

RESUMEN

La investigación pretende realizar un análisis comparativo de las exportaciones de quinua frente a la implementación de la estrategia de marca país en el periodo 2013- 2018 de Ecuador y Perú. Para el desarrollo del estudio, se va a realizar un análisis del impacto de la marca país, tomando como referencia rankings existentes que representan el valor y la efectividad de las marcas de los países en aspectos como el Made in y aptitud para los negocios. Fundamentándose, en el efecto país de origen que influye en las decisiones de compra del consumidor internacional. Se utilizará el método descriptivo, dónde las variables serán analizadas sin manipulación deliberada, sino únicamente estudiadas a través de un análisis de los datos obtenidos de las instituciones encargadas de la estadística de los países objeto de estudio. También, incluirá fuentes de investigación de tipo secundarias como estudios previos de marcas en otros países y, fuentes primarias, como la entrevista a un representante de una empresa exportadora de quinua, para identificar la percepción de las empresas con respecto a este programa en Ecuador. La investigación muestra, la situación actual productora y exportadora de la quinua y propondrá medidas correctivas que se deben considerar para la correcta aplicación de la iniciativa marca país y potenciar los beneficios de esta.

PALABRAS CLAVE:

- **MARCA PAÍS**
- **EXPORTACIÓN DE QUINUA**

ABSTRACT

The research aims to carry out a comparative analysis of quinoa exports against the implementation of the country brand strategy in the period 2013-2018 of Ecuador and Peru. For the development of the study, an analysis of the impact of the country brand will be carried out, taking as reference existing rankings that represent the value and effectiveness of the country's brands in aspects such as Made in and business aptitude. Based on the country of origin effect that influences the purchasing decisions of the international consumer. The descriptive method will be used, where the variables will be analyzed without deliberate manipulation, but only studied through an analysis of the data obtained from the statistical institutions of the countries under study. Also, it will include secondary research sources such as previous studies of brands in other countries and, primary sources, such as the interview with a representative of a quinoa exporting company, to identify the perception of the companies regarding this program in Ecuador. The research shows the current situation as a producer and exporter of quinoa and will propose corrective measures that must be considered for the correct application of the country brand initiative and enhance its benefits.

KEY WORDS:

- **BRAND NATION**
- **QUINOA EXPORTS**