

RESUMEN

Según el Country Brand 2016, encargado de medir el nivel de aceptación de marca país global, el Ecuador ocupó el puesto número 15 dentro del ranking en América, lo que evidencia el limitado posicionamiento que posee la misma, son varios los argumentos de los cuales se deriva esta problemática; sin embargo, el incumplimiento de los tres pilares (Fomento de inversiones extranjeras, Turismo y Exportaciones) desembocan en su bajo conocimiento y aplicación. , Por esta razón, se responde a la interrogante de ¿Qué tan importante es para un país el tener una marca? La marca país corresponde a un elemento diferenciador de una nación en ámbitos internacionales, por lo que el sector turístico se muestra especialmente interesado en su alcance; por ello, en el 2014 como parte de la estrategia gubernamental, se lanza la campaña “All you need is Ecuador” junto con la marca país “Ecuador Ama la Vida” donde se oferta uno de los productos turística estrella “el Tren Crucero”. La presente investigación pretende determinar el impacto global que ha tenido la misma sobre el producto turístico de Ferrocarriles del Ecuador debido a la ventaja competitiva, con la finalidad de establecer beneficios en el sector empresarial y su aplicación, por medio de un enfoque de investigación tanto cualitativo como cuantitativo, no experimental y descriptivo. Como tal se pudo establecer la captación de mercados meta y el impacto internacional de la marca país en los procesos de promoción y posicionamiento incluidos con factores de empoderamiento nacional y aceptación interna.

PALABRAS CLAVE:

- **MARCA PAÍS**
- **TURISMO**
- **TREN CRUCERO**
- **VENTAJA COMPETITIVA**

ABSTRACT

Ecuador is in the 15 post of Latin America's country brands ranking in 2016 by Country Brand which made the global survey of national brands that show the low positioning of the same, there are a lot argument for this problematic; nevertheless, the breach of its principles like foreign investments, imports and tourism which are the reasons country brand was made, this shows the scarcity of its knowledge. So how much important is to have a brand for a country? The Country Brand represents a differentiating element of the nation in the international scope, that's why the tourism is the primordial sector. In 2014 the advertising campaign "All you need is Ecuador" was launched like a strategy of the brand "Ecuador ama la vida" which offer one of the best touristic products the Cruise Train. Through this research, it will determine the competitive advantage in order to get business profits, through mixed research implying qualitative and quantitative data, non-experimental descriptive. The results led to conclude the positive scope that had the brand about the international impact of the targets markets, the positioning and promotion processes besides of factors of national empowerment and internal acceptance.

KEYWORDS:

- **COUNTRY BRAND**
- **TOURISM**
- **CRUISER TRAIN**
- **COMPETITIVE ADVANTAJE**