



# **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: “Cultura Organizacional, una visión desde el Plan de Comunicación Publicitaria para la Provincia de Tungurahua”**

**AUTORES:**

**Kevin Santiago Lima Haig**

**Dayra Arelis Segovia Pacheco**

**TUTOR: Ing. Cesar Andrés Guerrero Velástegui**

**AMBATO – ECUADOR**

**Julio 2019**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Cesar Andrés Guerrero Velàstegui**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Cultura Organizacional, una visión desde el Plan de Comunicación Publicitaria para la Provincia de Tungurahua**” presentado por el señor **Kevin Santiago Lima Haig** y la señorita **Dayra Arelis Segovia Pacheco** 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, 25 de Julio del 2019



**Ing. Cesar Andrés Guerrero Velàstegui**

**C.I. 1803101243**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Kevin Santiago Lima Haig** y **Dayra Arelis Segovia Pacheco**, 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.



---

**Kevin Santiago Lima Haig**

**C.I. 1803558137**



---

**Dayra Arelis Segovia Pacheco**

**C.I. 0503438509**

## **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. Amparito Cecilia León Saltos**

**C.I. 1707931976**



**Ab. Santiago Omar Ortiz Lopéz**

**C.I. 1802288330**

Ambato, 25 de Julio del 2019

## **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 autor.



---

**Kevin Santiago Lima Haig**

**C.I. 1803558137**



---

**Dayra Arelis Segovia Pacheco**

**C.I.0503438509**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo proponer un plan de comunicación publicitaria con énfasis en la cultura organizacional de la provincia de Tungurahua.

El problema que se identifica es que las empresas del sector comercial de la provincia de Tungurahua, no poseen un plan de comunicación publicitaria para sus campañas, puesto que lo realizan en su mayoría empíricamente.

Dentro de la metodología, esta investigación es de carácter descriptivo, con un nivel de investigación básico y un enfoque mixto; apoyándose en una revisión de la literatura con los aportes más destacados de las variables de estudio. Además, se aplicó una encuesta estructurada a una muestra de 231 empresas comerciales específicamente de línea blanca y electrodomésticos, validándose dicho instrumento con el estadístico de fiabilidad *Alpha* de *Cronbach*.

En los resultados, constan las etapas del plan publicitario propuesto, y en conclusiones se destaca la importancia de la utilización del mismo en el ámbito empresarial al llegar a un segmento de mercado establecido.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADEMICO, PUBLICIDAD, CULTURA ORGANIZACIONAL, COMUNICACIÓN PUBLICITARIA, EMPRESAS COMERCIALES

## **ABSTRACT**

The objective of this study is to propose an advertising communication plan with emphasis on the organizational culture of the province of Tungurahua.

The problem that is identified is that the companies of the commercial sector of the province of Tungurahua, do not have an advertising communication plan for their campaigns, since they do it mostly empirically.

Within the methodology, this research is descriptive, with a basic level of research and a mixed approach; based on a review of the literature with the most outstanding contributions of the study variables. In addition, a structured survey was applied to a sample of 231 commercial companies, specifically white goods and household appliances, and this instrument was validated with the Cronbach Alpha reliability statistic.

The results include the stages of the proposed advertising plan, and the conclusions highlight the importance of using it in the business field when reaching an established market segment.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, ADVERTISING, ORGANIZATIONAL CULTURE, ADVERTISING COMMUNICATION, COMMERCIAL ENTERPRISES

# KOINONÍA

Santa Ana de Coro, 31 de mayo de 2019

Kevin Santiago Lima Haig  
Dayra Arelis Segovia Pacheco  
César Andrés Guerrero Velástegui  
Leonardo Gabriel Ballesteros López

Presente. -

Reciban un cordial saludo. Me es grato en comunicarles que el artículo "CULTURA ORGANIZACIONAL, UNA VISIÓN DESDE EL PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA PARA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA" presentado por ustedes ante el Consejo Editorial de la Revista Interdisciplinaria Koinonia, fue ARBITRADO Y APROBADO por el jurado de expertos en el tema, quienes consideran que cumple cabalmente con las normas editoriales, así como con las exigencias gramaticales, de forma y de estilo.

El artículo se publicará en el número 8 de la revista, Año IV, Vol.4, correspondiente a la edición del periodo Julio - Diciembre de 2019.

Agradecido de su disponibilidad y esperando contar con su aporte en la divulgación y difusión de experiencias investigativas, quedo de Ud.

Atentamente  
  
Dr. Josia Isca

Director - Editor

FUNDACION  
KOINONIA  
  
En la Comunión del Conocimiento  
- RIF.: J-407575716

Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Educación, Turismo, Ciencias Sociales y Económica, Ciencias del Agro y Ciencias Exactas y Aplicadas.

Santa Ana de Coro, Edo. Falcón, Venezuela.

Hecho el depósito de ley: FA2016000010

ISSN: 2542-3088

<http://fundacionkoinonia.com.ve/ojs/index.php/revistakoinonia/index>

FUNDACIÓN KOINONIA (F.K).

RIF. J-407575716

[koinonia@fundacionkoinonia.com](mailto:koinonia@fundacionkoinonia.com)

[www.fundacionkoinonia.com.ve](http://www.fundacionkoinonia.com.ve)

Indexaciones: ONCTI; Actualidad Iberoamericana; Latindex Directorio; CLASE; ROAD; DOAJ; SERIUNAM; MIAR; BIBLAT; DRJI; Google Académico; PKP INDEX; CiteFactor; BASE; LatinRev; Latinoamericana; JournalTOCs; IZOR; Latindex Catálogo; Electronic Journals Library; REDIB; ResearchGate; Academia.edu; ERIH PLUS;