



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: “Efectos financieros de la gestión publicitaria y los costos de venta del sector comercial: Una aproximación a los ingresos generados en tiempos de pandemia”

AUTORES:

Oscar Fabricio Paucar Cevallos

Erika Macarena Chagmana Ases

TUTOR: Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

AMBATO – ECUADOR

Abril 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Efectos financieros de la gestión publicitaria y los costos de venta del sector comercial: una aproximación a los ingresos generados en tiempos de pandemia**” presentado por los señores **Oscar Fabricio Paucar Cevallos y Erika Macarena Chagmana Ases** 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, 18 de abril del 2023



Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

C.I. 180246337-0

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Oscar Fabricio Paucar Cevallos** y **Erika Macarena Chagmana Ases**, 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.



Oscar Fabricio Paucar Cevallos

C.I.1804296851



Erika Macarena Chagmana Ases

C.I.1805115936

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. Liliana Elizabeth González Garcés, Mg.

C.I. 1803962800



Ing. César Maximiliano Calvache Vargas, Mg.

C.I. 1802862498

Ambato, 18 de abril del 2023

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.



Oscar Fabricio Paucar Cevallos

C.I.1804296851



Erika Macarena Chagmana Ases

C.I.1805115936

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de investigación a mis padres, mi familia y mi novia quienes han sido la base para que nunca me dé por vencido y siga adelante. Este será el primero de muchos éxitos más, se los prometo.

Oscar

Quiero dedicar el presente artículo a mis padres y mi hija que me motivan a seguir con el objetivo de alcanzar mis metas. Ustedes son el motor de mi vida, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye a este.

Macarena

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por permitirme cumplir uno mas de mis sueños, agradecer a mi querida Facultad de Ciencias Administrativas, a todos sus docentes que por años impartieron su conocimiento para llegar hasta aquí. Agradecer también a mis padres, familia y amigos que supieron apoyarme para alcanzar este logro.

Oscar

Deseo extender un profundo agradecimiento a quienes hicieron posible la ejecución de una meta más, aquellos que fueron inspiración apoyo y fortaleza, esta alusión es especial a Dios, mis padres y mi hija por el apoyo incondicional.

Mi gratitud también es a la Facultad de Ciencias Administrativas, mi agradecimiento sincero al Dr. Klever Moreno por brindarme su apoyo para realizar el presente artículo, a cada docente quienes con su enseñanza y motivación edifican en la base de mi vida profesional.

Macarena

RESUMEN EJECUTIVO

El sector comercial durante la transición pandémica ha mantenido un margen de ganancias sustentable frente a las inversiones realizadas en publicidad y los costos de ventas, pues han servido como amortiguamiento financiero.

El objetivo del estudio fue determinar la relación que poseen la gestión publicitaria y los costos de ventas frente a los ingresos generados durante la pandemia. El método de regresión lineal fue propuesto para identificar los efectos financieros que poseen los gastos publicitarios, costos de ventas sobre las ventas de las empresas comerciales de Tungurahua.

Los resultados determinaron que, el sector no realiza inversiones en estrategias publicitarias, sin embargo, han gestionado montos que les ha permitido tener un grado de conexión con los usuarios para incrementar su participación en el mercado.

El desenlace del trabajo concluyó que, la inclusión de una adecuada gestión publicitaria permitirá un crecimiento constante en las ventas, con una leve apertura de nuevos mercados.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, COSTOS DE VENTAS, GASTOS PUBLICITARIOS, VENTAS, COVID-19, ANÁLISIS FINANCIERO.

ABSTRACT

The commercial sector during the pandemic transition has maintained a sustainable profit margin against investments made in advertising and sales costs, as they have served as a financial buffer.

The objective of the study was to determine the relationship between advertising management and sales costs compared to the income generated during the pandemic. The linear regression method was proposed to identify the financial effects that advertising expenses and sales costs have on the sales of commercial companies in Tungurahua.

The results determined that the sector does not make investments in advertising strategies, however, they have managed amounts that have allowed them to have a degree of connection with users to increase their participation in the market.

The outcome of the work concluded that the inclusion of adequate advertising management will allow a constant growth in sales, with a slight opening of new markets.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, SALES COSTS, ADVERTISING EXPENSES, SALES, COVID-19, FINANCIAL ANALYSIS.

ENLACE DE PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

<https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.1.2023.1324-1342>