

## **Resumen**

La siguiente investigación tiene por objetivo analizar la relación de la participación en el mercado de los productos nacionales en el Distrito Metropolitano de Quito y la certificación de la Marca "Primero Ecuador". En la investigación se estudiaron definiciones y teorías de la marca país y de marcas que otorguen algún tipo de certificación, así también como teorías y modelos de la satisfacción del consumidor. Para llevar a cabo se dio el levantamiento de información a 600 personas que fueron resultado de la muestra aleatoria simple delimitando a la población por un rango mínimo de 18 años y un máximo de 40 años, en cualquier caso, su poder de adquisición es mayor al de los jóvenes, y son un público ideal para ventas y más si nos enfocamos en ventas por internet.

En base a los resultados se realizó un estudio técnico el cual identifica la percepción de los productores o emprendedores sobre el tema, el grado y las herramientas utilizadas garantizando un producto de calidad. Se evidenció que actualmente, la falta de apoyo entre productores nacionales y la certificación de la marca Primero Ecuador, ente regulador tanto de certificación de calidad como promotor estatal a la iniciativa de consumir productos ecuatorianos. Finalmente se creó una propuesta basada en el Marketing de contenidos y digital, para brindar soluciones de comunicación e identidad de marca por medio de las redes sociales y medios tradicionales para concientizar el consumo de productos locales con un aval de garantía de la marca Primero Ecuador.

### **Palabras clave:**

- **PARTICIPACIÓN DE MERCADO**
- **POSICIONAMIENTO**
- **CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS NACIONALES**
- **MARKETING DE CONTENIDOS**

## **Abstract**

The following research aims to analyze the relationship between the market share of national products in the Metropolitan District of Quito and the certification of the “Primero Ecuador” Brand. In the research, definitions and theories of the country brand and brands that grant some type of certification were studied, as well as theories and models of consumer satisfaction. To carry out the information gathering was given to 600 people who were the result of the simple random sample delimiting the population by a minimum range of 18 years and a maximum of 40 years, in any case, their purchasing power is greater than of young people, and they are an ideal audience for sales and more if we focus on internet sales.

Based on the results, a technical study was carried out which identifies the perception of producers or entrepreneurs on the subject, the degree and the tools used, guaranteeing a quality product. It was evidenced that currently, the lack of support among national producers and the certification of the Primero Ecuador brand, a regulatory body for both quality certification and a state promoter of the initiative to consume Ecuadorian products. Finally, a proposal based on content and digital Marketing was created, to provide communication solutions and brand identity through social networks and traditional media to raise awareness of the consumption of local products with a guarantee of the “Primero Ecuador” brand.

### **Keywords:**

- **MARKET SHARE**
- **POSITIONING**
- **CERTIFICATION OF NATIONAL PRODUCTS**
- **CONTENT MARKETING**