



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo  
académico previo a la obtención del Título de  
Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Sistema publicitario y su impacto en el perfil  
público del sector comercial de Tungurahua”**

### **AUTORES**

**Diego Ismael Bonifaz Soria**

**Jimena Elizabeth Carranco Cárdenas**

**TUTOR: Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López**

**AMBATO –ECUADOR**

**Octubre 2020**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Sistema publicitario y su impacto en el perfil público del sector comercial de Tungurahua**” presentados por los señores **Diego Ismael Bonifaz Soria** y **Jimena Elizabeth Carranco Cárdenas**, para optar por el título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 30 de Septiembre del 2020

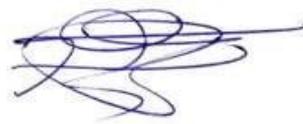


**Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López**

**C.I. 180245362-9**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

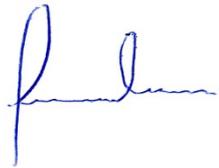
Nosotros, **Diego Ismael Bonifaz Soria** y **Jimena Elizabeth Carranco Cárdenas**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Diego Ismael Bonifaz Soria**

**C.I.180434889-2**



---

**Jimena Elizabeth Carranco Cárdenas**

**C.I. 180424741-7**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



---

**Ing. Mg. Manuel Roberto Soria Carrillo, Mg.**

**C.I. 1801499607**



---

**Ing. Mg. César Andrés Guerrero Velástegui**

**C.I. 1803101243**

Ambato, 30 de Septiembre del 2020

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autores.



---

**Diego Ismael Bonifaz Soria**

**C.I.180434889-2**



---

**Jimena Elizabeth Carranco Cárdenas**

**C.I. 180424741-7**

## RESUMEN EJECUTIVO

El artículo académico reúne y expone variables de investigación para el conocimiento del sistema publicitario y su impacto en el perfil público del sector comercial de Tungurahua. El estudio sostiene el predominio del sistema publicitario de agencias de difusión hoy en día, un empresario puede prescindir de la agencia de publicidad pero no de los medios de difusión.

El Objetivo para este estudio es identificar el sistema publicitario y su impacto en el perfil público del sector comercial de Tungurahua para el mejoramiento del target market. El actual trabajo de investigación presenta una fundamentación técnico-científico en el sistema publicitario para la audiencia.

Por otro lado, el problema identificado se basó en el perfil público del sector comercial debido a la falta de publicidad centrada en las PYMES o personas físicas que poseen un negocio y desean presentar su producto de manera óptima y efectiva en la provincia de Tungurahua. Por lo tanto, se utilizó una metodología con un enfoque predominantemente cuantitativo con un campo básico de investigación, información bibliográfica-documental, exploratoria, descriptiva, sobre el sistema publicitario y el perfil público del sector comercial para interpretar la misma información recopilada.

El estudio logró resultados de la aplicación de 483 encuestas a empresarios del sector comercial sobre las pautas del sistema publicitario y su impacto en el perfil público del sector comercial de Tungurahua. Entre los recursos se utilizaron materiales y científicos basados en el proyecto de investigación del 29/05/2018, y su gestión está bajo la responsabilidad de los autores de este artículo.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, SISTEMA PUBLICITARIO, PERFIL PÚBLICO, SECTOR COMERCIAL, TARGET MARKET.

## ABSTRACT

The academic article gathers and exposes research variables for the knowledge of the advertising system and its impact on the public profile of the commercial sector of Tungurahua. The study maintains the predominance of the advertising system of broadcast agencies today; an entrepreneur can do without the advertising agency to promote his business, but not the media.

The objective for this study is to identify the advertising system and its impact on the public profile of the Tungurahua commercial sector for the improvement of the target market. It is for this reason that the current research work presents a technical-scientific foundation in the advertising system for a wide audience.

On the other hand, the problem that was identified was rooted in the link between transparency and the eradication of high-cost corruption. So if you used a methodology with a predominant quantitative approach, with a basic modality of field research, bibliographic-documentary, exploratory, cross-sectional descriptive, to analyze and interpret.

The study obtained results of the application of 483 surveys to cantons of Tungurahua, of all ages and strata, of legal age. Among the resources, materials and scientists oriented on the basis of the research project of 05-29-2018 were used, and their management is under the responsibility of the authors of this article.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, ADVERTISING SYSTEM, PUBLIC PROFILE, COMMERCIAL SECTOR, TARGET MARKET.

**LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO**

[https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/308/529](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/308/529)



Quito, 12 de agosto del 2020

**Estimados**

**Diego Ismael Bonifaz Soria**  
**Jimena Elizabeth Carranco Cárdenas**  
**Leonardo Gabriel Ballesteros López**

**V5-N5-308**

Presente.

Reciba un cordial saludo del equipo de la revista 593 Digital Publisher CEIT, ISSN# 2588-0705, esta revista es indexada en Latindex con catálogo v2.0, su proceso contempla un arbitraje de pares ciegos y sus ámbitos de investigación abarcan las áreas de: Educación, Administración, Auditoría, Innovación Tecnológica, Finanzas y Emprendimiento, evalúa la pertinencia en la calidad de investigación y sus dinámicas propias relacionadas al tema de estudio, con el fin de garantizar estándares de exigencia académica.

Este documento certifica que ha concluido la fase de revisión de pares, por lo tanto, el artículo es aceptado para la publicación en el V5.N5, edición especial de septiembre/2020, por los autores **Diego Bonifaz, Jimena Carranco, Leonardo Ballesteros**, con el tema **"Sistema publicitario y su impacto en el perfil público del sector comercial de Tungurahua"**, cuyos resultados obedecen a un proceso de investigación previo del/os autor/es.

**doi.org/10.33386/593dp.2020.5.308**

Agradecemos su publicación y les deseamos éxitos en su carrera como investigadores.

Philipp Altmann Ph.D  
Director

Ing. MBA Leonardo Gabriel Ballesteros López  
Docente

Sr. Diego Ismael Bonifaz Soria  
Alumno

Sra. Jimena Elizabeth Carranco Cárdenas  
Alumna

Los autores coinciden con la  
Resolución CACDP-11962019