



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “Neuromarketing una alternativa al contenido publicitario en servicios médicos”**

**AUTORES:**

**Carolina Ramos Verdezoto**

**Raúl Sebastián Villalba Marín**

**TUTOR: Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Septiembre 2022**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Medina Chicaiza Ricardo Patricio, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Neuromarketing una alternativa al contenido publicitario en servicios médicos**” presentado por los señores **Carolina Ramos Verdezoto y Raúl Sebastián Villalba Marín**, para optar por el título de Licenciados 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, 15 de septiembre del 2022



**Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.**

**C.I. 1802333276**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Nosotros, **Carolina Ramos Verdezoto** y **Raúl Sebastián Villalba Marín**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciados en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



**Carolina Ramos Verdezoto**

**C.I.1803280369**



**Raúl Sebastián Villalba Marín**

**C.I. 0503195455**

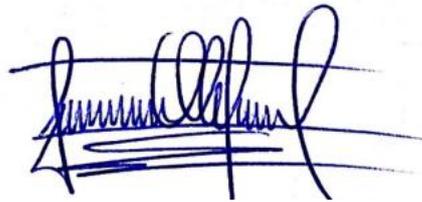
## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

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. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.**

**C.I. 1803101243**



**Dr. Jorge Francisco Abril Flores, Mg.**

**C.I.1803035086**

Ambato, 15 de septiembre del 2022

## **DERECHOS DE AUTORES**

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.



**Carolina Ramos Verdezoto**

**C.I.1803280369**



**Raúl Sebastián Villalba Marín**

**C.I. 0503195455**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El neuromarketing, surge como respuesta a la problemática que se identifica en los centros médicos públicos y privados puesto que no cuentan con un área de marketing especializada en la generación de contenido publicitario para promocionar y comercializar sus servicios, razón por la cual los colaboradores desconocen el uso de herramientas y técnicas de marketing para el apoyo de esta área.

Es por esta razón que el presente trabajo investigativo busca estructurar una estrategia para el desarrollo de contenido publicitario en servicios médicos enfocado en el uso del neuromarketing como alternativa.

El neuromarketing surge como una alternativa metodológica para desarrollar la publicidad de una manera más técnica y especializada en base a la transición de colores, figuras y formas que resulten atractivos en la toma de decisiones del paciente.

Así para el desarrollo de la estrategia publicitaria se consideró las siguientes etapas: definición del público objetivo, determinación del objetivo publicitario, construcción del briefing (instrucciones), redacción del contenido publicitario y disposición de los medios de comunicación.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, PUBLICIDAD, NEUROMARKETING, SERVICIOS MÉDICOS.

## **ABSTRACT**

Neuromarketing arises as a response to the problem that is identified in public and private medical centers since they do not have a marketing area specialized in the generation of advertising content to promote and market their services, which is why the collaborators are unaware of the use of marketing tools and techniques to support this area.

It is for this reason that this research work seeks to structure a strategy for the development of advertising content in medical services focused on the use of neuromarketing as an alternative.

Neuromarketing emerges as a methodological alternative to develop advertising in a more technical and specialized way based on the transition of colors, figures and shapes that are attractive in the patient's decision making.

Thus, for the development of the advertising strategy, the following stages were considered: definition of the target audience, determination of the advertising objective, construction of the briefing (instructions), writing of the advertising content and provision of the media.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, ADVERTISING, NEUROMARKETING, MEDICAL SERVICES

## CARTA DE ACEPTACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO



Certificación No. UPEC-UPDAC-2022-073-C  
Tulcán, 17 de junio de 2022

La Unidad de Producción y Difusión Académica y Científica de la  
Universidad Politécnica Estatal del Carchi – UPEC

### CERTIFICA:

Que el artículo denominado: **"NEUROMARKETING UNA ALTERNATIVA AL CONTENIDO PUBLICITARIO EN SERVICIOS MÉDICOS"** de autoría de RAÚL Sebastián Villalba Marín, Carolina Ramos Verdezoto y Ricardo Patricio Medina Chicaiza profesionales investigadores, fue presentado a esta dependencia con la finalidad de ser revisado y publicado.

Una vez revisados los archivos correspondientes, el mencionado artículo fue aceptado para su publicación.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a los interesados hacer uso del presente documento con fines académicos.

Atentamente,



EDISON DUVAN  
AVALOS FLOREZ

PhD. Duván Ávalos  
**RESPONSABLE DE LA UNIDAD PUBLICACIONES**

*"Educamos para transformar el mundo"*

Johana M.  
17/06/2022