

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El desarrollo de esta investigación de mercado se basa en recopilar la mayor cantidad de información para medir la aceptación de este modelo de negocio en función a las culturas gastronómicas ecuatorianas donde su principal ingrediente es el Chocolate Ambateño. Este proyecto detalla claramente los objetivos del mismo, donde se describe las necesidades de información, tales como: hábitos de consumo, perfil del cliente, insights, aceptación del mercado, ubicación, productos complementarios, análisis de la competencia, etc.; Así como también se especifica el proceso del estudio de mercado, las estrategias y técnicas para la recopilación de información. Después de obtener la mayor cantidad información a través de fuentes secundarias, se procedió a realizar dos focus group, dividido por género en un rango de edad de 20 a 35 años, donde se pudo recoger ciertos datos importantes como por ejemplo: saber cómo piensan los hombres y mujeres en función al chocolate, se descubrió los productos complementarios, información para formular las estrategias de comunicación y publicidad, se realizó una exploración de la categoría del chocolate en general, pasando por el las bebidas con chocolate y el Chocolate Ambateño, Se descubrió los hábitos de consumo del chocolate, frecuencia de consumo, futura competencia y la aceptación del mercado. Posteriormente se realizó el análisis cualitativo, aplicando la técnica de la encuesta dirigida a hombres y mujeres económicamente activa entre profesionales, comerciantes, empleados públicos y/o privados, la misma que estuvo estructurada para obtener información como: el top of mind de marcas en la categoría de chocolate, hábitos de consumo, el posicionamiento del mercado en relación al Chocolate Ambateño, se determinó los posibles precios, la oferta del mercado, así como también la preferencia en cuanto a la ubicación. Llegando a conclusiones muy optimistas en cuanto a la viabilidad de emprender este modelo de negocio.

**PALABRAS CLAVES: CHOCOLATE, INVESTIGACIÓN, AMBATO, FRANQUICIA, VENTA POR IMPULSO.**