



*Innovación y desarrollo socioeconómico en la competitividad de las industrias
chocolateras _ Ecuador*

*Innovation and socioeconomic development in the competitiveness of the
chocolate industries _ Ecuador*

*Inovação e desenvolvimento socioeconómico na competitividade das indústrias
de chocolate _ Equador*

Cecilia Cristina Mendoza-Bazantes ^I
cmendoza@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-1276-5847>

William Adrián Quinatoa-Quinatoa ^{II}
william.quinatoa@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0000-5294-5741>

Verónica Susana Soto-Benítez ^{III}
vssoto@espe.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9418-8929>

Paola Gabriela Montoya Méndez ^{IV}
paomont18@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0003-1116-6065>

Correspondencia: cmendoza@unach.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 02 de mayo de 2024 * **Aceptado:** 10 de junio de 2024 * **Publicado:** 17 de julio de 2024

- I. Docente Investigadora de la Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.
- II. Licenciado en Administración de Empresas, Ecuador.
- III. Docente en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador.
- IV. Docente de área de comunicación organizacional, Ecuador.

Resumen

Este artículo pretende interrelacionar; Innovación y desarrollo socioeconómico en la competitividad de las industrias chocolateras _ Ecuador es uno de ejes principales que tiene esta zona, se da en talleres de elaboración y producción de chocolate que funcionan de una manera artesanalmente, este emprendimiento novedoso ha hecho que sea reconocido a nivel mundial por su calidad en las tablas de chocolate y su atención al cliente que ha sido muy eficiente.

Se implementó diferentes objetivos tanto generales como específicos y también se planteó diferentes hipótesis que con la ayuda de un exhaustivo estudio se podrá corroborar y verificar si las hipótesis planteadas mediante una realización de encuestas a al personal que elabora y produce del chocolate.

En el capítulo metodológico se propone el método hipotético-deductivo, este método investigativo permitirá si se acepta o se rechaza las hipótesis planteadas con la ayuda del chi cuadrado y el análisis de las variables con la herramienta SPSS.

Palabras clave: Innovación; Desarrollo; Estrategias; Procesos; Producción.

Abstract

This article aims to interrelate; Innovation and socioeconomic development in the competitiveness of the chocolate industries _ Ecuador is one of the main axes that this area has, it occurs in chocolate making and production workshops that operate in an artisanal way, this innovative venture has made it recognized worldwide. worldwide for its quality in its chocolate bars and its customer service, which has been very efficient.

Different general and specific objectives were implemented and different hypotheses were also proposed that, with the help of an exhaustive study, the hypotheses proposed could be corroborated and verified by conducting surveys of the personnel who make and produce chocolate.

In the methodological chapter, the hypothetico-deductive method is proposed. This investigative method will allow whether the hypotheses raised are accepted or rejected with the help of the chi square and the analysis of the variables with the SPSS tool.

Keywords: Innovation; Development; Strategies; Processes; Production.

Resumo

Este artigo pretende inter-relacionar; Inovação e desenvolvimento socioeconómico na competitividade das indústrias do chocolate _ O Equador é um dos principais eixos que esta área possui, ocorre em oficinas de fabrico e produção de chocolate que operam de forma artesanal, este empreendimento inovador tornou-o reconhecido mundialmente pela. barras de chocolate e o atendimento que tem sido muito eficiente.

Foram implementados diferentes objectivos gerais e específicos e foram também propostas diferentes hipóteses que, com a ajuda de um estudo exaustivo, as hipóteses propostas poderiam ser corroboradas e verificadas através da realização de inquéritos ao pessoal que fabrica e produz chocolate.

No capítulo metodológico é proposto o método hipotético-dedutivo. Este método investigativo permitirá se as hipóteses levantadas são aceites ou rejeitadas com o auxílio do qui-quadrado e a análise das variáveis com a ferramenta SPSS.

Palavras-chave: Inovação; Desenvolvimento; Estratégias; Processos; Produção.

Introducción

La siguiente investigación tiene con finalidad identificar los aspectos más destacados de la industria chocolatera y su Innovación y desarrollo socioeconómico en la competitividad de las industrias chocolateras en el Ecuador; como es de conocimiento al público se sabe que el chocolate es un producto que sus raíces han trascendido a nivel mundial.

Entrando más en contexto, Ecuador se ha reconocido principalmente por su gran actividad comercial siendo así un importante mercado emprendedor a nivel internacional, encontramos varias actividades, como es la actividad agrícola, curtimbre y el comercio de diversos productos. Pero el que más destaca dentro de estos comercios y emprendimientos es el sector del chocolate ya que tiene su sustento dentro del área de producción y comercialización.

Es por eso por lo que se ha planteado conocer más acerca de su desarrollo económico y de igual manera el cómo se ha ido innovando desde sus inicios hasta la actualidad y el cómo de igual manera llego a ser reconocido este producto gracias a su comercialización; cabe recalcar que la actitud en buscar salir adelante y de generar recursos, el estudio elaborado de esta investigación en las ramas de desarrollo productivo e innovación socioeconómica, hacen que el siguiente trabajo se relacione de una mejor manera con la investigación a realizar, principalmente como mencionamos

anteriormente en las ramas de innovación y desarrollo que permiten y ayudan a las empresas en este caso en el sector chocolatero tener un desempeño mejor ante la competitividad y el desarrollo socioeconómico, Según, (Peiró, 2019) Innovar es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores.

La innovación es todo cambio basado en el conocimiento de la persona o sociedad que va ganando a lo largo de su vida laboral y profesional. Aporta nuevas ideas u opciones que permitan cubrir las necesidades de los consumidores. Todo esto con el fin de crear nuevos productos que ayuden a las personas a seguirse desarrollándose económica y socialmente para tener un gran éxito en el mercado laboral.

El desarrollo socioeconómico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico social de sus habitantes. (Hamilton, 2015)

Se interpreta de igual manera socioeconómico a todo lo relacionado con temas sociales y económicos. Por una parte, lo social hace referencia a toda la población en general que consta de individuos que habitan en la misma región, todo aquello mencionado se combina con lo económico que es el patrimonio y los ingresos que las personas con la finalidad de poder satisfacer sus necesidades mediante la administración de estos mismos bienes. (Pérez, 2021).

Es decir, busca mejorar la calidad de vida y económica a largo plazo de una empresa o cualquier emprendimiento que tiene la capacidad de surgir en todos los ámbitos productivos de una forma sostenible y progresiva. En conclusión, es un proceso que busca analizar y señalar las necesidades sociales con el objetivo de crear e implementar estrategias que aborden las necesidades de los emprendedores.

Las empresas o talleres chocolateros han tenido una importante actividad económico dentro de la región, al igual que la innovación que ha generado mediante la importación de maquinaria tecnológica para la elaboración del producto. Estas iniciativas que caracterizan a estas microempresas ayudan al desarrollo sostenible de las parroquias dentro de la ciudad. Pero a pesar de ser una actividad fuerte en el desarrollo socioeconómico, como toda empresa enfrenta desafíos que debe superar como es la competencia chocolatera de otros sectores por lo que los talleres chocolateros deben seguir innovándose cada día para mantener una posición firme y garantizar su existencia laboral y su respectivo comercio. (Compravende, 2023).

se empleó el método hipotético-deductivo, que permitirán plantear y comprobar la siguiente hipótesis, la innovación de las industrias chocolateras, y el desarrollo socioeconómico, la investigación descriptiva se centra en lo que es dentro de la metodología no experimental, entonces siendo así como su propio nombre lo menciona, la investigación descriptiva consiste en describir una situación real mediante la observación y análisis de preguntas que se realiza a una respectiva muestra de personas dentro de una organización, todo ello con la finalidad de que esas mismas personas ayuden proporcionando con la información necesaria para los investigadores o encuestadores. (Sanz & Meseguer, s/f), trabajando con una muestra de 25 empresas como representación, dando referencia a que una población es una organización o un conjunto de personas para estudiar, es una comunidad de personas o individuos de los que se quiere recolectar información. Esta población puede ser finita o infinita según en la localidad donde se quiera realizar la toma de información para su respectivo estudio. (Giani, 2022).

La hipótesis es una afirmación que puede ser cierta o no cierta según la fiabilidad que esta genere. Se formula la hipótesis en base a un indicio o una serie de hechos, las cuales se les puede sumar determinados supuestos. Se caracteriza principalmente por la evidencia científica o un conjunto de argumentos que cuenten con un sustento adecuado para ser estudiado, de lo contrario no tendría sentido realizar un trabajo investigativo sin un sustento firme. (Westreicher, 2020)

Como último punto a concluir se define que el chocolate es un producto muy innovador y su desarrollo económico es importante; por esta misma razón esta investigación tratara de recalcar su desarrollo y su innovación con la finalidad de conocer como ha trascendido y ver que les falta para seguir adelante en este novedoso desarrollo, se tratara de diseñar y reconocer varias estrategias innovadoras que ayudan con la producción y desarrollo del chocolate para su consumo.

Análisis e interpretación

¿Cuál es el nivel de producción de chocolate que genera semanalmente en su taller?

Tabla 1: Nivel de producción del chocolate

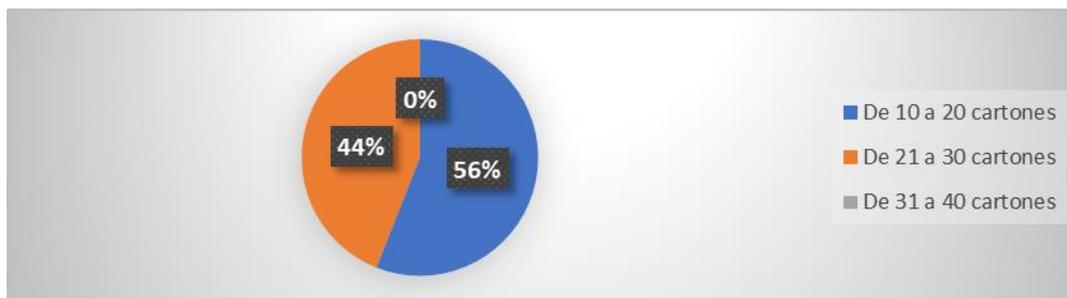
Respuestas	Intervalo	Porcentaje
De 10 a 20 cartones	14	56%
De 21 a 30 cartones	11	44%
De 31 a 40 cartones	0	0%

Total	25	100%
-------	----	------

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 1: Nivel de producción del chocolate.



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 0% corresponde a la opción de 31 a 40 cartones que los chocolateros ignoraron ese literal, mientras que el 44% optaron que producen de 21 a 30 cartones semanales de chocolate, y el ultimo 56% sostuvo que su nivel de producción alcanza su máximo de 10 a 20 cartones. Estos valores se dan en base al incremento en el precio de la materia prima en este caso del cacao, lo que dificulta su producción para la producir más chocolate.

¿Cuál es el nivel de participación en el mercado con la venta del producto?

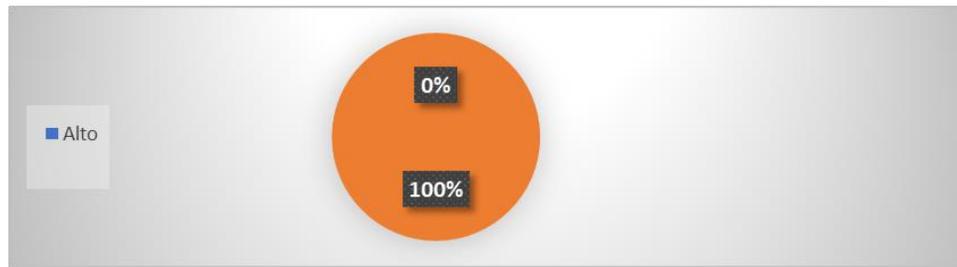
Tabla 2: Nivel de participación en el mercado del chocolate

Respuestas	Intervalo	Porcentaje
Alto	0	0%
Medio	25	100%
Bajo	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 2: Nivel de participación en el mercado del chocolate



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 0% corresponde a que su nivel de participación en el mercado no es ni baja ni alta, en cambio el 100% de representantes chocolateros afirma que su nivel de participación es medio y que se mantiene ahí hasta la fecha debido al incremento en materia prima y por la crisis económica que enfrenta el país en general. Cabe mencionar que hace algunos años atrás su participación en el mercado era considerable debido a la alta demanda del chocolate que se generaba en ese entonces.

¿En su taller posee maquinaria con alta tecnología para el procesamiento del chocolate?

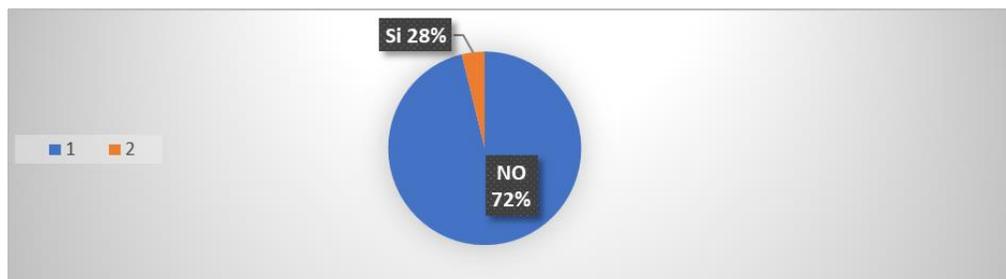
Tabla 3: Maquinaria innovadora dentro de su taller.

Respuestas	Intervalo	Porcentaje
Si	7	28%
No	18	72%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 3: Maquinaria innovadora dentro de su taller.



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 28% de los representantes de los talleres de producción del chocolate cuenta con maquinaria de tecnología que les beneficia de una mejor manera, mientras que el 72% no cuenta con maquinaria avanzada dentro de su taller. Esto afirma que ya mayoría de talleres chocolateros trabaja de forma artesanal para la elaboración del chocolate lo cual en ocasiones esto arduo trabajo se demora un poco más que los talleres que poseen maquinaria novedosa.

¿Cuál es el nivel de ingresos que recibe por la venta del chocolate semanal?

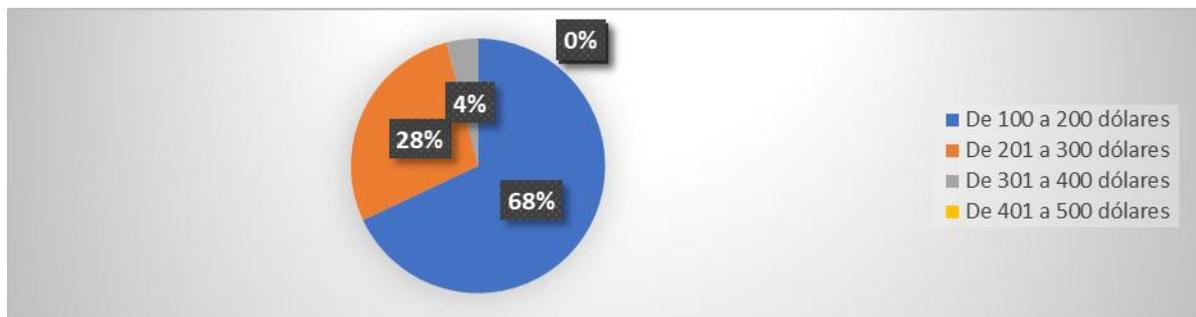
Tabla 4: Nivel de ingresos por el chocolate.

Respuestas	Intervalo	Porcentaje
De 100 a 200 dólares	17	68%
De 201 a 300 dólares	7	28%
De 301 a 400 dólares	1	4%
De 401 a 500 dólares	0	0%
Otros	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 4: Nivel de ingresos por el chocolate.



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 0% de sus ingresos no sobre pasa los 400\$, el 4% sus ingresos son de 301 a 400\$, el 28% oscilan entre los 201 a 300\$ y por último el 68% señalo que sus ingresos son de 100 a 200\$ generados todos semanalmente.

¿Por cuál de los siguientes criterios sus clientes prefieren adquirir su producto?

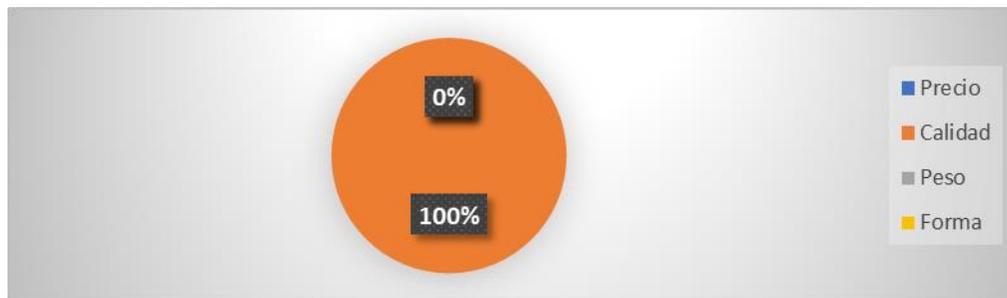
Tabla 5: Calidad de las tabletas de chocolate.

Respuesta	Calidad	Porcentaje
Precio	0	0%
Calidad	25	25%
Peso	0	0%
Forma	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 5: Calidad de las tabletas de chocolate.



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 0% corresponde a precio, forma y peso, y que el 100% de los representantes chocolateros indico que los clientes adquieren su producto más por la calidad que ellos ofrecen porque su producto es elaborado del cacao más fino a diferencia de otros.

¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes al momento de adquirir el chocolate?

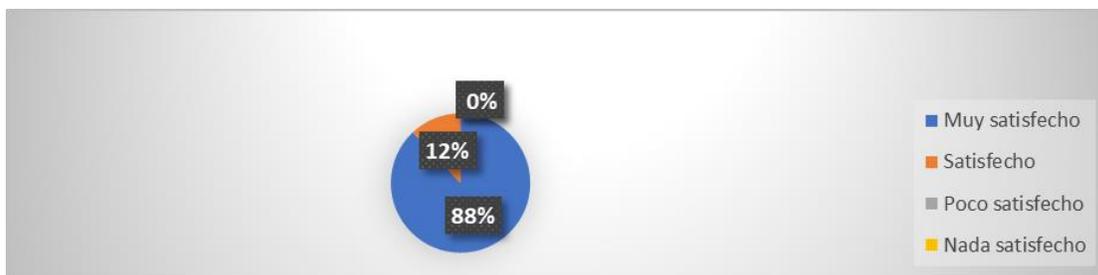
Tabla 6: Nivel de satisfacción del cliente por el chocolate.

Respuesta	Intervalo	Porcentaje
Muy satisfecho	22	88%
Satisfecho	3	12%
Poco satisfecho	0	0%
Nada satisfecho	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 6: Nivel de satisfacción del cliente por el chocolate.



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 0% corresponde a poco satisfecho y nada satisfecho, el 12% de los clientes que compran el chocolate se sienten satisfechos, mientras que el 88% están muy satisfechos en cuanto al chocolate que compran en los diferentes talleres. Por lo tanto, cada taller chocolatero cuenta con su propia cartera de clientes que ya sabe que tal es el producto que compran.

¿Ha pensado diversificar la cartera de productos a base del chocolate?

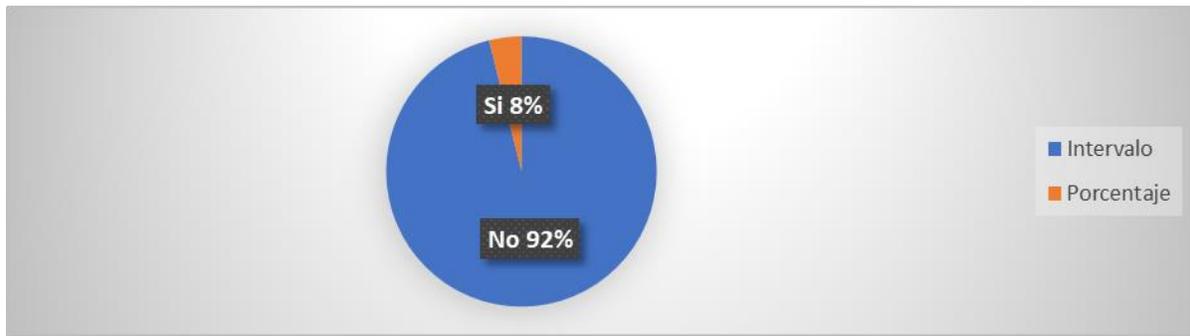
Tabla 7: Cartera de productos a base del chocolate.

Respuesta	Intervalo	Porcentaje
Si	2	8%
No	23	92%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 7: Cartera de productos a base del chocolate.



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 8% si quiere innovar su cartera de productos un poco más amplia, mientras que el otro 92% señalo que no tienen la intención de innovar sus productos. La mayoría de los chocolateros no cuentan con la maquinaria ni los ingresos adecuados por lo que por el momento no tienen la intención de diversificar sus productos, una causa igual es la crisis económica que enfrenta el país y el coste de materia prima.

¿De acuerdo con su criterio que tan eficiente seria implementar programas de capacitación sobre el mejoramiento de procesos de producción?

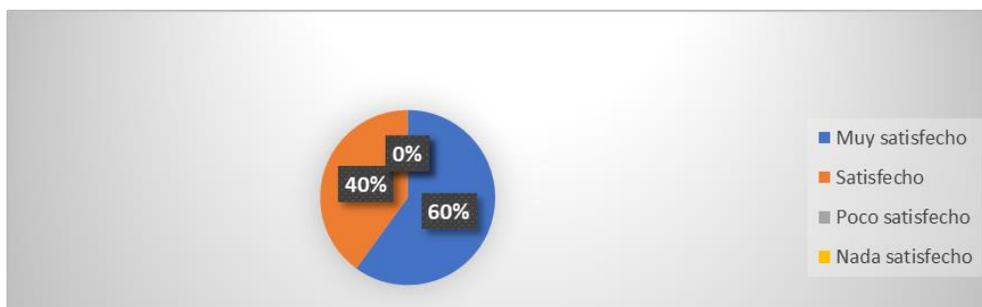
Tabla 8: Programas de capacitación para los trabajadores del chocolate.

Respuestas	Intervalo	Porcentaje
Muy satisfecho	15	60%
Satisfecho	10	40%
Poco satisfecho	0	0%
Nada satisfecho	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Quinatoa, A (2023)

Gráfico 8: Programas de capacitación para los trabajadores del chocolate.



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 40% opta por implementar programas de mejora para poder mejorar su producto del chocolate y el otro 60% que sería muy eficiente para mejorar su calidad de producción y llegar así a un nivel más alto en el mercado.

¿Los ingresos que genera por la venta del chocolate son suficientes para solventar los gastos de usted y su familia?

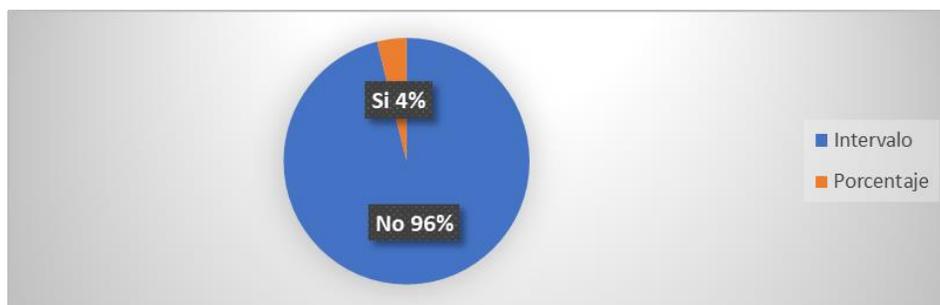
Tabla 9: Ingresos económicos por la venta y comercialización del chocolate.

Respuestas	Intervalo	Porcentaje
Si	7	28%
No	18	72%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 9: Ingresos económicos por la venta y comercialización del chocolate.



Fuente: Fuente basada en los resultados obtenidos mediante la encuesta a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 28% de la producción y elaboración del chocolate son suficientes para solventar sus ingresos económicos, mientras que el otro 72% menciona que los ingresos que obtiene por el chocolate no son suficientes para cubrir sus necesidades básicas. Este suceso se da por la poca cantidad de producto que se fabrica hoy en día debido a diferentes factos económicos y sociales.

¿Considera usted que la actividad del chocolate a la cual se dedica ayuda al desarrollo socioeconómico?

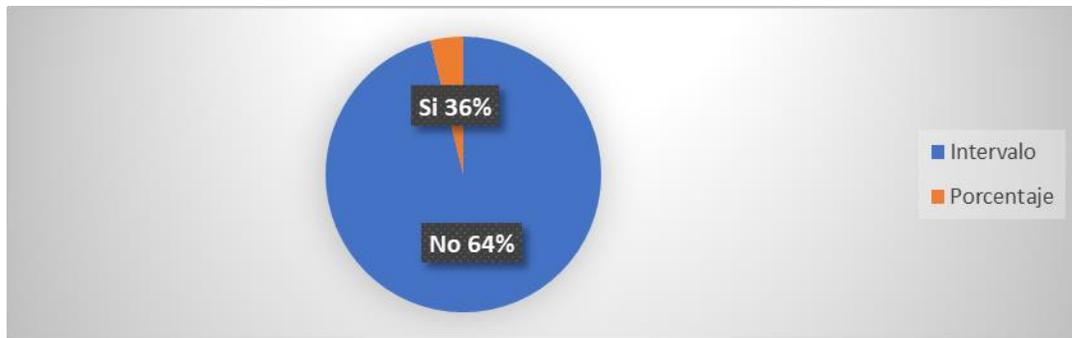
Tabla 10: Actividad socioeconómica por el chocolate.

Respuesta	Intervalo	Porcentaje
Si	9	36%
No	16	64%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 10: Actividad socioeconómica por la venta del chocolate.



Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 36% de la actividad chocolatera si ayuda al desarrollo socioeconómico de las familias dentro de la parroquia, mientras que el otro 64% indica que debido a la crisis por las que atraviesa no ayuda últimamente al desarrollo socioeconómico. El nivel de producción que genera la elaboración del chocolate es mínimo por lo que ya no se produce en cantidades grandes para la venta y distribución.

¿Cuál de los siguientes factores cree usted que imposibilita tener crecimientos económicos en la producción del chocolate?

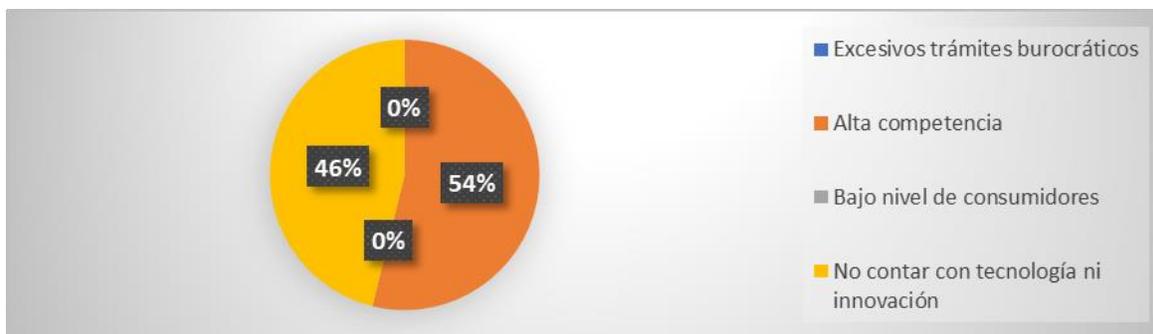
Tabla 11: Crecimiento económico por la elaboración y comercialización del chocolate.

Respuestas	Intervalo	Porcentaje
Excesivos trámites burocráticos	0	0%
Alta competencia	14	54%
Bajo nivel de consumidores	0	0%
No contar con tecnología ni innovación	12	46%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los productores y comercializadores del chocolate.

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 11: Crecimiento económico por la elaboración y comercialización del chocolate.



Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señala que el 0% corresponde a excesivos trámites burocráticos y bajo nivel de consumidores, mientras que el 46% señalo que una de las causas que imposibilita el crecimiento económico es no contar con tecnología ni innovación y el 54% es a la alta competencia que se genera en otros diferentes puntos del país.

¿Cómo que frecuencias emplea programas de capacitación a sus empleados?

Tabla 12: Capacitaciones a los trabajadores del chocolate.

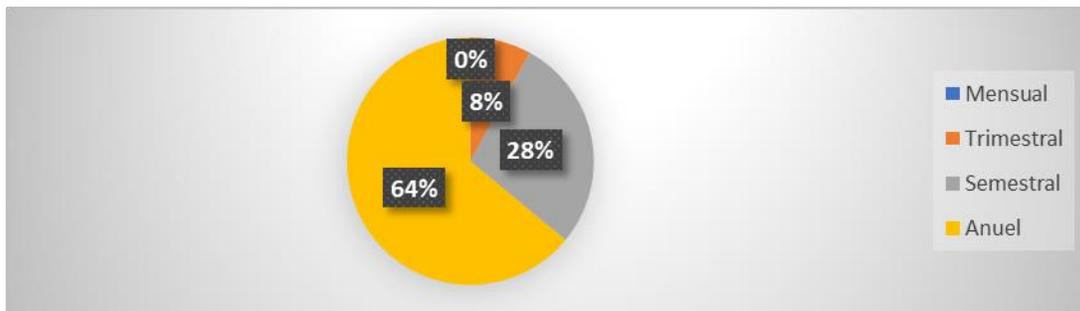
Respuestas	Intervalo	Porcentaje
Mensual	0	0%

Trimestral	2	8%
Semestral	7	28%
Anuel	16	64%
Total	25	100%

Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 12: Capacitaciones a los trabajadores del chocolate.



Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 0% emplea programas mensualmente, el 8% menciona que realiza programas de capacitación trimestralmente, el 28% lo realiza semestralmente este programa, y por último el 64% menciona que una vez al año realizan programas de capacitación dentro de los talleres para sus empleados. El implementar esta clase de programas ayudará a fortalecer más las empresas en el mercado.

¿Cuál de estos factores le permite tener ventaja competitiva en su taller: ponderando como 5 el más alto y 1 el más bajo?

Tabla 13: Ventaja competitiva en los talleres chocolateros

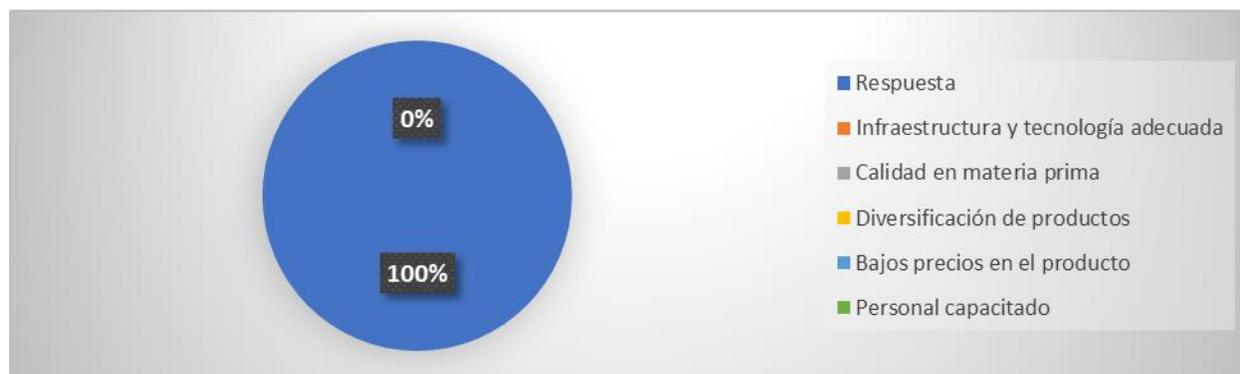
Respuesta	1	2	3	4	5
Infraestructura y tecnología adecuada				4%	96%
Calidad en materia prima				24%	76%
Diversificación de productos				2%	48%

Bajos precios en el producto			4%	64%	32%
Personal capacitado				8%	92%
TOTAL					

Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 13: Ventaja competitiva en los talleres chocolateros



Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señala que en infraestructura y tecnología las personas optaron en el grado de ponderación de 4(4%) y 5(96%) que es un valor muy algo positivamente, en calidad en materia prima fue un 4(24%) y 5(76%), en diversificación de productos un 4(52%) y 5(48%), bajos precios en el producto se aumentó la ponderación de 3(4%), 4(64%) y 5(32%) y por último a personal capacitado que conto con un 4(8%) y 5(92%). Esto refleja que para una buena ventaja competitiva de los productores chocolateros contra la competencia es necesario todas estas ideas ingeniosas.

¿Considera usted que es necesario emplear estrategias de comercialización para fortalecer canales de distribución del chocolate?

Tabla 14: Estrategias de comercialización para fortalecer la distribución del chocolate.

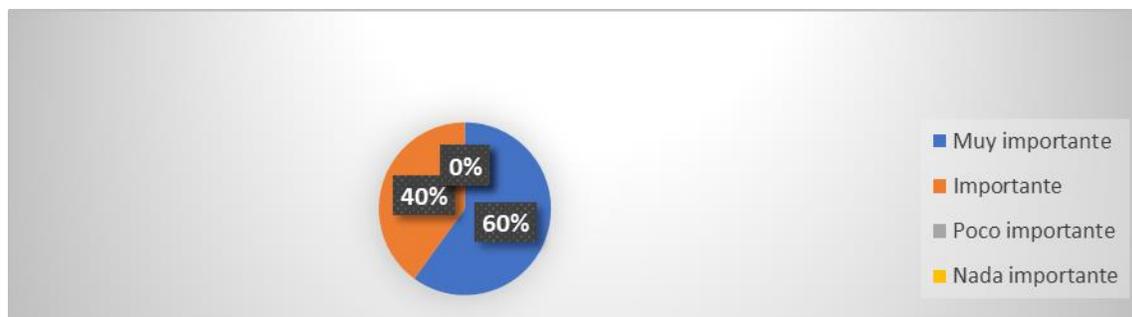
Respuestas	Intervalo	Porcentaje
Muy importante	15	60%
Importante	10	40%

Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 14: Estrategias de comercialización para fortalecer la distribución del chocolate.



Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 0% corresponde a poco y nada importante, mientras que el 40% de optaron que sería importante el ampliar estrategias de comercialización, y el otro 60% que sería muy importante esta implementación creativa.

¿Considera usted que es necesario innovar en los procesos de producción para incrementar su rentabilidad?

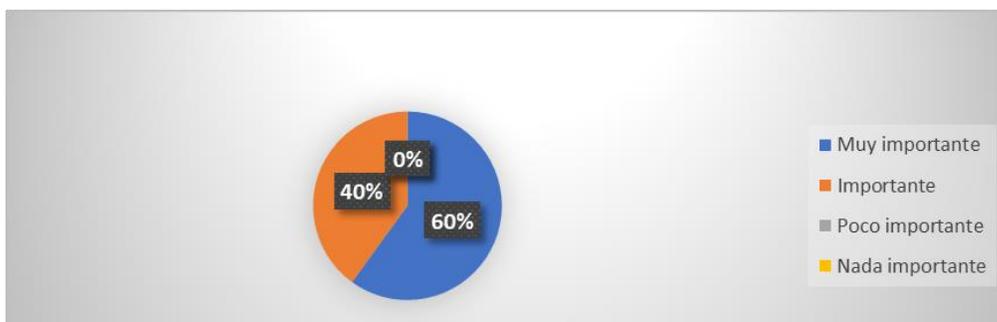
Tabla 15: Procesos de producción para una mejor rentabilidad del chocolate.

Respuesta	Intervalo	Porcentaje
Muy importante	15	60%
Importante	10	40%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 15: Procesos de producción para una mejor rentabilidad del chocolate.



Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: Los resultados obtenidos señalo que el 0% corresponde a poco y nada importante, mientras que el 40% optaron que sería importante la innovación en sus productos del chocolate, y el otro 60% señalo que sería muy importante la innovación en sus productos.

¿Cree usted que los productos que produce tienen valor agregado?

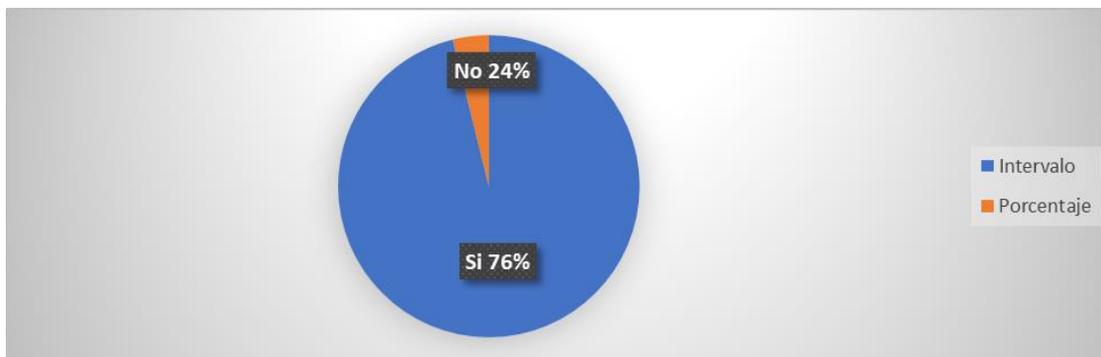
Tabla 16: Valor agregado a los diferentes productos a base del chocolate.

Respuestas	Intervalo	Porcentaje
Si	19	76%
No	6	24%
Total	25	100%

Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Gráfico 16: Valor agregado a los diferentes productos a base del chocolate.



Fuente: Fuente basada en la encuesta aplicada a los dueños de los talleres chocolateros

Elaborado Por: Autores (2024)

Análisis e Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos el 24% de las personas opto que sus productos no cuentan con un valor agregado en ellos, mientras que el 76% señalo que sus productos a base del chocolate cuentan con un valor agregado que les beneficia mucho en su proceso. El valor agregado en los productos hace que los clientes que tiene cada taller chocolatero regresen a comprar más por su calidad y cubrir sus necesidades.

Comprobación de hipótesis

Hi: La innovación incide en el desarrollo socioeconómico de las industrias chocolateras

Tabla 17: Resumen del modelo SPSS.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,869a	,756	,692	,272

a. Variables predictoras: (Constante), VENTAS, INNOVACION, CRECIMIENTO, CAPACITACION, TECNOLOGIA

Fuente: Fuente basada en los resultados de la herramienta del SPSS

Elaborado Por: Autores (2024)

Tabla 18: Anova SPSS.

ANOVAa

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	4,354	5	,871	11,762	,000b
	Residual	1,406	19	,074		
	Total	5,760	24			

a. Variable dependiente: DESARROLLO

b. Variables predictoras: (Constante), VENTAS, INNOVACION, CRECIMIENTO, CAPACITACION, TECNOLOGIA

Fuente: Fuente basada en los resultados de la herramienta del SPSS

Elaborado Por: Autores (2024)

Tabla 19: Coeficientes SPSS.

Coeficientesa

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	-,476	,363		-1,311	,205
TECNOLOGIA	,140	,173	,131	,814	,426
CAPACITACION	,140	,091	,186	1,533	,142
CRECIMIENTO	-,045	,071	-,094	-,637	,532
INNOVACION	,114	,120	,116	,943	,358
VENTAS	,785	,135	,734	5,821	,000

a. Variable dependiente: DESARROLLO

Fuente: Fuente basada en los resultados de la herramienta del SPSS

Elaborado Por: Autores (2024)

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los representantes de cada taller chocolatero de la parroquia de Huachi Chico de la ciudad de Ambato, se consideró las siguientes variables a trabajar, Desarrollo, tecnología, capacitación, crecimiento, innovación y ventas. Con estas variables se usó la comprobación de hipótesis mediante el siguiente programa SPSS.

Una vez tabulado las variables en el SPSS nos dio el siguiente que es, como coeficiente de correlación R de 86.9%, este valor que arrojo el SPSS da a conocer que la innovación incide en el desarrollo socioeconómico de las industrias chocolateras de la parroquia de Huachi Chico de la ciudad de Ambato, mientras que el valor que arroja el coeficiente de determinación es de 75.6%. Esto quiere decir que hay un grado de dependencia entre las variables que se trabajó. El siguiente cuadro refleja el anova de 0.000 el cual es inferior a 0.05, esto quiere decir entonces que la hipótesis alternativa es aceptable la cual es " La innovación incide en el desarrollo socioeconómico de las industrias chocolateras de la parroquia de Huachi Chico de la ciudad de Ambato" por lo tanto con la aceptación de la hipótesis alternativa se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 20: Tabla de contingencia SPSS.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
DESARROLLO * VENTAS	25	92,6%	2	7,4%	27	100,0%

Fuente: Fuente basada en los resultados de la herramienta del SPSS

Elaborado Por: Autores (2024)

Tabla 21: Tabla de contingencia DESARROLLO-VENTAS SPSS.

*Tabla de contingencia DESARROLLO * VENTAS*

Recuento

	VENTAS		Total
	1	2	
DESARROLLO 1	7	2	9
2	0	16	16
Total	7	18	25

Fuente: Fuente basada en los resultados de la herramienta del SPSS

Elaborado Por: Autores (2024)

Tabla 22: Pruebas chi-cuadrado SPSS.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,284a	1	,000		
Corrección por continuidadb	13,641	1	,000		
Razón de verosimilitudes	20,113	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	16,593	1	,000		

N de casos válidos	25				
--------------------	----	--	--	--	--

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,52.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Fuente: Fuente basada en los resultados de la herramienta del SPSS

Elaborado Por: Autores (2024)

Con los resultados obtenidos mediante la tabulación del chi-cuadrado de Pearson nos dio los siguientes valores en la columna de la izquierda nos sale un valor estadístico de 17, 284, lo cual esto representa el valor que sale en la columna de lado derecho que es 0,000. Este valor estadístico en la tabla del chi-cuadrado de Pearson indica que las variables Desarrollo y Ventas están asociados mutuamente lo que se confirma la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 23: Alfa de Cronbach SPSS.

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	25	92,6
	Excluidosa	2	7,4
	Total	27	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Fuente basada en los resultados de la herramienta del SPSS

Elaborado Por: Autores (2024)

Tabla 24: Alfa de Cronbach SPSS.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,617	16

Fuente: Fuente basada en los resultados de la herramienta del SPSS

Elaborado Por: Autores (2024)

Con los resultados obtenidos mediante el análisis de fiabilidad de Cronbach en la herramienta SPSS, tenemos el valor dado que es de 0,617 lo cual es mayor de 0,6. Entonces mediante este valor se considera cuestionable la encuesta planteada con cada uno de los ítems.

Conclusiones

Uno de los factores que limita este proceso de innovación en las industrias chocolaterías dentro de la parroquia es el incremento económico de la materia prima en los últimos años lo que ha retrasado la innovación tecnológica. El incremento en el costo de la materia prima ha hecho que los productores del chocolate ambateño no produzcan la misma cantidad de producto como se producía anteriormente, estas dificultades hacen que las industrias chocolateras mediante la elaboración del chocolate no generen un desarrollo socioeconómico adecuado.

Mediante capacitaciones y programas adecuados referentes a infraestructura y tecnología adecuada, calidad en materia prima y un personal preparado dentro de estos talleres chocolateros, permitirían a los talleres chocolateros que posean una mejor ventaja competitiva que les brindara beneficios en cuanto a desarrollo tanto para ellos como para la parroquia donde habitan.

Se concluye que estas empresas dedicadas a la comercialización de chocolate no poseen un sistema de innovación que les pueda ayudar al crecimiento y desarrollo económico propio para seguir creciendo en el mercado y en el entorno social y económico, por eso cada taller chocolatero dentro de la parroquia de Huachi Chico debe optar por ideas nuevas y frescas tanto para su personal como para su producción industrial que les ayudara a innovarse de mejor manera.

Referencias

1. Anguita, J. C. (2003). La encuesta como técnica de investigación. .
2. Compravende. (8 de Julio de 2023). Innovación y desarrollo en la industria del chocolate en Ambato, Ecuador. Obtenido de compravende.ec: <https://compravende.ec/innovacion-y-desarrollo-en-la-industria-del-chocolate-en-ambato-ecuador/>
3. Consumer, E. (7 de 7 de 2020). Obtenido de consumer.es: <https://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/del-cacao-al-chocolate.html>
4. Equipo editorial, E. (2 de Febrero de 2022). Ingreso. Obtenido de concepto.de: <https://concepto.de/ingreso-2/>

5. Etecé. (16 de Julio de 2021). Desarrollo Económico. Obtenido de <https://concepto.de/desarrollo-economico/>
6. Giani, C. (17 de Marzo de 2022). Población y muestra. Obtenido de ejemplos.co: <https://www.ejemplos.co/poblacion-y-muestra/>
7. Giner, G. (21 de Febrero de 2019). Tipos de investigación y sus características. Obtenido de <https://www.esalud.com/tipos-de-investigacion/>
8. Gómez, A. L. (21 de Febrero de 2022). Funciones de un director de innovación y desarrollo. Obtenido de <https://angelgomezdiaz.es/>: <https://angelgomezdiaz.es/funciones-director-de-innovacion-y-desarrollo/>
9. Guerrero, A. (20 de Mayo de 2023). Chcolate "La Carolina". (A. Quinatoa, Entrevistador)
10. Hamilton, F. (30 de Noviembre de 2015). Slideshare.net. Obtenido de Desarrollo económico: <https://es.slideshare.net/hamifranco/desarrollo-economico-55661276>
11. López, C. (20 de Mayo de 2023). Asociación de chocolateros de la parroquia de Huachi Chico. (A. Quinatoa, Entrevistador)
12. Meneses, J. (2016). El cuestionario.
13. Peiró, R. (14 de Noviembre de 2019). Innovación- Qué es, defición y concepto. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
14. Pérez, J. G. (21 de Mayo de 2021). Socioeconómico- Qué es, definicion y concepto. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/socioeconomico/>
15. Pico, L. D. (2015). Fortalecimiento cultural gastronómico del tradicional chocolate ambateño . Ambato.
16. Quiroa, M. (1 de Agosto de 2020). Innovación incremental. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-incremental.html>
17. Rojas, C. I. (8 de Marzo de 2012). Innovación Incremental e Innovación Radical o Disruptiva y sus Ejemeplos. Obtenido de blogs EOI: <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/03/08/innovacion-incremental-e-innovacion-radical-o-disruptiva-y-sus-ejemplos/>
18. Sánchez Escobar, R. J. (2015). La Consolidación de Producción de Chocolate Artesanal, y la rentabilidad de los productores en la parroquia de Huachi Chico del cantón Ambato durante el periodo 2013. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/18826>

19. Sanz, M. P., & Meseguer, M. G. (s/f). Capitulo 3 Los métodos de investigación.
20. Sydle. (20 de Junio de 2022). Tipos de innovación: ¿cuáles son y cómo aplicarlos en tu empresa? Obtenido de sydle.com: <https://www.sydle.com/es/blog/tipos-de-innovacion-619541bf351e93287c42a7de>
21. Tejada, L. F. (2018). proyecto de exportación de chocolate artesanal ambateño, por la empresa productora "chocolate carolina" de la parroquia de huachi chico. provincia de Tungurahua; hacia la ciudad de berlín-alemania, durante el periodo 2016. Obtenido de dspace.esPOCH.edu.ec:
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11902/1/52T00474.pdf>
22. Terrenos, D. (7 de Febrero de 2022). Innovación disruptiva: qué es y 10 ejemplos geniales. Obtenido de hubspot.es: <https://blog.hubspot.es/marketing/innovacion-disruptiva>
23. Troya, X. (2009). Análisis de una experiencia local: la producción con identidad territorial (caso de los productos de chocolate de Ambato). Quito.
24. Velastegui, F. (20 de Mayo de 2023). Asociación chocolateros de la parroquia de Huachi Chico. (A. Quinatoa, Entrevistador)
25. Westreicher, G. (1 de septiembre de 2020). Hipótesis. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/hipotesis.html>

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).