

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene el objetivo de identificar que estrategias de marketing utilizan en la comercialización de chocolate artesanal en la ciudad de Quito. Al hablar de cacao, el Ecuador tiene una gran trayectoria sobre la exportación, hace pocos años atrás se ha desarrollado empresas que fabrican y comercializan chocolate artesanal. El cacao contiene un alto potencial para la explotación agrícola y comercial, la producción de chocolate artesanal ha experimentado una tendencia creciente en el Ecuador, mientras que las pymes y grandes empresas se han convertido en el generador de empleo y extienden nuestros productos a mercado extranjeros dando como resultado el dejar de lado al mercado nacional y local. La investigación de campo consta de tres tipos de metodologías que ha permitido determinar la situación actual, el enfoque de las empresas que fabrican y comercializan chocolate artesanal y cuáles son las posibilidades de los consumidores ecuatorianos. En los factores de investigación por metodología se ha encontrado la poca información que reciben los consumidores sobre el producto en mención ha hecho participe del desconocimiento y que el consumo sea menor, el enfoque empresarial determina que en su mayoría se ha centrado en los mercados extranjeros, a pesar de que exista tiendas propias en la ciudad de Quito las ventas decrecientes.

PALABRAS CLAVE:

- **EMPLEO**
- **SECTOR AGRÍCOLA**
- **SECTOR COMERCIAL**
- **EMPRENDIMIENTO**

ABSTRACT

The present research project aims to identify marketing strategies used in the marketing of artisanal chocolate in the city of Quito. Speaking of cocoa, the Ecuador has a great track record on exports, few years back companies that manufacture and sell artisanal chocolate has been developed. Cocoa contains a high potential for agricultural and commercial exploitation, the production of artisanal chocolate has experienced a trend growing in the Ecuador, while SMEs and large companies have become the generator of employment and extend our market to foreign products resulting in leaving aside the national and local market. Field research consists of three types of methodologies that has made it possible to determine the current situation, the focus of companies that manufacture and sell artisan chocolate and what are the possibilities of Ecuadorian consumers. Little information product consumers receive in mention has been found in research methodology factors has made part of ignorance and that consumption is less, the business focus determines that most is has focused on foreign markets, while there own shops in the city of Quito decreasing sales

KEY WORDS:

- **EMPLOYMENT**
- **AGRICULTURAL SECTOR**
- **COMMERCIAL SECTOR**
- **ENTREPRENEURSHIP**