



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

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

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





**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