



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

TEMA: “Inversión en marketing: Un análisis de los ingresos del sector automotriz de la provincia de Tungurahua”

AUTOR: Víctor Hernán Cifuentes Suarez

TUTOR: Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

AMBATO – ECUADOR

Julio 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Inversión en marketing: Un análisis de los ingresos del sector automotriz de la provincia de Tungurahua**” presentado por el señor **Víctor Hernán Cifuentes Suarez** para optar por el título de Ingeniero 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, 12 de julio del 2021

Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

C.I. 180246337-0

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Víctor Hernán Cifuentes Suarez**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Victor Hernán Cifuentes Suarez

C.I. 180412069-7

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. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.

C.I. 1803549219

Dr. Hernan Mauricio Quisimalín Santamaría

C.I. 180264389-8

Ambato, 12 de julio del 2021

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo 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.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo 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 mis derechos de autor.



Victor Hernán Cifuentes Suarez

C.I. 180412069-7

RESUMEN EJECUTIVO

A nivel mundial las empresas buscan insertarse o mantener un buen posicionamiento dentro del mercado de consumo. Constantemente las industrias buscan nuevas estrategias de marketing para promocionar y publicitar sus bienes o servicios con el fin de obtener mayores réditos económicos. Por otro lado, en el Ecuador la industria automotriz es uno de los sectores productivos que mayor aporte realiza a la economía.

El objetivo del estudio fue determinar la incidencia de la inversión en publicidad mediante el rubro gasto promoción y publicidad sobre los ingresos totales registrados por las principales empresas comercializadoras de vehículos de la provincia de Tungurahua.

Con base a lo expuesto, se aplicó un modelo de regresión lineal para correlacionar los ingresos en ventas y el gasto en publicidad-promoción de las concesionarias de vehículos de la provincia de Tungurahua durante el periodo 2016 – 2019.

A través del estudio cuantitativo se analizaron los datos de las empresas seleccionadas y se comprobó que existe una relación del 79 por ciento entre el rubro gasto publicidad y los ingresos totales obtenidos. Mediante la ecuación lineal se corroboró que por cada dólar que se suma por concepto de publicidad los ingresos incrementan en \$73,83. Finalmente, se pronosticó para el año 2020 una reducción tanto en los ingresos como en el gasto de publicidad.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, INVERSIÓN, SECTOR AUTOMOTRIZ, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, VENTAS, PRONÓSTICO.

ABSTRACT

Worldwide, companies seek to insert or maintain a good position within the consumer market. Industries are constantly looking for new marketing strategies to promote and advertise their goods or services in order to obtain higher economic returns. On the other hand, in Ecuador the automotive industry is one of the productive sectors that makes the greatest contribution to the economy.

The objective of the study was to determine the incidence of investment in advertising through the promotion and advertising expense item on the total income registered by the main vehicle marketing companies in the province of Tungurahua.

Based on the above, a linear regression model was applied to correlate sales income and advertising-promotion spending of vehicle dealerships in the province of Tungurahua during the period 2016 - 2019.

Through the quantitative study they were analyzed the data of the selected companies and it was found that there is a 79 percent relationship between the advertising expenditure item and the total income obtained. Using the linear equation, it was confirmed that for every dollar added for advertising, income increased by \$ 73.83. Finally, a reduction in both revenue and advertising spending was forecast for 2020.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, INVESTMENT, AUTOMOTIVE SECTOR, PROMOTION AND ADVERTISING, SALES, FORECAST.

CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA REVISTA



Oficio N°. 26-UDAKADEM-2021

Cuenca, 10 de marzo de 2021

Estimados articulistas:

Víctor Hernán Cifuentes Suárez
Estudiante de la Universidad Técnica de Ambato
Klever Armando Moreno Gavilanes PhD.
Docente de la Universidad Técnica de Ambato
Ambato.

La Universidad del Azuay y el comité editorial de la Revista **UDA AKADEM "Pensamiento Empresarial"**, tienen el agrado de comunicar que el artículo de vuestra autoría denominado **"Inversión en marketing: Un análisis de los ingresos del sector automotriz en la provincia de Tungurahua"**, ha superado todos los procesos de revisión tanto de estilo, como de pares ciegos y sistema anti plagio.

Por lo tanto, el mismo será considerado en la edición N°. 8 de nuestra revista a publicarse en el mes de octubre próximo.

Revista UDA AKADEM

ISSN impreso: 2477-9237

ISSN electrónico: 2631-2611

Atentamente,

Marco Ríos Ponce
Editor General
UDA AKADEM, Pensamiento Empresarial
Universidad del Azuay



pensamiento empresarial