trabajo de grado presentado en cumplimiento parcial de los requisitos para
optar a la licenciatura en Gerencia con mención especial en Negocios
Internacionales.

Managua, 16 de Enero 2023.

Managua, 16 de Enero de 2023

Licenciada
Irene Rojas
Rectora
Universidad Thomas More
Su Despacho

Estimada Licenciada Rojas:

Tengo a bien informarle que en mi carácter de Orientador y Catedrático de la Universidad Thomas More doy por revisado y aprobado el Trabajo de Grado de la alumna Mercedes Alejandra Pérez Zapata, titulado ***“Percepción acerca del incremento en la productividad de las cooperativas de cacao derivado del apoyo de Ritter Sport Nicaragua S.A”*** que fue elaborado como requisito para optar al título de Licenciada en Gerencia, Negocios Internacionales.

La estudiante Pérez Zapata durante el proceso de revisión y corrección de este trabajo cumplió con todas las normas y procedimientos establecidos por la universidad para la elaboración del mismo. Sin más que agregar aprovecho la oportunidad para presentarle muestras de mi estima y consideración.

Atentamente,

Pablo Jamil Escorcía, MAEG
Tutor

Silvio De Franco, Ph.D.
Autoridad Académica
Universidad Thomas More

Índice

<i>Agradecimientos</i>	2
<i>Resumen ejecutivo</i>	3
<i>Introducción</i>	4
<i>CAPÍTULO I: REVISIÓN DE LA LITERATURA</i>	5
A. Productividad	5
B. Desarrollo de Proveedores	7
C. Industria Cacaotera	10
D. Perfil de Ritter Sport	16
<i>CAPÍTULO II: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA</i>	17
<i>CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN</i>	18
<i>CAPÍTULO IV: PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</i>	20
<i>CAPÍTULO V: OBJETIVOS</i>	20
<i>CAPÍTULO VI: HIPÓTESIS</i>	21
<i>CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA</i>	22
<i>CAPÍTULO VIII: ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN</i>	22
<i>CAPÍTULO IX: HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</i>	23
A. Encuesta	23
<i>CAPÍTULO X: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES</i>	24
A. Variables Dependientes	24
B. Variables Independientes	26
<i>CAPÍTULO XI: ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE DATOS</i>	28
<i>CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE DATOS</i>	32
A. Análisis descriptivo	32
B. Análisis de hipótesis	42
<i>CAPÍTULO XIV: CONCLUSIONES</i>	46
<i>CAPÍTULO XV: RECOMENDACIONES</i>	47
A. Recomendaciones para futuras investigaciones	47
B. Recomendaciones para Ritter Sport	48
<i>CAPÍTULO XVI: BIBLIOGRAFÍA</i>	48
<i>CAPÍTULO XVII: ANEXOS</i>	49

Índice de tablas

Tabla 1 ¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo de Ritter Sport?	32
Tabla 2 Porcentaje de las cooperativas que reciben capacitación por parte de Ritter Sport	32
Tabla 3 Frecuencia de las capacitaciones brindadas por Ritter Sport	33
Tabla 4 Frecuencia de tipos de capacitaciones	33
Tabla 5 Percepción sobre el provecho de las capacitaciones que reciben las Cooperativas	34
Tabla 6 Percepción sobre el impacto en la productividad de las Cooperativas que reciben capacitaciones	34
Tabla 7 Implementación de las capacitaciones recibidas por las cooperativas	35
Tabla 8 Opinión sobre la continuación de las capacitaciones de las cooperativas	35
Tabla 9 Porcentaje de las Cooperativas de cacao que reciben apoyo tecnológico por parte de Ritter Sport	36
Tabla 10 Frecuencia del apoyo tecnológico brindado por Ritter Sport	36
Tabla 11 Tipo de apoyo tecnológico brindado por Ritter Sport	36
Tabla 12 Percepción sobre el provecho del apoyo tecnológico que reciben las Cooperativas	37
Tabla 13 Percepción sobre el impacto en la productividad de las Cooperativas que reciben apoyo tecnológico	37
Tabla 14 Opinión sobre la continuación del apoyo tecnológico a las Cooperativas	38
Tabla 15 Porcentaje de las Cooperativas que desean recibir apoyo tecnológico	38
Tabla 16 Porcentaje en que ha incrementado la productividad de las Cooperativas tras el apoyo de Ritter Sport	39
Tabla 17 Porcentaje sobre el efecto que han percibido las Cooperativas	39
Tabla 18 Percepción sobre la satisfacción de la relación proveedor-empresa por parte de las Cooperativas	40
Tabla 19 Factores que impactan en la productividad según las Cooperativas	40
Tabla 20 Tabla cruzada ¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo Ritter Sport? * ¿Considero que las capacitaciones recibidas han mejorado nuestra productividad?	41
Tabla 21 Pruebas chi-cuadrado	41
Tabla 22 Medidas simétricas	42

Agradecimientos

Primeramente, quiero agradecer a mis padres Virgilio Pérez y Bertha Zapata, al igual que a mi hermana Bertha Sánchez por brindarme su apoyo durante todo este tiempo, especialmente en estos último 4 años de carrera.

Luego agradecer a mis amigos Iván Valle, María Reinos, Domingos Diogo, Lya Delgadillo, Arturo Ruíz, entre otros, por sus consejos, amistad y apoyo incondicional. Son personas sumamente importantes que hicieron de mis años de carrera algo memorable. Así mismo, quisiera agradecer a mi tutor Pablo Escorcía por su tiempo, guía y apoyo los cuales fueron fundamentales para la elaboración de dicha investigación. También, por todos los conocimientos transmitidos como profesor durante la carrera que son de gran valor.

Finalmente, quisiera agradecer a mis mascotas Maya, Molly y Moshi por siempre acompañarme en las noches que trabajaba en la investigación, su apoyo incondicional y consuelo cuando lo necesitaba.

Resumen ejecutivo

Para dicha investigación se solicitó la colaboración de Ritter Sport Nicaragua S.A y se estudió la percepción acerca del incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao derivado del apoyo de la empresa. El estudio es de diseño descriptivo y posee un enfoque no experimental, enfoque cuantitativo y de cohorte transversal. Se realizó una encuesta a las 17 Cooperativas de cacao con las que trabaja Ritter Sport.

Así mismo, se plantearon las siguientes hipótesis: H1: Más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber tenido un incremento en su productividad. cacao. H2: Existe una percepción positiva acerca del apoyo de Ritter Sport por parte de las Cooperativas de cacao. H3: Factor de capacitación afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao. H4: Más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber obtenido un incremento en su productividad a raíz del apoyo tecnológico recibido. Los datos recolectados fueron analizados mediante el uso de tablas de frecuencia y tablas cruzadas en conjunto con la prueba de chi-cuadrado y el coeficiente de contingencia.

Los resultados indican que la relación proveedor-empresa entre dichas Cooperativas y la empresa es satisfactoria. Así mismo, Ritter Sport capacita al 100% de las Cooperativas con las que trabaja, de las cuáles el 88.2% consideran que las capacitaciones afectan de forma positiva la percepción sobre el incremento en su productividad. Finalmente, más del 80% de las Cooperativas que han recibido apoyo tecnológico afirman haber obtenido un incremento en su productividad.

Introducción

Hoy en día la relevancia de los proveedores y su relación con las empresas es mayor, principalmente sus conocimientos y capacidad ya que impactan en el desempeño de la cadena de suministros al ser el primer eslabón, así mismo, impactan en la calidad de los productos o servicios y reputación. Por lo tanto, las empresas dedican recursos y toman la iniciativa en cuanto al desarrollo de sus proveedores.

Los conceptos de productividad y desarrollo de proveedores van de la mano en las operaciones de cualquier tipo de empresa. Las empresas deben estar en constante reinversión con el fin de volverse más productivas y competitivas en el mercado global, donde uno de los principales eslabones con oportunidades de mejora son los proveedores.

En el caso específico de la industria del cacao, las empresas productoras de chocolate o comercializadoras de cacao deben priorizar una buena relación con los productores de cacao. De esta forma pueden garantizar las características, estándares y calidad de los granos de cacao que serán utilizados como principal insumo en sus productos.

Por ende, esta investigación estudia el desarrollo de los proveedores de la empresa Ritter Sport Nicaragua, S.A por medio de la percepción del acerca del incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao derivado del apoyo de la empresa.

CAPÍTULO I: REVISIÓN DE LA LITERATURA

Esta revisión de la literatura está organizada en tres secciones: Productividad, Desarrollo de proveedores e Industria del cacao. Cada una de ellas posee apartados que explicaran más a fondo lo que implican y la relevancia para el estudio.

A. Productividad

La productividad puede ser definida como: “una medida relacionada con la utilización del trabajo y el capital para producir valor agregado” (Galindo y Viridiana, 2015). Por ende, la productividad es muy dependiente de la calidad del bien. Su obtención depende de los insumos y del proceso, pero también de la mano de obra y de las condiciones de trabajo. (Loayza, 2018).

En caso de aplicar el concepto de productividad a la agricultura esta se define y mide principalmente tomando en cuenta la cantidad producida por unidad de tierra, o rendimiento de los cultivos y el tiempo utilizado para lograr dicha producción. (Lazo Calle, A. J. 2013)

1. Factores que afectan la productividad

Alvares (2009) expone que la productividad es mucho más compleja que tener una máquina más en tu lugar de trabajo, es impactada por muchos factores, incluyendo los siguientes: Calidad y disponibilidad de los recursos naturales, estructura de la industria y los cambios de los sectores, nivel de capital disponible, tecnología, calidad de los recursos humanos (la educación).

1.1 Capacitación

La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo. (Chiavenato, 2009 citado en Bermúdez Carrillo,

L. A. 2015). En resumen, “la capacitación está orientada a la preparación técnica del recurso humano”. (Hernández, 1999 citado en Bermúdez, 2015).

Para lograr una alta productividad es necesario el fomento del desarrollo de los trabajadores. (Combeller, 1993). La capacitación es un proceso constante que busca la eficiencia y con ella alcanzar niveles elevados de productividad. Existen diversos programas de capacitación ofrecidos por diversos organismos que las empresas pueden implementar, para lograrlo deben establecer estrategias que permitan su ejecución. (Bermúdez, 2015). Así mismo, existen escuelas de agricultores con el fin de capacitar a los productores en diversas técnicas, formas de cultivo, semillas, etc. Este método ha sido de gran ayuda para los pequeños productores. (Yong et al. 2007).

1.2 Transferencia tecnológica

La transferencia de tecnología se define como “un proceso que implica la conversión, aplicación o adecuación de las invenciones o ideas innovadoras de las personas para la obtención de beneficios o la generación de usos prácticos” (Speser, 2006). Así mismo, el autor expone que la transferencia tecnológica supone la generación de algún tipo de valor agregado a raíz de su utilización. El intercambio puede suceder entre empresas y/o empresas y proveedores. (Paternina-Pedroza et al. 2019).

Por otro lado, la FAO (2019) comenta que los avances tecnológicos comienzan a evidenciarse en diversas áreas que producen mejoras en el desarrollo de estrategias de producción más sustentables y la productividad. La tecnología concierne desde sistemas de inventario, sistemas de riego, maquinaria, entre otros. (Hernández, 2015).

B. Desarrollo de Proveedores

2. ¿Qué son proveedores?

Cuando se habla de proveedores “se refiere a aquel que suministra los productos o servicios disponibles en el mercado para una clientela amplia, en gran cantidad” (ONUDI, 2002). “Los proveedores juegan un papel de vital importancia para todas las compañías, sin ellos las empresas no podrían llevar a cabo su razón de ser”. (González, 2014). De igual forma, el autor comenta que, a medida que los procesos internos de los proveedores mejoran, mejora el servicio prestado o los bienes ofrecidos lo cual se ve reflejado directamente en la eficiencia y efectividad de la empresa cliente.

2.1 Desarrollo de proveedores

Antes de determinar la importancia del desarrollo de proveedores se debe conocer lo que implica tal desarrollo. Según Yacuzzi (2012):

“El desarrollo de proveedores es una actividad que enriquece la gestión de la cadena de suministro, dotándola de mayor valor a través del aporte mutuo entre empresas clientes y subcontratistas. Este aporte incluye nuevas tecnologías, know-how, herramientas de calidad y organización del trabajo, además de negociaciones sobre la política de precios, entre otros temas.” (Yacuzzi, 2012).

“Los objetivos principales del desarrollo de proveedores son, fundamentalmente, tres: lograr la reducción de los costos, ajustar la política de precios, y mejorar la tecnología, en sentido amplio”. (Yacuzzi, 2012). Así mismo, el desarrollo de proveedores permite que el concepto de cadena extendida sea una realidad, ya que al contar con planes de desarrollo para los

proveedores es posible lograr un trabajo mancomunado en busca de un mismo objetivo con excelentes resultados para los involucrados. (González, 2014)

Las empresas implementan la práctica de gestión o desarrollo de proveedores con proveedores estratégicos (Nagati et al. 2013). Así mismo, para lograr seguir siendo competitivas, las organizaciones implementan cada vez más programas de desarrollo de proveedores con el fin de mantener bases de suministro capaces y de alto rendimiento (MODI, Sachin, 2007). Algunos impulsores del cambio en el desarrollo de proveedores incluyen un cambio estratégico en las relaciones proveedor-cliente, el cambio tecnológico y el cambio en las personas. (Yacuzzi, 2012).

El desarrollo de proveedores debe ir de la mano con la gestión de las relaciones con el proveedor y la continua evaluación de estos. La evaluación del proveedor puede mejorar en gran medida el compromiso de los proveedores para cambiar su comportamiento (Prahinski y Fan, 2007, como se citó en Noorizadeh et al. 2021).

Mientras que la gestión de las relaciones, según el estudio de Castro-Castell et al (2016) se centra en elementos como el compromiso, la confianza y la coordinación, la interdependencia y la comunicación, como atributos de la relación que determinarán la contribución en el desarrollo conjunto, y la mejora continua en el rendimiento y desarrollo de los procesos.

Debido a esto, el concepto de socios de valor empieza a tomar importancia en la logística moderna donde la relación pasa de ser una relación netamente comercial a una relación estratégica. (González, 2014)

La importancia del desarrollo de proveedores se puede resumir en el impacto que poseen en la cadena de suministros, optimización de recursos y competitividad de una empresa. Gran parte del valor agregado que se genera en la subcontratación y/o materia prima no está bajo control directo de las empresas fabricantes, por lo tanto, cumplir con los requisitos de sus clientes depende en gran medida de las habilidades y destrezas de su base de proveedores (Hahn, 1990 como se citó en Miglierini et al. 2012).

2.2 Programas de desarrollo sobre proveedores

Una de las principales herramientas para llevar a cabo el desarrollo de los proveedores son los programas enfocados en dicho desarrollo. Según Charles Watts, un programa de desarrollo de proveedores está diseñado para crear y para mejorar varias capacidades de proveedores que son necesarias para que la organización compradora cumpla con sus crecientes desafíos competitivos. En efecto, los programas de desarrollo de proveedores suelen producir incrementos de productividad. (Yacuzzi, 2012).

Los programas de desarrollo que ponen en práctica las compañías, deben ser integrales dado que deben tomar en cuentas las ventajas y desventajas competitivas que poseen los proveedores, al igual que el objetivo de las empresas al implementarlos, procurando que el desarrollo sea sostenible en el tiempo. (González, 2014).

Sin embargo, las empresas se enfrentan a dificultades en la implementación de programas para desarrollo de proveedores tales como: convicciones culturales, problemas de índole laboral y dificultades los conceptos de la calidad (Yacuzzi, 2012). Así mismo, el autor señaló algunas herramientas para facilitar la gestión de los programas, donde se incluye la educación y el entrenamiento, la atención a la cultura organizacional, la motivación y las recompensas, y el ejercicio del liderazgo.

Los principales efectos de un buen programa sobre los proveedores son el incremento en la competitividad, refuerzo en sus debilidades y aumento en sus fortalezas de tal forma que sus bienes o servicios no suplan solamente las necesidades de la empresa cliente si no que esta mejora se vea reflejada en sus otros clientes. (González, 2014).

C. Industria Cacaotera

3. Cacao

Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO), en el mercado mundial del cacao existen dos grandes categorías comerciales de cacao en grano: cacao en grano “fino o de aroma” y cacao en grano “a granel” o “ordinario”. Generalmente, los granos de cacao fino o de aroma se producen a partir de variedades de árboles de cacao Criollo o Trinitario, a diferencia de los granos de cacao ordinario que provienen de árboles de Forastero. La caracterización del cacao por atributos de calidad permite agregarle valor por la diferenciación del producto. (Ventura et al. 2014)

Hablando específicamente del cacao fino, según la misma organización los criterios para evaluar la calidad del cacao son: el origen genético de la plantación, las características morfológicas de la planta, las características de sabor y las características químicas de los granos de cacao, el grado de fermentación, el secado, la acidez, los sabores extraños, el porcentaje de moho interno, la infestación de insectos y porcentaje de impurezas. Dado que algunos criterios son subjetivos, la Organización Internacional del Cacao (ICCO) desarrolló una guía para la nueva definición de trabajo de cacao fino o de aroma.

La participación del cacao fino en las exportaciones mundiales totales de cacao en grano es relativamente pequeña y actualmente se estima en alrededor del 12%. La principal región exportadora de cacao fino es América Latina, representando el 90% de las exportaciones mundiales de dicho cacao. Ecuador, República Dominicana y Perú son actualmente los tres principales exportadores de cacao fino en términos de volumen. Por otro lado, los principales países consumidores de cacao fino son Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Suiza, el Reino Unido y Japón. Así mismo, en América Latina también existe un gran mercado interno para el cacao fino, como Colombia, Brasil o México.

3.1 Cadena de suministro del cacao

Según la Fundación Mundial del Cacao (World Cocoa Foundation, WCF) la cadena de suministro del cacao está compuesta por ocho pasos, los cuales consisten en:

1. Cultivo de árboles de cacao:

El cacao generalmente es cultivado por pequeños agricultores en fincas. Se encuentra en regiones cálidas y húmedas, principalmente en África occidental, América Latina y el sudeste asiático. Hay tres variedades principales de árboles de cacao: Criollo, Trinitario y Forastero. Los árboles de cacao son más productivos durante unos 25 a 30 años. Toleran una amplia variedad de tipos de suelo, pero son vulnerables a la falta de agua y se necesitan buenas prácticas agrícolas para que los árboles de cacao prosperen.

2. Cosecha y rotura de vainas:

La cosecha consiste en retirar las vainas maduras y abrirlas para extraer los granos húmedos. Las vainas son aptas para la cosecha durante 3 a 4 semanas y se cosechan manualmente. Los

agricultores abren las vainas para retirar las semillas entre una semana y 10 días después de la cosecha.

3. Fermentación y secado:

Después de cosechar y dividir las mazorcas de cacao, los granos cubiertos de pulpa se almacenan en cajas o canastas y se cubren con hojas de plátano. La capa de pulpa se calienta al sol y fermentan los granos. Este proceso puede durar de tres a siete días. Tras la fermentación, los granos se secan, preferiblemente al sol, durante unos cinco a siete días. Ambos pasos son importantes para el sabor y calidad de los granos de cacao.

4. Abastecimiento y marketing:

Tras el secado, los granos se limpian para eliminar los defectos. Luego se pesan y se envasan en costales de yute. Los agricultores venden los sacos a un intermediario que representa a una empresa que se abastece directamente de los agricultores o transportan las bolsas a una empresa exportadora. La empresa exportadora inspecciona y clasifica el cacao y lo envía a un almacén cerca de un puerto.

5. Embalaje y envío:

Una vez los granos de cacao han sido clasificados y cargados en buques de carga, se envían en sacos de yute nuevos o a granel. Los granos de cacao sueltos se cargan en contenedores de envío o directamente en la bodega del barco, el llamado método "mega-bulk".

6. Procesamiento - Tostado y molido:

La etapa de procesamiento abarca el tostado y la molienda de los granos de cacao. El cacao se tuesta para reducir el contenido de agua. El tiempo y la temperatura del tueste son determinantes clave del sabor. Luego, las puntas se muelen para producir licor de cacao fino a altas temperaturas que se puede utilizar como ingrediente para chocolate. En caso contrario, se puede transformar en manteca de cacao.

7. Fabricación y Distribución:

Para la elaboración del chocolate se mezclan licor y manteca de cacao con insumos como azúcar, vainilla, emulsionantes y leche. Luego se someten a un proceso de refinación a través de una serie de rodillos

8. Venta minorista:

El paso final de la cadena incluye el envasado, la comercialización comercial y la venta al por menor. Los productos de chocolate se venden a través de mayoristas de tiendas de comestibles y en línea. Algunos fabricantes de chocolate tienen sus propias tiendas minoristas de marca para captar una base de consumidores más grande.

Se encuentra una infografía acerca de esta cadena en el anexo 1.

3.2 Certificaciones e Iniciativas

Dado que el mercado del cacao es tan amplio requiere de regulaciones y certificaciones para garantizar el origen y la calidad de las semillas de cacao. “Ante la premisa de cumplir con las exigentes normativas y brindar confianza a los consumidores, las empresas exportadoras han adoptado las certificaciones de distinta índole, como estrategia

para defender su sostenibilidad en mercados de cambios acelerados”. (Mora-Córdova et al. 2020).

La Organización Internacional del Cacao (ICCO) comenta que en el mercado físico se han desarrollado prácticas estándar establecidas por las principales asociaciones comerciales internacionales de cacao: la Federación de Comercio de Cacao Ltd. (FCC) y la Asociación de Comerciantes de Cacao de América, Inc. (CMAA). Por ejemplo, FCC distingue tres grados; Buena Fermentación (GF), Regular Fermentación (FF) y Regular Calidad Media (FAQ).

Para lograr una economía cacaotera sostenible se requiere tomar en consideración los problemas que afectan a los tres pilares de la sostenibilidad: económica, ambiental y social. Algunas de las principales certificaciones e iniciativas son: Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ Certification, Libre del Trabajo Infantil, Certificación FSC, etc. Por otro lado, algunos programas son: International Cocoa Initiative, Nestlé Cocoa Plan, ICCO Global Cocoa Agenda, Cocoa and Forest Initiative, Swiss Platform for Sustainable Cocoa, etc.

3.3 Industria en Nicaragua

El cacao es una industria con gran potencial en Nicaragua. (FAO, 2014). Según el Banco Central de Nicaragua (BCN), el cultivo de cacao es un producto nativo de nuestro país y todo el territorio es apto para su cultivo. Así mismo, existen tres variedades de cacao, las cuales son: forastero, criollo y trinitario. La producción de cacao se encuentra distribuida en las siguientes zonas del país: Caribe Sur (Nueva Guinea, Bluefields, Kukra Hill y la zona de Las Minas), Caribe Norte (Waslala, Río Coco, Siuna, Matagalpa y Jinotega) y Rivas.

Según las cifras de la Organización Internacional del Cacao (ICCO), en diciembre del año 2020, el 80% del cacao que exporta Nicaragua es cacao fino. Actualmente pertenecen 51 países productores y consumidores a la organización, incluyendo Nicaragua que ingresó a la lista de productores de cacao fino en el año 2015.

Nicaragua posee extensas áreas que son aptas para la producción de cacao, por ejemplo, la Costa Atlántica. Así mismo, cuenta con la mano de obra necesaria para aprovechar el recurso de la tierra. (Menocal, s.f.). El autor comenta que el cacao producido en Nicaragua tiene una excelente calidad lo cual le permite competir con grandes productores en el mercado internacional. Sin embargo, las cantidades disponibles para exportar cacao nicaragüense son insuficientes. Por otro lado, la industria del cacao de Nicaragua se enfrenta a dificultades como la falta de fomento y apoyo del gobierno (Menocal, s.f.). A su vez, se observan las debilidades productivas, tecnológicas, y financieras. (CBI, s.f).

Cabe destacar que, gracias a la iniciativa y esfuerzos de los productores de cacao, la Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua, organismos internacionales como el BID, cooperativas, ONGs, empresas nacionales como PROCACAO y extranjeras, el rendimiento y productividad de los productores de cacao nicaragüenses ha incrementado. (MLR, 2022). “Existen actores interesantes en la cadena de valor, partiendo de la Comisión Nacional del Cacao, el propio proyecto Cacaonica, las actividades de CATIE, la Cooperación Técnica del IICA, etc.” (CBI, s.f).

D. Perfil de Ritter Sport

Ritter Sport es una empresa familiar alemana dedicada a la fabricación y comercialización de chocolates y confitería de calidad premium. Fue fundada en 1912 por Alfred y Clara Ritter en Bad Cannstatt en Alemania, actualmente su sede se encuentra ubicada en Waldenbuch. En esta ciudad poseen fábricas, museos, taller de chocolates para niños y la más grande tienda de chocolate. La empresa se caracteriza por su enfoque único, funcional y de alta calidad, así mismo, la sostenibilidad siempre ha sido parte de su filosofía corporativa. Ritter Sport cuenta con un código de conducta el cual se divide en 9 principios: cumplimiento de normas, derechos humanos y responsabilidad social, prohibición del trabajo forzoso e infantil, condiciones de trabajo justas, integridad comercial, medio ambiente, sostenibilidad, bienestar animal y adhesión al código.

Ritter Sport ofrece una amplia variedad de chocolate premium y natural. Dentro de sus líneas ofrecen selección de cacao, variedad colorida, selección de frutos secos, versión vegana, versión mini, entre otras. La empresa tiene claro que la calidad de sus productos proviene de la calidad de sus proveedores y no solo con respecto al cacao, si no a los otros insumos necesarios para la producción de chocolate, por lo tanto, realizan una selección minuciosa de estos. Dentro de sus parámetros de selección se encuentra que el cacao debe ser cultivado de forma sostenible. Sus principales países proveedores de cacao son Nicaragua, Perú, Ghana, Costa de Marfil y Nigeria.

Ritter Sport ha estado presente en Nicaragua desde 1990, ha cooperado con más de 4,000 pequeños productores de cacao asociados a 23 organizaciones de productores y se estableció oficialmente con la plantación propia “El Cacao”. En 2018, la empresa lanzó al mercado su

primera barra de chocolate con cacao 100% nicaragüense. Dado que para la empresa la sostenibilidad forma parte integral de la cadena de suministro ha contribuido significativamente al desarrollo sostenible del sector cacao del país. Desde 2007 ha tomado iniciativas para ayudar a sus productores, empresas y socios nicaragüenses a trabajar hacia el mismo objetivo evaluando el desempeño sobre la sostenibilidad. Actualmente, el 80% de los productores vinculados con Ritter Sport están certificados y pueden garantizar que todo el cacao utilizado en la fabricación de sus chocolates provenga de plantaciones de cacao sostenible.

Para que esto sea posible la empresa ha trabaja en conjunto con organizaciones como Rainforest Alliance, el BID-LAB y las cooperativas Ríos de Agua Viva, APAC, Flor de Dalia, La Campesina, Nueva Waslala, Flor de Pancasán, COPESIUNA, COOMUVEMAR, COMUCOR, COMPOR, COOPROCAFUC, CACAONICA, Asociación de Madres Familiares y Víctimas de Guerra de Waslala, COOMBEDIOS, SOPEXCCA y COMUSASC. Uno de sus proyectos más recientes consiste en la tecnificación de los productores de cacao y de sus organizaciones para contribuir a su profesionalización. En este proyecto se aborda la rehabilitación de plantaciones, digitalización de la cadena de suministro, uso de herramientas digitales, agricultura de precisión, deforestación cero y compensación de carbono.

CAPÍTULO II: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día las empresas se enfrentan a consumidores y mercados más exigentes donde no sólo es importante el producto en sí, sino el origen de la materia prima con la que

fue elaborado. El compromiso con la responsabilidad social y ambiental está pasando de ser una moda y un valor agregado a ser algo necesario para mostrarse competitivo en el mercado global. Por ende, las empresas deben poseer proveedores competentes que les permitan satisfacer dichos requerimientos.

Cada vez una buena relación entre empresas y proveedores toma mayor relevancia, Así mismo, la tecnificación, capacidad de producción y certificaciones de los proveedores son cruciales para el producto del cual van a abastecer la materia prima. Existen casos donde el proveedor cuenta con el potencial de ser competente o posee el insumo específico que requiere la empresa más no cuenta con el conocimiento, certificaciones ni herramientas necesarias que exige el mercado. Es aquí donde las empresas optan por implementar programas de desarrollo de proveedores.

Tal es el caso de la empresa alemana Ritter Sport y su interés en el cacao nicaragüense. En Nicaragua se cuenta con las condiciones ambientales necesarias para cultivar el denominado “cacao fino” que utiliza Ritter Sport para elaborar su chocolate; sin embargo, la empresa se enfrenta a los diversos obstáculos como la falta de tecnificación, tecnología, etc. por parte de los productores. Ritter Sport optó por llevar a cabo diversos programas de desarrollo de las cooperativas de cacao, sin embargo, deben evaluar si la inversión que realiza brinda los resultados esperados, al igual que el punto de vista de las cooperativas acerca del apoyo. Por tanto, este estudio pretende investigar el impacto de las empresas en el desarrollo y productividad de sus proveedores de materia prima.

CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN

El fin de este estudio es determinar la percepción de las Cooperativas de Cacao acerca del aumento en su productividad tras el apoyo de los programas que les brinda Ritter Sport. “Mientras que la investigación que adopta el punto de vista del cliente indica que las actividades de desarrollo de proveedores tienen un impacto positivo en el desempeño del proveedor, pocos estudios han examinado la perspectiva del proveedor.” (Nagati, H., & Rebolledo, C. 2013).

Por ende, la investigación brindará un análisis de la relación entre la empresa y sus proveedores. De esta manera se espera ayudar a Ritter Sport Nicaragua S.A. a evaluar la inversión y el rendimiento de los programas realizados por medio de los resultados del estudio.

Es necesario tener evidencia de la percepción de los proveedores porque así Ritter Sport puede conocer la opinión de las cooperativas y dar solución a inquietudes o llegar a acuerdos con los que ambas partes estén más satisfechas. Así mismo, las encuestas a las cooperativas contarán con un apartado de preguntas abiertas acerca de sus necesidades y oportunidades de mejora. Esta información puede ser útil para Ritter Sport, ya que les permite identificar los puntos de apoyo que pueden brindar a sus proveedores, redirigiendo la inversión para lograr una mejora continua de la productividad. Como menciona Altamirano (2016), “el proveedor debe entender al igual que tú, la razón de ser de la organización, porque al final si la empresa crece él también lo hará” y viceversa.

CAPÍTULO IV: PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿El apoyo de Ritter Sport incide en la percepción de mejora de la productividad de los proveedores de cacao?
2. ¿Cómo perciben las Cooperativas de cacao el apoyo de Ritter Sport?
3. ¿El factor de capacitación afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao proveedoras de Ritter Sport?
4. ¿El factor de apoyo tecnológico afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao proveedoras de Ritter Sport?

CAPÍTULO V: OBJETIVOS

Objetivo General: Determinar la percepción acerca del incremento de la productividad de las Cooperativas de cacao con el apoyo de Ritter Sport Nicaragua S.A.

Objetivos específicos:

1. Relacionar el apoyo de Ritter Sport con la productividad de sus proveedores de cacao.
2. Determinar la percepción de las cooperativas de cacao acerca del apoyo de Ritter Sport.
3. Determinar si el factor capacitación afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao.
4. Determinar si el factor apoyo tecnológico afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao.

CAPÍTULO VI: HIPÓTESIS

Hipótesis 1:

Ho: Menos del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber tenido un incremento en su productividad.

Ha: Más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber tenido un incremento en su productividad. cacao.

Hipótesis 2:

Ho: Existe una percepción negativa acerca del apoyo de Ritter Sport por parte de las Cooperativas de cacao.

Ha: Existe una percepción positiva acerca del apoyo de Ritter Sport por parte de las Cooperativas de cacao.

Hipótesis 3:

Ho: Factor de capacitación no afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao.

Ha: Factor de capacitación afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao.

Hipótesis 4:

Ho: Menos del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber obtenido un incremento en su productividad a raíz del apoyo tecnológico recibido.

Ha: Más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber obtenido un incremento en su productividad a raíz del apoyo tecnológico recibido.

CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA

Este estudio se llevará a cabo por medio de un diseño descriptivo y no experimental. En este caso, se describe la percepción acerca del incremento en la productividad de las Cooperativas cacaoteras tras su relación con Ritter Sport Nicaragua S.A. No habrá intervención directa en los factores, sino que serán analizados en sus condiciones naturales. De igual forma, el estudio será de cohorte transversal ya que la información será recolectada en un único momento en el tiempo, se obtendrá una fotografía general acerca de los efectos de la relación entre la empresa y sus proveedores.

La población de estudio son la oficina de Matagalpa de Ritter Sport y las Cooperativas de cacao proveedoras de la empresa. Finalmente, el estudio tendrá un enfoque cuantitativo, el cual se realizará a través de encuestas acerca del impacto de la empresa a sus proveedores utilizando la escala de Likert.

CAPÍTULO VIII: ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN

Dado que la metodología del estudio es no experimental, de cohorte transversal y de enfoque cuantitativo se utilizará la encuesta como herramienta de recolección de datos. Dichas encuestas estarán dirigidas a los representantes de las Cooperativas de cacao que visiten las oficinas de Ritter Sport en Matagalpa. Se espera que las encuestas puedan ser realizadas de forma presencial para atender las dudas que surjan de las personas encuestadas, sin embargo, en caso que las Cooperativas no visiten el centro y se encuentren en lugares

distantes a las oficinas, se solicitará el apoyo de Ritter Sport para realizar las encuestas por vía telefónica.

Se utilizará la escala de Likert ya que permite evaluar la opinión y actitudes de las personas. En este caso, el objetivo de la encuesta será determinar la percepción acerca del aumento de la productividad de las cooperativas de cacao tras el apoyo de Ritter Sport.

La empresa trabaja con 17 Cooperativas de cacao ubicadas en diferentes zonas del país,. Para fines de esta investigación, se encuestará al total de Cooperativas de cacao que reciban apoyo de Ritter Sport.

Puesto que el centro de reunión de las Cooperativas se encuentra en Matagalpa, se coordinará con Ritter Sport visitas de campo al Centro de Acopio y de esta forma obtener la información de primera mano. Así mismo, se realizarán visitas a la oficina administrativa ubicada en Carretera Norte con el fin de recopilar información acerca de la empresa.

CAPÍTULO IX: HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

A. Encuesta

En este caso los datos fueron recolectados por medio de una encuesta dirigida a las 17 Cooperativas de cacao con las que trabaja Ritter Sport, con el fin de encontrar la percepción de estas Cooperativas acerca del impacto de la empresa en su productividad, abordando temas específicos como las capacitaciones y el apoyo tecnológico. La encuesta esta conformada por 27 preguntas cerradas y preguntas abiertas, así mismo, se hace uso de la

escala de Likert para medir la satisfacción de las Cooperativas. Dicha encuesta se encuentra en el anexo 3.

CAPÍTULO X: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

A. Variables Dependientes

1. Productividad

Definición conceptual: es un índice que relaciona producido por un sistema de salidas y los recursos utilizados para generarlos, es decir insumos. (Ros, J. 2014)

Definición operacional: se define y mide principalmente tomando en cuenta la cantidad producida por unidad de tierra, o rendimiento de los cultivos y el tiempo utilizado para lograr dicha producción. (Lazo Calle, A. J. 2013)

- **Percepción:** es la manera en la que el ser humano interpreta los hechos desde su experiencia y conocimiento dando como resultado una opinión, la cual es intangible y subjetiva.

2. Satisfacción de la relación proveedor-empresa

Definición conceptual: se define como el resultado de una relación exitosa entre la empresa y su proveedor, lo cual impacta directamente en el rendimiento de ambos. (Lamoureux, 2018)

Definición operacional: es utilizada como un índice para medir la relación entre la empresa Ritter Sport y las Cooperativas de cacao.

3. Factores de productividad

Definición conceptual: La productividad es impactada por distintos factores, incluyendo los siguientes: Calidad y disponibilidad de los recursos naturales, estructura de la industria y los cambios de los sectores, nivel de capital disponible, tecnología, calidad de los recursos humanos (la educación). (Alvares, 2009)

Definición operacional: son los factores que impactan en la productividad de los productores de cacao tales como: tierra, capital, tecnología, mano de obra, etc. (Córdova-Ávalos, 2001)

Variable	Nomenclatura	Descripción	Categoría
Percepción acerca el incremento de la productividad	Per_prod	Variable cualitativa que mide el nivel de percepción de las Cooperativas de cacao con respecto al incremento de su productividad tras el apoyo de Ritter Sport.	<u>Selección múltiple:</u> de 1-3 • 1: 5% - 8% • 2: 9% - 12% • 3: 13% - 16%
Satisfacción de la relación proveedor-empresa	Sat_rel	Variable cuantitativa que mide el nivel de satisfacción de las Cooperativas de cacao con respecto a la relación con Ritter Sport.	<u>Escala de Likert:</u> de 1-5 • 1: Totalmente en desacuerdo • 2: Desacuerdo • 3: Neutral

			• 4: De acuerdo • 5: Totalmente de acuerdo
Percepción de los factores que están relacionados con la productividad	Per_fact	Variable cualitativa que mide la percepción de las Cooperativas de cacao acerca de cuáles factores están relacionados a la productividad.	<u>Selección múltiple:</u> de 1-5 • 1: Capacitación • 2: Apoyo tecnológico • 3: Capital • 4: Motivación • 5: Tierra

B. Variables Independientes

1. Capacitación

Definición conceptual: es un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen. (Jaureguiberry, s.f.)

Definición operacional: Proceso orientado a la preparación técnica del recurso humano. (Hernández, 1999 citado en Bermúdez, 2015).

2. Apoyo tecnológico

Definición conceptual: Proceso que implica la conversión, aplicación o adecuación de las invenciones o ideas innovadoras de las personas para la obtención de beneficios o la generación de usos prácticos. (Speser, 2006)

Definición operacional: Es un proceso por el cual se comparte tecnología para mejorar la calidad y los procesos del cultivo, algunos ejemplos son programas de riego y tecnología postcosecha. (Kaimowitz, D. 1992)

Variable	Nomenclatura	Descripción	Categoría
Capacitación recibida	Cap_prod	Variable que mide si las Cooperativas de cacao han recibido capacitaciones por parte de Ritter Sport.	<u>Selección múltiple:</u> del 1-3 • 1: Una vez • 2: Dos veces • 3: Tres veces
Percepción sobre las capacitaciones recibidas	Per_Cap	Variable que mide la percepción de las Cooperativas de cacao acerca de las capacitaciones brindadas por Ritter Sport.	<u>Escala de Likert:</u> de 1 a 5 • 1: Totalmente en desacuerdo • 2: Desacuerdo • 3: Neutral • 4: De acuerdo • 5: Totalmente

Apoyo tecnológico recibido	Ap_tecno	Variable que mide si las Cooperativas de cacao han recibido apoyo tecnológico por parte de Ritter Sport.	<u>Selección múltiple:</u> del 1-3 • 1: Una vez • 2: Dos veces • 3: Tres veces
Percepción sobre el apoyo tecnológico recibido	Per_Tec	Variable que mide la percepción de las Cooperativas de cacao acerca del apoyo tecnológico brindado por Ritter Sport.	<u>Escala de Likert:</u> de 1 a 5 • 1: Totalmente en desacuerdo • 2: Desacuerdo • 3: Neutral • 4: De acuerdo • 5: Totalmente

CAPÍTULO XI: ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DE DATOS

En este caso se emplearán tablas de frecuencia para la hipótesis 1 y 2; en el caso de la hipótesis 3 y 4 se empleará la prueba estadística de tablas cruzadas en conjunto con chi cuadrado y el coeficiente de contingencia (*C*). Las tablas de frecuencia o distribución de frecuencias consisten en obtener un conteo del número de respuestas asociadas con distintos valores de una variable, y expresar esos conteos en términos de porcentajes. (Malhotra, N. K., & Ortiz Salinas, M. E. (2008).

Por otro lado, la tabulación cruzada consiste en una técnica estadística que describe dos o más variables de manera simultánea, y que produce tablas que reflejan la distribución conjunta de dos o más variables con un número limitado de categorías o valores distintivos. (Malhotra, N. K., & Ortiz Salinas, M. E. (2008). Los estadísticos asociados con la tabulación cruzada utilizados serán el chi cuadrado, el cual se utiliza para probar la significancia estadística de la asociación observada en una tabulación cruzada y permite determinar si existe una asociación entre las dos variables. La hipótesis nula, H_0 , plantea que no hay una asociación entre las variables.

La fórmula de chi cuadrado es:

$$f_e = \frac{n_r n_c}{n}$$

Donde:

n_r = número total en el renglón

n_c = número total en la columna

n = tamaño total de la muestra

El siguiente estadístico asociado a utilizar es el coeficiente de contingencia (C), el cual se utiliza como una medida de la fuerza de la asociación en una tabla de cualquier tamaño. Este coeficiente varía entre 0 y 1, el valor 0 ocurre cuando no hay una asociación y nunca se alcanza el valor máximo de 1. (Malhotra, N. K., & Ortiz Salinas, M. E. (2008).

A continuación se explicará a detalle las variables involucradas en cada hipótesis.

Para analizar la **hipótesis 1** se construirá una tabla de frecuencia utilizando la variable nominal “Percepción acerca del incremento de la productividad”, con la cual se buscará

probar si más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber tenido un incremento en su productividad.

Tabla de frecuencia - Hipótesis 1:

Ho: Menos del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber tenido un incremento en su productividad.

Ha: Más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber tenido un incremento en su productividad cacao.

Variables involucradas:

- Variable dependiente/ nominal: Percepción acerca del incremento de la productividad

Para analizar la **hipótesis 2** se construirá una tabla de frecuencia utilizando la variable ordinal “Satisfacción de la relación proveedor-empresa”, con la cual se buscará probar si existe una percepción negativa o positiva acerca del apoyo de Ritter Sport por parte de las Cooperativas de cacao.

Tabla de frecuencia - Hipótesis 2:

Ho: Existe una percepción negativa acerca del apoyo de Ritter Sport por parte de las Cooperativas de cacao.

Ha: Existe una percepción positiva acerca del apoyo de Ritter Sport por parte de las Cooperativas de cacao.

Variables involucradas:

- Variable dependientes/ ordinal: Satisfacción de la relación proveedor-empresa

Para analizar la **hipótesis 3** se construirá una tabla cruzada en la cual se relacionará la variable “Percepción acerca del incremento de la productividad” con la variable “Percepción

sobre las capacitaciones recibidas”, con el fin de probar el factor capacitación está asociada a la percepción del incremento en el rendimiento de las Cooperativas de cacao.

Tablas cruzadas - Hipótesis 3:

Ho: Factor de capacitación no afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao.

Ha: Factor de capacitación afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao.

Variables involucradas:

- Variable dependientes/ nominal dicotómica: Percepción acerca del incremento de la productividad
- Variable independiente/ ordinal: Percepción sobre las capacitaciones recibidas

Para analizar la **hipótesis 4** se construirá una tabla de frecuencia utilizando la variable ordinal “percepción sobre el apoyo tecnológico recibido”, con el fin de probar si el factor apoyo tecnológico está asociado al incremento en el rendimiento de las Cooperativas de cacao. Se realizará el supuesto de que el 80% de las respuestas son positivas (“de acuerdo”, “totalmente de acuerdo”), se considerará que la hipótesis nula no se cumple y el apoyo tecnológico sí estaría asociado al incremento en la productividad.

Tablas cruzadas - Hipótesis 4:

Ho: Menos del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber obtenido un incremento en su productividad a raíz del apoyo tecnológico recibido.

Ha: Más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber obtenido un incremento en su productividad a raíz del apoyo tecnológico recibido.

Variable independiente/ ordinal: Percepción sobre el apoyo tecnológico recibido.

CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE DATOS

A. Análisis descriptivo

Tabla 1
¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo de Ritter Sport?^a

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	15	88.2
	No	2	11.8
	Total	17	100.0

a. Fuente: Encuesta

En la tabla 1 se puede evidenciar que el 88.2% equivalente al 15 de las Cooperativas de cacao encuestadas afirman haber percibido un aumento en su productividad a raíz del apoyo de Ritter Sport, mientras que el 11.8% equivalente a 2 Cooperativas restantes niegan haber percibido un aumento en su productividad tras el apoyo de la empresa.

Tabla 2
Porcentaje de las cooperativas que reciben capacitación por parte de Ritter Sport

		Recuento	Porcentaje
¿Recibe capacitación por parte de Ritter Sport?	Si	17	100.0%
	No	0	0.0%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuesta

En la tabla 2 se puede observar que todas las Cooperativas de cacao encuestadas, siendo estas 17, afirman haber recibido capacitación por parte de Ritter Sport. Por lo tanto, se puede decir que la empresa está comprometida en instruir y apoyar a las Cooperativas con las que trabaja.

Tabla 3
Frecuencia de las capacitaciones brindadas por Ritter Sport

		Recuento	Porcentaje
¿Cuántas veces ha recibido capacitación?	Una vez	3	17.6%
	2 veces	7	41.2%
	3 veces	7	41.2%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuesta

En la tabla 3 se puede observar que el 17.6% de las Cooperativas ha recibido una vez capacitación, mientras que el 41.2% ha recibido dos veces capacitaciones por parte de Ritter Sport, finalmente el 41.2% restante afirman haber recibido tres veces capacitaciones de la empresa.

Tabla 4
Frecuencia de tipos de capacitaciones

		Respuest... N	Porcentaje de casos
Tipos de capacitaciones ^a	Buenas prácticas agrícolas	17	100.0%
	Sistemas de riego	4	23.5%
	Capacitación de maquinaria	7	41.2%
	Acondicionamiento de suelo	9	52.9%

a. Fuente: Encuesta

En la tabla 4 se puede observar que el 100% de las Cooperativas afirman haber recibido capacitaciones en buenas prácticas agrícolas, el 52.9% afirman haber recibido capacitación de acondicionamiento de suelos, el 41.2% afirman haber recibido capacitación de maquinaria y el 23.5% afirman haber recibido capacitaciones en sistemas de riego. De esta manera, se puede ver que Ritter Sport ofrece diversos tipos de capacitaciones a las Cooperativas.

Tabla 5
Percepción sobre el provecho de las capacitaciones que reciben las Cooperativas

		Recuento	% de N columnas
Considero que las capacitaciones recibidas fueron de ayuda y provechosas	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	1	5.9%
	Neutral	2	11.8%
	De acuerdo	7	41.2%
	Totalmente en de acuerdo	7	41.2%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuesta

En la tabla 5 se puede observar que la percepción sobre el provecho de las capacitaciones que reciben las Cooperativas en su mayoría positiva ya que el 41.2% están completamente de acuerdo con la afirmación, así mismo, el otro 41.2% están de acuerdo y únicamente el 5.9% de las Cooperativas se encuentran en desacuerdo.

Tabla 6
Percepción sobre el impacto en la productividad de las Cooperativas que reciben capacitaciones

		Recuento	Porcentaje
Considero que las capacitaciones recibidas han mejorado nuestra productividad	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	1	5.9%
	Neutral	2	11.8%
	De acuerdo	6	35.3%
	Totalmente en de acuerdo	8	47.1%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuesta

En la tabla 6 se puede observar que la percepción sobre el impacto de las capacitaciones que reciben las Cooperativas en su productividad es su mayoría positiva ya que el 47.1% de las encuestadas están completamente de acuerdo, el 35.3% están de acuerdo y solamente el 5.9% se encuentra en desacuerdo.

Tabla 7
Implementación de las capacitaciones recibidas por las Cooperativas

		Recuento	Porcentaje
Los conocimientos aprendidos fueron implementados	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	0	0.0%
	Neutral	0	0.0%
	De acuerdo	5	29.4%
	Totalmente en de acuerdo	12	70.6%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuesta

En la tabla 7 se puede observar que los conocimientos aprendidos en las capacitaciones fueron implementados en el 100% de las Cooperativas, este total se clasifica en 70.6% “totalmente de acuerdo” y el 29.4% restantes en “de acuerdo”.

Tabla 8
Opinión sobre la continuación de las capacitaciones de las Cooperativas

		Recuento	Porcentaje
Me gustaría seguir recibiendo capacitaciones por parte de la empresa	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	1	5.9%
	Neutral	2	11.8%
	De acuerdo	0	0.0%
	Totalmente en de acuerdo	14	82.4%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuesta

En la tabla 8 se puede observar que el 82.4% de las Cooperativas de cacao encuestadas desean continuar recibiendo capacitaciones por parte de Ritter Sport, esto se debe a que seleccionaron “totalmente de acuerdo”. Por otro lado, el 11.8% de estas se encuentran indiferentes a continuar las capacitaciones y el 5.9% no desean continuar con el programa de capacitación.

Tabla 9
Porcentaje de las Cooperativas de cacao que reciben apoyo tecnológico por parte de Ritter Sport

		Recuento	Porcentaje
¿Recibe apoyo tecnológico por parte de Ritter Sport?	Si	11	64.7%
	No	6	35.3%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuesta

Pasando al aspecto del apoyo tecnológico que imparte Ritter Sport, en la tabla 9 se observa que el 64.7% de las Cooperativas encuestadas reciben apoyo tecnológico por parte de la empresa, mientras que el 35.3% restante no reciben dicho apoyo.

Tabla 10
Frecuencia del apoyo tecnológico brindado por Ritter Sport

		Recuento	Porcentaje
¿Cuántas veces ha recibido apoyo tecnológico?	Una vez	8	72.7%
	2 veces	3	27.3%
	3 veces	0	0.0%
	Total	11	100.0%

Fuente: Encuesta

En la tabla 10 se muestra que el 72.7% de las Cooperativas han recibido sólo una vez apoyo tecnológico por parte de Ritter Sport, mientras que el 27.3% de estas han recibido alrededor de dos veces dicho apoyo.

Tabla 11
Tipo de apoyo tecnológico brindado por Ritter Sport

		Respuestas N	Porcentaje de casos
Tipo de apoyo tecnológico ^a	Nuevas maquinarias	4	36.4%
	Nuevos sistemas de inventario	4	36.4%
	Sistemas de riego	6	54.5%

a. Fuente: Encuesta

En la tabla 11 se muestra que el tipo de apoyo tecnológico que más han recibido las Cooperativas por parte Ritter Sport es el sistema de riego, siendo este el 54.5%. Por otro lado, apoyan al 36.4% de las Cooperativas con nuevas maquinarias y al 36.4% restante las apoyan con nuevos sistemas de inventario.

Tabla 12
Percepción sobre el provecho del apoyo tecnológico que reciben las Cooperativas

		Recuento	Porcentaje
Considero que el apoyo tecnológico recibido fue de ayuda y provechoso	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	0	0.0%
	Neutral	0	0.0%
	De acuerdo	4	36.4%
	Totalmente en de acuerdo	7	63.6%
	Total	11	100.0%

Fuente: Encuestas

En la tabla 12 se puede observar que la percepción sobre el provecho del apoyo tecnológico de las Cooperativas que lo reciben es positiva, esto quiere decir que consideran que es de ayuda. En este caso, el 63.6% seleccionaron la opción de “totalmente de acuerdo” y el 36.4% restante seleccionaron la opción de “de acuerdo”.

Tabla 13
Percepción sobre el impacto en la productividad de las Cooperativas que reciben apoyo tecnológico

		Recuento	Porcentaje
Considero que el apoyo tecnológico recibido ha mejorado nuestra productividad	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	0	0.0%
	Neutral	0	0.0%
	De acuerdo	4	36.4%
	Totalmente en de acuerdo	7	63.6%
	Total	11	100.0%

Fuente: Encuestas

En la tabla 13 se muestra que la percepción sobre el impacto en la productividad a raíz del apoyo tecnológico es positiva, ya que el 63.6% de las Cooperativas que reciben dicho apoyo

seleccionaron la opción de “totalmente de acuerdo” y el 36.4% restante seleccionaron la opción de “de acuerdo”.

Tabla 14
Opinión sobre la continuación del apoyo tecnológico a las Cooperativas

		Recuento	% de N columnas
Me gustaría seguir recibiendo apoyo tecnológico por parte de la empresa	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	0	0.0%
	Neutral	0	0.0%
	De acuerdo	0	0.0%
	Totalmente en de acuerdo	11	100.0%
	Total	11	100.0%

Fuente: Encuestas

En la tabla 14 se muestra que todas, o sea el 100% de las Cooperativas que reciben apoyo tecnológico por parte de Ritter Sport desean continuar siendo parte de este programa que ofrece la empresa.

Tabla 15
Porcentaje de las Cooperativas que desean recibir apoyo tecnológico

		Recuento	Porcentaje
¿Le gustaría recibir apoyo tecnológico por parte de la empresa?	Si	4	66.7%
	No	2	33.3%
	Total	6	100.0%

Fuente: Encuestas

En el caso de las Cooperativas que actualmente no reciben apoyo tecnológico por parte de Ritter Sport, el 66.7% de ellas desea recibir dicho apoyo, mientras que el 33.3% restante prefieren no recibirlo, esto quiere decir no formar parte de ese programa.

Tabla 16
Porcentaje en que ha incrementado la
productividad de las Cooperativas tras el apoyo
de Ritter Sport

		Recuento	Porcentaje
¿En qué porcentaje cree que ha incrementado su productividad con respecto al año anterior de recibir el apoyo de Ritter Sport?	5%–8%	4	26.7%
	9%–12%	4	26.7%
	13%–16%	7	46.7%
	Total	15	100.0%

Fuente: Encuestas

Previamente, en la tabla 1 se mostraba que el 88.2% de las Cooperativas de cacao encuestadas afirman haber percibido un aumento en su productividad a raíz del apoyo de Ritter Sport. En este caso, en la tabla 16 se muestra el porcentaje en el que ha incrementado dicha productividad, en el cual el 46.7% afirman haber incrementado entre el 13% - 16%, el 26.7% afirman haber incrementado entre el 9% - 12% y el 26.7% restante afirman haber incrementado entre el 5% - 8% d su productividad.

Tabla 17
Porcentaje sobre el efecto que han percibido las
Cooperativas

		Recuento	Porcentaje
¿Cuál es el efecto percibido en su productividad?	No cambió	2	100.0%
	Disminuyó	0	0.0%
	Total	2	100.0%

Fuente: Encuestas

Nuevamente, en la tabla 1 se mostraba que el 11.8% de las Cooperativas niegan haber percibido un aumento en su productividad tras el apoyo de la empresa. En la tabla 17 se observa que el 100% de estas Cooperativas no percibió ningún cambio, esto quiere decir que su productividad no aumentó ni disminuyó.

Tabla 18
**Percepción sobre la satisfacción de la relación proveedor-
 empresa por parte de las Cooperativas**

		Recuento	Porcentaje
Estoy satisfecho con la relación proveedor-empresa que tengo con Ritter Sport	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	1	5.9%
	Neutral	2	11.8%
	De acuerdo	4	23.5%
	Totalmente en de acuerdo	10	58.8%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuestas

En la tabla 18 se muestra la percepción sobre la satisfacción entre la relación entre las Cooperativas y Ritter Sport donde el 58.8% de están totalmente de acuerdo con que su relación es satisfactoria, el 23.5% está en de acuerdo, el 11.8% es indiferente a esta relación y el 5.9% están en desacuerdo, esto quiere decir que no están satisfecho con la actual relación. En términos generales, se podría decir que la relación entre la empresa y las Cooperativas es satisfactoria para la mayoría.

Tabla 19
**Factores que impacta en la productividad según las
 Cooperativas**

		Respuestas N	Porcentaje de casos
Factores que impactan la productividad ^a	Capacitación	14	82.4%
	Apoyo tecnológico	9	52.9%
	Capital	8	47.1%
	Motivación	6	35.3%
	Tierra	9	52.9%

a. Fuente: Encuestas

En la tabla 19 se muestra la creencia de las Cooperativas de cacao encuestadas con respecto a los factores que impactan en su productividad, en este caso los factores fueron: capacitación con el 82.4%, apoyo tecnológico con el 52.9%, tierra con el 52.9%, capital con el 47.1% y motivación con el 35.3%. Se puede observar que el factor que las Cooperativas consideran más relevante es la capacitación.

Tabla 20
Tabla cruzada ¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo Ritter Sport? ¿Considero que las capacitaciones recibidas han mejorado nuestra productividad?

		Considero que las capacitaciones recibidas han mejorado nuestra productividad					Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente en de acuerdo	
¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo de Ritter Sport?	Si	Recuento	0	0	1	6	15
		% de N totales de tabla	0.0%	0.0%	5.9%	35.3%	88.2%
	No	Recuento	0	1	1	0	2
		% de N totales de tabla	0.0%	5.9%	5.9%	0.0%	11.8%
	Total	Recuento	0	1	2	6	17
		% de N totales de tabla	0.0%	5.9%	11.8%	35.3%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 20 se puede observar la relación entre la variable “Percepción acerca del incremento de la productividad” y “Percepción sobre las capacitaciones recibidas”. El 88.2% de las Cooperativas afirman haber percibido un aumento en su productividad tras el apoyo de Ritter Sport, dentro de este porcentaje el 82.4% (47.1%- “totalmente de acuerdo”, 35.3%- “de acuerdo”) consideran que las capacitaciones recibidas están relacionadas a este incremento en la productividad. Por otro lado, el 11.8% de las Cooperativas niegan haber percibido un aumento.

Tabla 21
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.183 ^a	3	.007
Razón de verosimilitud	9.543	3	.023
Asociación lineal por lineal	8.363	1	.004
N de casos válidos	17		

Fuente: Elaboración propia

La tabla 21 muestra la prueba de chi-cuadrado, en este caso el valor de chi-cuadrado es 0.007, menor al 0.05.

Tabla 22
Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	.646	.007
N de casos válidos		17	

Fuente: Elaboración propia

La tabla 22 muestra las medidas simétricas, específicamente el coeficiente de contingencia el cual corresponde al valor de 0.646, lo que significa que existe una relación moderada-fuerte.

B. Análisis de hipótesis

a. Hipótesis 1

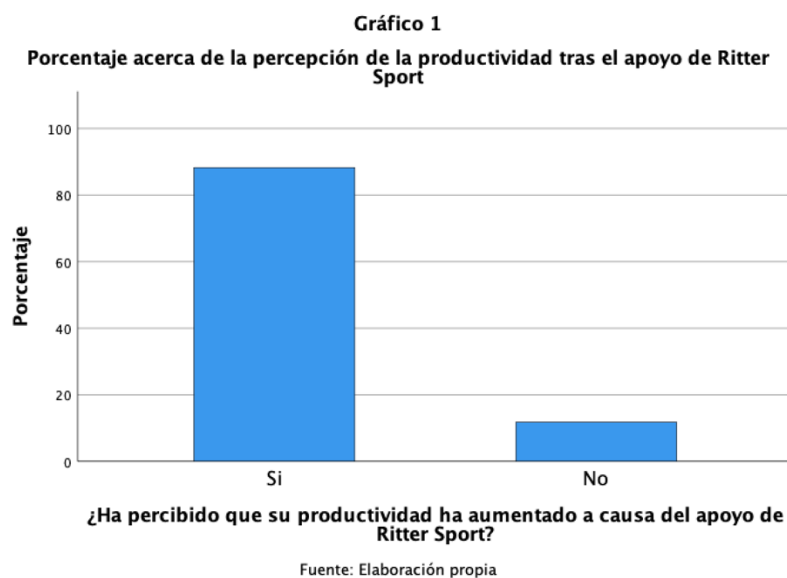
Ho: Menos del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber tenido un incremento en su productividad.

Ha: Más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber tenido un incremento en su productividad cacao.

Tabla 1
¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo de Ritter Sport?^a

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	15	88.2
	No	2	11.8
	Total	17	100.0

a. Fuente: Encuesta



En la tabla 1 se puede observar que el 88.2% de las Cooperativas de cacao afirman haber percibido un aumento en su productividad a causa del apoyo proporcionado por Ritter Sport, mientras que el 11.8% niega percibir dicho aumento en la productividad, por ende la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alternativa.

b. Hipótesis 2

Ho: Existe una percepción negativa acerca del apoyo de Ritter Sport por parte de las Cooperativas de cacao.

Ha: Existe una percepción positiva acerca del apoyo de Ritter Sport por parte de las Cooperativas de cacao.

Tabla 18
Percepción sobre la satisfacción de la relación proveedor-empresa por parte de las Cooperativas

		Recuento	Porcentaje
Estoy satisfecho con la relación proveedor-empresa que tengo con Ritter Sport	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	1	5.9%
	Neutral	2	11.8%
	De acuerdo	4	23.5%
	Totalmente en de acuerdo	10	58.8%
	Total	17	100.0%

Fuente: Encuestas

En la tabla 18 se puede observar que el 58.8% y el 23.5% de las Cooperativas encuestadas seleccionaron las opciones “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”, por ende, el 82.3% poseen una percepción positiva acerca de su relación con Ritter Sport. Esto quiere decir que la hipótesis nula se rechaza y se acepta la hipótesis alternativa.

c. Hipótesis 3

Ho: Factor de capacitación no afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao.

Ha: Factor de capacitación afecta la percepción sobre el incremento en la productividad de las Cooperativas de cacao.

Tabla 20
Tabla cruzada ¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo Ritter Sport? *¿Considero que las capacitaciones recibidas han mejorado nuestra productividad?

			Considero que las capacitaciones recibidas han mejorado nuestra productividad					
			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente en de acuerdo	Total
¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo de Ritter Sport?	Si	Recuento	0	0	1	6	8	15
		% de N totales de tabla	0.0%	0.0%	5.9%	35.3%	47.1%	88.2%
	No	Recuento	0	1	1	0	0	2
		% de N totales de tabla	0.0%	5.9%	5.9%	0.0%	0.0%	11.8%
	Total	Recuento	0	1	2	6	8	17
		% de N totales de tabla	0.0%	5.9%	11.8%	35.3%	47.1%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.183 ^a	3	.007
Razón de verosimilitud	9.543	3	.023
Asociación lineal por lineal	8.363	1	.004
N de casos válidos	17		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22**Medidas simétricas**

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	.646	.007
N de casos válidos		17	

Fuente: Elaboración propia

En este caso, el 88.2% de las Cooperativas afirman haber percibido un aumento en su productividad tras el apoyo de Ritter Sport, dentro de este porcentaje el 82.4% consideran que las capacitaciones recibidas están relacionadas a este incremento en la productividad. Mientras que el 11.8% de las Cooperativas niegan haber percibido un aumento. Así mismo, el chi cuadrado es de 0.007 menor a 0.05, lo que significa que la hipótesis nula se rechaza y acepta la hipótesis alternativa ya que existe una relación entre la capacitación y el aumento en la productividad de las Cooperativas. Finalmente, el coeficiente de contingencia posee el valor de 0.646, el cual significa una relación moderada-fuerte entre las variables involucradas. Se observa el gráfico correspondiente en el anexo 2.

d. Hipótesis 4

Ho: Menos del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber obtenido un incremento en su productividad a raíz del apoyo tecnológico recibido.

Ha: Más del 80% de las Cooperativas apoyadas por Ritter Sport afirma haber obtenido un incremento en su productividad a raíz del apoyo tecnológico recibido.

Tabla 13
Percepción sobre el impacto en la productividad de las
Cooperativas que reciben apoyo tecnológico

		Recuento	Porcentaje
Considero que el apoyo tecnológico recibido ha mejorado nuestra productividad	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	0	0.0%
	Neutral	0	0.0%
	De acuerdo	4	36.4%
	Totalmente en de acuerdo	7	63.6%
	Total	11	100.0%

Fuente: Encuestas

En la tabla 13 se muestra que el 63.6% y el 36.4% de las Cooperativas encuestadas seleccionaron las opciones “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”, por ende, el 100% consideran que el apoyo tecnológico brindado por Ritter Sport ha mejorado su productividad. Esto quiere decir que la hipótesis nula se rechaza y se acepta la hipótesis alternativa.

CAPÍTULO XIV: CONCLUSIONES

En conclusión, se analizaron cuatro diferentes hipótesis relacionadas al tema de “Percepción acerca del incremento en la productividad de las cooperativas de cacao derivado del apoyo de Ritter Sport Nicaragua S.A.”. Los datos para elaborar dicho análisis fueron recolectados por medio de encuestas destinadas a las Cooperativas de cacao proveedoras de Ritter Sport. Dichos datos fueron analizados por medio del uso de tablas de frecuencia y tablas cruzadas en conjunto con la prueba de chi-cuadrado y el coeficiente de contingencia.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes, las Cooperativas de cacao poseen una percepción positiva acerca del apoyo de Ritter Sport, por ende, la relación proveedor-empresa entre dichas Cooperativas y la empresa es satisfactoria. Así mismo, para Ritter Sport es sumamente importante instruir a las cooperativas con las que trabaja, como consecuencia,

el 100% de dichas cooperativas han formado parte de los programas de capacitaciones que ofrece la empresa.

Abordando específicamente el aspecto de capacitaciones, se concluyó que el 88.2% de las Cooperativas de cacao opinan que las capacitaciones afectan de forma positiva la percepción sobre el incremento en su productividad. Finalmente, más del 80% de las Cooperativas que han recibido apoyo tecnológico afirman haber obtenido un incremento en su productividad.

CAPÍTULO XV: RECOMENDACIONES

A. Recomendaciones para futuras investigaciones

Tras profundizar en el tema y analizar los resultados obtenidos las recomendaciones a las futuras investigaciones son las siguientes:

- La industria de cacao en Nicaragua es muy basta, lo que significa que se encuentran diversos aspectos como la cadena de suministros del cacao, los factores de producción del cacao, la internacionalización del cacao nicaragüense, las oportunidades de los productores nicaragüenses de cacao en el mercado internacional, entre otros, donde existe bastante material y que valdrían la pena ser investigados, además dichos temas son el punto de inicio o un mecanismo para desarrollar el sector en el país.
- En el caso específico de seguir con las Cooperativas de cacao, se recomienda estudiar a una muestra más grande para obtener valores más significativos sobre y para el sector. Se podría analizar por región o por zonas con mayores volúmenes.

B. Recomendaciones para Ritter Sport

Tras analizar los resultados obtenidos las recomendaciones para la empresa Ritter Sport son las siguientes:

- Realizar encuestas tras cada capacitación para conocer la percepción de las Cooperativas involucradas y así realizar los cambios pertinentes previo a las próximas capacitaciones.
- Ritter Sport podría incluir a más Cooperativas en su apoyo tecnológico.
- Ritter Sport podría llevar el estudio de la percepción a resultados más concretos acerca de la productividad estudiando directamente las fluctuaciones de esta tras recibir las capacitaciones y apoyo tecnológico. Un punto de comparación podrían ser los volúmenes de producción de la cooperativa antes y después del apoyo de la empresa.

CAPÍTULO XVI: BIBLIOGRAFÍA

Bermúdez Carrillo, L. A. (2015). Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes. *InterSedes*, 16(33), 01-25.

Castro-Castell, O.P., Yepes-Lugo, C. A., & Ojeda-Pérez, R. M. (2016). Desarrollo de proveedores. Elementos y procesos de promoción. *Clío América*, 10(19), 65–72.

González, L. F. (2014). *El impacto del desarrollo de proveedores en la cadena de suministros*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/13483>.

Herrera, J. L. (2012). *Productividad*. Palibrio.

Lazo Calle, A. J. (2013). Principales factores limitantes de la productividad de los cultivos de cacao y café de la pequeña agricultura de la Provincia de Leoncio Prado.

Miglierini, F. M., & Treviño, E. J. (2012). Factores que afectan el desarrollo de proveedores en una cadena de valor integrada. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 7(2).

Modi, S. B., & Mabert, V. A. (2007). Supplier development: Improving supplier performance through knowledge transfer. *Journal of operations management*, 25(1), 42-64.

Mora-Córdova, D. E., Lituma-Loja, A. A., & González-Illescas, M. L. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras.

Nagati, H., & Rebolledo, C. (2013). Supplier development efforts: The suppliers' point of view. *Industrial marketing management*, 42(2), 180-188.

Noorizadeh, A., Kuosmanen, T., & Peltokorpi, A. (2021). Effective purchasing reallocation to suppliers: insights from productivity dynamics and real options theory. *International Journal of Production Economics*, 233, 108002.

ONUDI. (2002). *Guía para el Desarrollo de Proveedores*. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL.

Paternina-Pedroza, H., Linares-Morales, J., & Hernandez-Ayala, K. (2019). Transferencia de tecnología y conocimiento en el sector exportador de bovinos. *IPSA Scientia, revista científica multidisciplinaria*, 4(1), 10-20.

Ventura, M., María, A., González, J., Rodríguez, O., & Almonte, J. (2014). Caracterización de los atributos de calidad del cacao (*Theobroma cacao* L.) del municipio de Castillo. *Revista Agropecuaria y Forestal APF*, 3(1), 55-60.

Watts, C. A., & Hahn, C. K. (1993). Supplier development programs: an empirical analysis. *International journal of purchasing and materials management*, 29(1), 10-17.

Yacuzzi, E. (2012). *Conceptos fundamentales del desarrollo de proveedores* (No. 486). Serie Documentos de Trabajo.

Yong, A., Calves, E., Ponce, M., Terán, Z., Ramírez, A., & Benítez, B. (2007). Las escuelas de agricultores como estrategia de capacitación para pequeños productores. *Cultivos Tropicales*, 28(4), 5-8.

Nicaragua, E. (2021). *Exporta Nicaragua*. Obtenido de Exporta Nicaragua: <https://revistanicaraguaexporta.com/ritter-sport-contribuye-al-desarrollo-del-sector-cacao-en-nicaragua/>

Sport, R. (s.f.). *Ritter Sport*. Obtenido de Ritter Sport: <https://www.ritter-sport.com/el-cacao>

Malhotra, N. K., & Ortiz Salinas, M. E. (2008). Investigación de mercados (5a. ed.). México: Pearson Educación

CAPÍTULO XVII: ANEXOS

Cadena de suministro del cacao



1. Cultivo de árboles de cacao

El cacao generalmente es cultivado por pequeños agricultores en fincas.

2. Cosecha y rotura de vainas

Retirar las vainas maduras y abrirlas para extraer los granos húmedos



3. Fermentación y secado

Este proceso puede durar de tres a siete días. Ambos pasos son importantes para el sabor y calidad de los granos de cacao.

4. Abastecimiento y marketing

Los agricultores venden los sacos de cacao a un intermediario.



5. Embalaje y envío

Una vez los granos de cacao han sido clasificados y cargados en buques de carga, se envían en sacos de yute nuevos o a granel.

6. Procesamiento - Tostado y molido

El cacao se tuesta para reducir el contenido de agua. Las puntas se muelen para producir licor de cacao fino usado en chocolates.



7. Fabricación y Distribución

Se mezclan licor y manteca de cacao con insumos como azúcar, vainilla, emulsionantes y leche. Luego se someten a un proceso de refinación

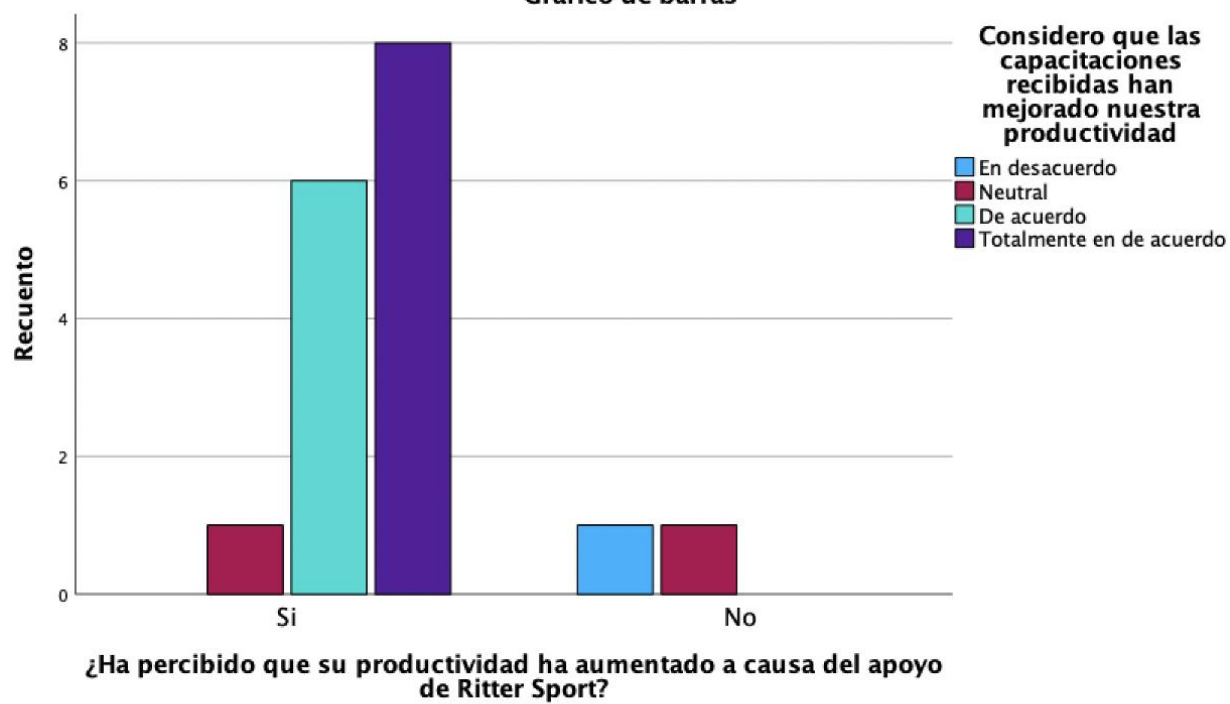
8. Venta minorista

El paso final de la cadena incluye el envasado, la comercialización comercial y la venta al por menor.



Anexo 2

Gráfico de barras



Fuente: Elaboración propia

**ENCUESTA ACERCA LA PERCEPCIÓN DE LAS COOPERATIVAS DE CACAO ACERCA EL
IMPACTO DE RITTER SPORT EN SU PRODUCTIVIDAD**

Nombre del encuestador: _____

Fecha de la encuesta: ____/____/____

Número de encuesta: _____

Propósito de la encuesta

El propósito de esta encuesta es recopilar información acerca de la experiencia y opinión de las Cooperativas de cacao sobre el impacto de Ritter Sport Nicaragua en su productividad. Se abordará específicamente capacitación y apoyo tecnológico.

Sección 1 – Datos generales sobre del informante

1. ¿A qué Cooperativa de Cacao pertenece?

2. ¿Cuál es el cargo que ocupa en dicha Cooperativa?

3. ¿En qué año fue fundada la Cooperativa?

4. ¿Cuántos productores de cacao conforman la Cooperativa?

5. ¿Cuánto tiempo lleva dicha Cooperativa trabajando con Ritter Sport?

6. ¿Cuántos volúmenes de cacao producen al año?

Sección 2 – Capacitaciones por parte de la empresa

7. ¿Recibe capacitación por parte de Ritter Sport?
 - Sí 1
 - No 2 -> p1.

8. En caso de seleccionar “sí”. Responda:

¿Cuántas veces ha recibido capacitación?

- Una vez ☐
- 2 veces ☐
- 3 veces ☐
- Otro: _____

9. ¿Cuál de estas capacitaciones ha recibido?

- | | Sí | No |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| – Buenas prácticas agrícolas | ☐ | ☐ |
| – Sistemas de riesgo | ☐ | ☐ |
| – Capacitación den maquinaria | ☐ | ☐ |
| – Control de plagas | ☐ | ☐ |
| – Acondicionamiento de suelo | ☐ | ☐ |

Otra: _____

10. Considero que las capacitaciones recibidas fueron de ayuda y provechosas

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
O	O	O	O	O

11. Considero que las capacitaciones recibidas han mejorado nuestra productividad

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
O	O	O	O	O

12. Los conocimientos aprendidos fueron implementados

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
O	O	O	O	O

13. Me gustaría seguir recibiendo capacitaciones por parte de la empresa

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
O	O	O	O	O

Responder p14. sólo si ha seleccionado "no" en p7.

14. ¿Le gustaría recibir capacitaciones por parte de la empresa?

- Si 1
- No 2

15. En caso de seleccionar "sí". Responda:

¿Qué le gustaría recibir como capacitación?

- Buenas prácticas agrícolas ☐
- Capacitación den maquinaria ☐
- Acondicionamiento de suelo ☐
- Otro: _____

Totalmente en desacuerdo 0	En desacuerdo 0	Neutral 0	De acuerdo 0	Totalmente de acuerdo 0
-------------------------------	--------------------	--------------	-----------------	----------------------------

21. Me gustaría seguir recibiendo apoyo tecnológico por parte de la empresa

Totalmente en desacuerdo 0	En desacuerdo 0	Neutral 0	De acuerdo 0	Totalmente de acuerdo 0
-------------------------------	--------------------	--------------	-----------------	----------------------------

Responder p22. sólo si ha seleccionado "no" en p16.

22. ¿Le gustaría recibir apoyo tecnológico por parte de la empresa?

- Si 1
- No 2

Sección 3 – Apoyo tecnológico por parte de la empresa

16. ¿Recibe apoyo tecnológico por parte de Ritter Sport?

- Si 1
- No 2 -> p21.

17. En caso de seleccionar "sí". Responda:

¿Cuántas veces ha recibido capacitación?

- Una vez ☐
- 2 veces ☐
- 3 veces ☐

Otro: _____

18. ¿Cuál de los siguientes ha recibido?

- | | Sí | No |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| - Nuevas maquinarias | ☐ | ☐ |
| - Nuevos sistemas de inventario | ☐ | ☐ |
| - Sistemas de riego | ☐ | ☐ |
| - Otra: _____ | | |

19. Considero que el apoyo tecnológico recibido fue de ayuda y provechoso

Totalmente en desacuerdo 0	En desacuerdo 0	Neutral 0	De acuerdo 0	Totalmente de acuerdo 0
-------------------------------	--------------------	--------------	-----------------	----------------------------

20. Considero que el apoyo tecnológico recibido ha mejorado nuestra productividad

Sección 4 – Opinión acerca productividad

22. ¿Ha percibido que su productividad ha aumentado a causa del apoyo de Ritter Sport?

- Si 1
- No 2 -> p24.

23. En caso de seleccionar "sí". Responda:

¿En qué porcentaje cree que ha incrementado su productividad con respecto al año anterior de haber recibido el apoyo de Ritter Sport?

- 5% - 8% 1
- 9% - 12% 2
- 13% - 16% 3
- Otro: _____

Responder p24. sólo si ha seleccionado "no" en p22.

24. En caso de seleccionar "no". Seleccione:

¿Cuál es el efecto percibido en su productividad?

- No cambió 1
- Disminuyó 2

25. Estoy satisfecho con la relación proveedor-empresa que tengo con Ritter Sport

Totalmente en desacuerdo 0	En desacuerdo 0	Neutral 0	De acuerdo 0	Totalmente de acuerdo 0
-------------------------------	--------------------	--------------	-----------------	----------------------------

26. ¿Qué factores cree que están relacionados con la productividad?

- Capacitación
- Apoyo tecnológico
- Capital
- Motivación
- Tierra
- Otro: _____

¡Muchas gracias por su colaboración!