



# III SIMPOSIO INTERNACIONAL

PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA  
COLEGIO MAYOR  
DE ANTIOQUIA®

*Acreditados*  
en ALTA CALIDAD



Alcaldía de Medellín



**III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL**  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

# Hábitos de consumo del chocolate

Adriana Manco Vides

Nancy Daniela Giraldo Valencia

Estudiantes de Tecnología en Gestión de Servicios Gastronómicos

Facultad de administración

Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia

Medellín – Colombia

2020

**VIGILADA** por el Ministerio de Educación Nacional



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA  
**COLEGIO MAYOR  
DE ANTIOQUIA®**

*Acreditados*  
en ALTA CALIDAD



**Alcaldía de Medellín**



III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

# Planteamiento del problema



*Por Iriberry, 2019.*



*Por Alvarado, 2019.*



III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

# Planteamiento del problema



*Por Ballarín, 2017.*



*Por Delphine, 2019.*

VIGILADA por el Ministerio de Educación Nacional



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA  
COLEGIO MAYOR  
DE ANTIOQUIA®

Acreditados  
en ALTA CALIDAD

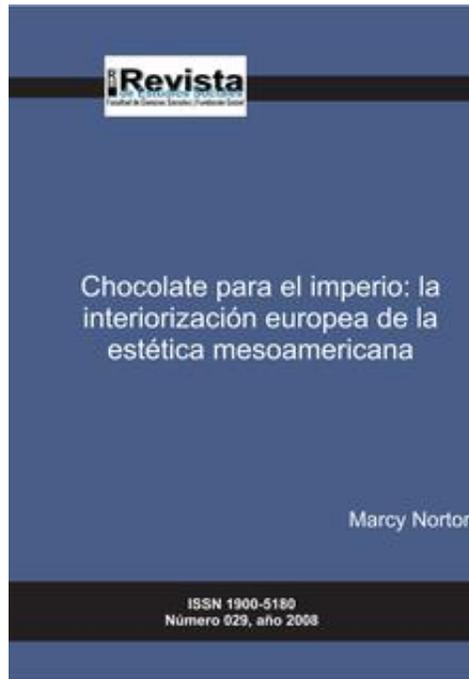


Alcaldía de Medellín



III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

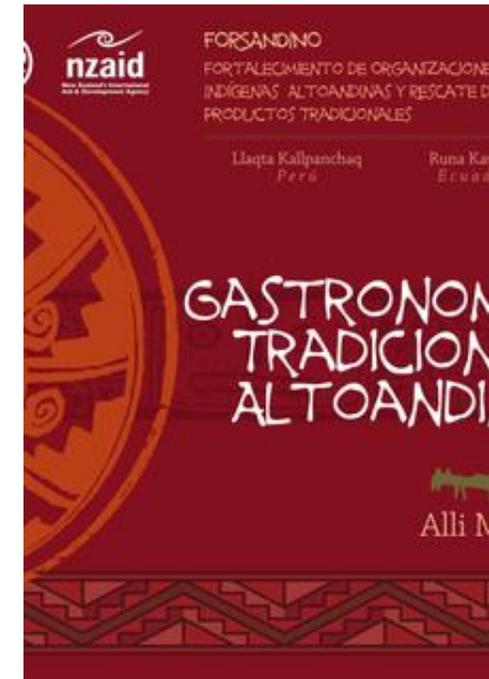
# Marco teórico



Por Norton, 2009.



Por Villamil, Aidé, 2019.



Por Mikuy, 2010.





**III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL**  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

# Objetivos

## Objetivo general:

- Evaluar la percepción frente a la bebida del chocolate.

## Objetivos Específicos:

- Conocer los hábitos del consumo del chocolate.
- Identificar motivadores e inhibidores para consumir el chocolate como bebida.
- Evaluar la aceptación del chocolate.





III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

# Metodología exploratoria con enfoque cualitativo



*Por Pérez, 2018.*



*Por Delphine, 2019.*



*Por Robley, 2016.*



**III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL**  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

# Resultados





# Resultados





# Conclusiones

- Las personas se dan cuenta que se ha perdido el consumo de chocolate artesanal por productos más fáciles de preparar.
- El chocolate es un alimento que conecta generaciones y vincula vivencias del pasado con solo sentir su aroma o sabor.
- Sus diferentes características lo convierten en la opción preferida a la hora de escoger entre el chocolate tradicional y el instantáneo.





**III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL**  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

# Bibliografía

Dinero. (11 de 12 de 2015). *Dinero*. Obtenido de La competencia de las bebidas achocolatadas para conquistar el desayuno de los colombianos: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/la-competencia-bebidas-achocolatadas-para-conquistar-desayuno-colombianos/215915>

El espectador. (11 de noviembre de 2016). *El espectador*. Obtenido de El chocolate busca posicionarse como bebida en Colombia: <https://www.elespectador.com/noticias/economia/el-chocolate-busca-posicionarse-como-bebida-en-colombia/>

Fedecacao. (23 de Abril de 2015). *Fedecacao*. Obtenido de <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/2015-04-23-20-00-31/investigacion>

Hernández, F. (08 de 03 de 2018). *Gourmet de México*. Obtenido de Chocolate, cultura y tradición que rompe barreras: <https://gourmetdemexico.com.mx/sin-categoria/chocolate-cultura-y-tradicion-que-rompe-barreras/>

Melara, J. (02 de 05 de 2018). *Cocina fácil*. Obtenido de 10 beneficios del cacao: <https://www.cocinafacil.com.mx/tips-de-cocina/10-beneficios-del-cacao/>

Mikuy, A. (2010). *Gastronomía tradicional Altoandina*. Lima - Perú: D - FAO.

NORTON, M. (2008). Chocolate para el imperio: la interiorización europea de la estética mesoamericana. *Revista de Estudios Sociales*, 42-69.

Norton, M. (2018). Chocolate para el imperio: la interiorización europea de la estética mesoamericana. *Revista de estudios sociales*, 029.

Quingaísa, E., & Riveros, H. (Noviembre de 2007). *FAO*. Obtenido de ESTUDIO DE CASO: DENOMINACION DE ORIGEN "CACAO ARRIBA": [http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Santiago/Documentos/Estudios%20de%20caso/Cacao\\_Ecuador.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Santiago/Documentos/Estudios%20de%20caso/Cacao_Ecuador.pdf)

RCNradio. (17 de Julio de 2020). *RCNradio*. Obtenido de <https://www.rcnradio.com/colombia/desafios-en-la-comercializacion-de-cacao-en-colombia>

Valenzuela, A. (09 de 2007). *Scielo*. Obtenido de EL CHOCOLATE, UN PLACER SALUDABLE: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-75182007000300001&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-75182007000300001&script=sci_arttext)

Villamil, P., & Janeth, A. (2019). *El cacao desde la ciencia: de la semilla al chocolate*. Universidad Industrial Santander. Obtenido de [https://elibro.net/es/ereader/colmayor/129274?as\\_title\\_name=cacao&as\\_title\\_name\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/colmayor/129274?as_title_name=cacao&as_title_name_op=unaccent__icontains&prev=as)





**III SIMPOSIO  
INTERNACIONAL**  
PARA LA INNOVACIÓN Y EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL

# Muchas gracias

**VIGILADA** por el Ministerio de Educación Nacional



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA  
**COLEGIO MAYOR  
DE ANTIOQUIA®**

*Acreditados*  
en **ALTA CALIDAD**



**Alcaldía de Medellín**