

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo determinar cuál es el comportamiento del consumidor de ferias artesanales en el Distrito Metropolitano de Quito. Esto servirá para poder comprender que es lo que busca el consumidor de ferias, que es lo que lo motiva a asistir, por qué medios se enteró de las ferias, si asiste por hobby o porque desea adquirir productos, así como qué valora del producto y a la vez permitirá obtener información importante, tanto para artesanos como para organizadores de ferias. Para alcanzar los objetivos planteados se realizó una investigación de mercados a fin de entender al consumidor de ferias y con los resultados arrojados se plantea una propuesta de cómo ver a la feria como una herramienta estratégica de marketing, para llegar de mejor manera al consumidor y atraer su atención, esto sirve como base para ayudar a los artesanos para ofertas productos innovadores que atraigan y generen más ventas. A partir de este estudio se podrá conocer de mejor manera la realidad de cómo se manejan las ferias en nuestro país, por lo que se puede considerar como base para futuras investigaciones, ya que este proyecto no abarca a los procesos que realizan los artesanos, sino más bien al consumidor y al que organiza ferias, es decir que un estudio del comportamiento de artesanos complementaría esta investigación y seguro se obtendrá valiosa información.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **FERIA ARTESANAL**
- **ARTESANÍA**
- **CONSUMO**
- **MOTIVACIÓN**
- **PERCEPCIÓN**

## **ABSTRACT**

This research aims to determine consumer behavior craft fairs in the Metropolitan District of Quito. This will serve to understand what you are looking for the consumer fair, which is what motivates him to attend, which means learned fairs, if you attend a hobby or because they want to purchase products and what value the product and time will allow for important information, both for craftsmen and for fair organizers. To achieve the objectives set market research was conducted to understand consumer fairs and the results returned a proposal for how to see the fair as a strategic marketing tool to get better consumers and attract arises your attention, this serves as a basis to help artisans to offer innovative products that attract and generate more sales. From this study we can know better the reality of how the fairs are handled in our country, so it can be considered as a basis for future research, as this project does not cover the processes performed by craftsmen but rather the consumer and organizing fairs, thus a study of the behavior of craftsmen complement this research and get valuable information safe.

### **KEYWORDS:**

- **CRAFT FAIR**
- **HANDICRAFTS**
- **CONSUMPTION**
- **MOTIVATION**
- **PERCEPTION**