



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 publicitaria: un estudio estocástico de ingresos del sector hotelero de la provincia de Tungurahua”

AUTOR: José Humberto Manzano López

TUTOR: Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“Inversión publicitaria: un estudio estocástico de ingresos del sector hotelero de la provincia de Tungurahua”** presentado por el señor **José Humberto Manzano López** 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.

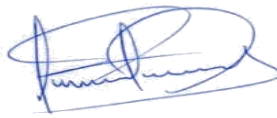
Ambato, 5 de agosto del 2021

Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

C.I. 180246337-0

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **José Humberto Manzano López**, 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.



José Humberto Manzano López

C.I.1803309259

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. Elías David Caisa Yucailla, Mg.

C.I.1803458668

Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.

C.I. 1803845385

Ambato, 5 de agosto 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.



José Humberto Manzano López

C.I.1803309259

RESUMEN EJECUTIVO

El decrecimiento de las ventas por la limitada demanda de servicios hoteleros provocada por la crisis sanitaria del COVID-19, ha traído repercusión en el sector turístico. La incidencia del contagio se relaciona con la entrada y salida de los turistas, por tanto, la movilidad de un lugar a otro promueve la propagación del virus. Por esta razón, cualquier inversión que realice este sector puede ser invalidada por las medidas restrictivas tomadas de los diferentes países.

El presente estudio se direccionó en analizar la inversión publicitaria frente a los ingresos obtenidos de las empresas del sector hotelero de la provincia de Tungurahua. Cabe destacar que, el turismo promueve el movimiento de dinero en cada una de las ciudades y el sector hotelero, la presente crisis sanitaria a afectado de manera negativa a este sector.

Una vez obtenido los resultados observamos que existe relación directa entre las variables de estudio, por lo tanto, las ventas dependen de la inversión en promoción y publicidad del sector hotelero de la provincia de Tungurahua. Esto en cuanto a los parámetros estudiados, se puede focalizar en el año 2020. Tiempo que golpeó fuertemente a la economía y apertura de lugares turísticos, lo que provocó un impacto en los ingresos del sector hotelero

El sector hotelero ha demostrado tener una dependencia entre la inversión publicitaria y las ventas. Esto no significa que, a mayor inversión de recursos monetarios se obtendrán mayores ganancias. No obstante, debe existir equilibrio entre la inversión y su temporalidad de implementación (festividades), pues es un factor de preferencia de alojamiento turístico. Por ende, las promociones están estrechamente relacionadas con la generación de ingresos.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, VENTAS, INVERSIÓN PUBLICITARIA, SECTOR HOTELERO, COVID-19, ESTADOS FINANCIEROS

ABSTRACT

The decrease in sales due to the limited demand for hotel services caused by the health crisis of COVID-19, has had an impact on the tourism sector. The incidence of contagion is related to the entry and exit of tourists, therefore, mobility from one place to another promotes the spread of the virus. For this reason, any investment made by this sector may be invalidated by the restrictive measures taken by the different countries.

This study was aimed at analyzing advertising investment compared to the income obtained from companies in the hotel sector in the province of Tungurahua. It should be noted that tourism promotes the movement of money in each of the cities and the hotel sector, the current health crisis has negatively affected this sector.

Once the results have been obtained, we observe that there is a direct relationship between the study variables, therefore, sales depend on the investment in promotion and advertising of the hotel sector in the province of Tungurahua. This in terms of the parameters studied, can be focused on the year 2020. Time that strongly hit the economy and the opening of tourist places, which caused an impact on the income of the hotel sector

The hotel industry has shown to have a dependency between ad spend and sales. This does not mean that the greater the investment of monetary resources, the greater the profits. However, there must be a balance between the investment and the timing of its implementation (holidays), as it is a factor of preference for tourist accommodation. Therefore, promotions are closely related to income generation.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, SALES, ADVERTISING INVESTMENT, HOTEL SECTOR, COVID-19, FINANCIAL STATEMENTS.

CERTIFICADO DE APROBACIÓN

Quien suscribe, Dra. Angélica Viloría con C.I.12.212.820 editora de la Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del IUTM (RECITIUTM) pone en constancia que los ciudadanos *Manzano López, José Humberto*; y *Moreno Gavilanes, Klever Armando*, autores del artículo titulado **“Inversión Publicitaria: un estudio estocástico de ingresos del sector hotelero de la provincia de Tungurahua”** fue recibido, sometido al arbitraje correspondiente y aprobado para publicación en el mes de abril del 2022 en el Volumen 08, Núm. 02. Constancia que se expide en la ciudad de Maracaibo, Venezuela a los veinte y ocho (28) días del mes de julio del 2021.

Atentamente,



Dra. Angélica Viloría



**Editora de la Revista Electrónica de Ciencia y
Tecnología del IUTM (RECITIUTM)**

Urb. La Floresta, Av. 86 (Principal) entre 79H y 79E, Teléfono (Central) 58-0261-7549996

Fax:58-0261-7540321, CP 400, Correo electrónico recitiutm@iutm.edu.ve, Dirección

Web: www.recitiutm.iutm.edu.ve