



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: “Marketing de reclutamiento durante la pandemia de COVID-19 en el sector turístico de la Zona 3-Ecuador”

AUTORES:

Raúl Javier Espinoza Freire

Edison Santiago Balladares Pico

TUTOR: Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Marketing de reclutamiento durante la pandemia de Covid-19 en el sector turístico de la Zona 3-Ecuador**” presentado por los señores **Raúl Javier Espinoza Freire y Edison Santiago Balladares Pico** 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, 6 de agosto del 2021.

Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.

C.I.1802453629

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Raúl Javier Espinoza Freire** y **Edison Santiago Balladares Pico**, 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.



Raúl Javier Espinoza Freire
C.I. 1803992724



Edison Santiago Balladares Pico
C.I. 1804337796

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

Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, MBA.

C.I. 1802931426

Ambato, 6 de agosto del 2021.

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.



Raúl Javier Espinoza Freire

C.I. 1803992724



Edison Santiago Balladares Pico

C.I. 1804337796

RESUMEN EJECUTIVO

El marketing de reclutamiento en los últimos años ha tomado relevancia por el apoyo en los procesos de selección de personal, donde el sector turístico no es ajeno a esta evolución, y más, durante la pandemia de COVID-19; puesto que en los hoteles de 2, 3 y 4 estrellas de la zona 3 no realizan procesos de reclutamiento del personal a través de medios digitales y sus estrategias se enfocaron en el marketing digital para captar clientes, pero dejándose de lado a los empleados.

Precisamente por ello, el objetivo primordial de esta investigación fue definir una estrategia de marketing de reclutamiento durante la pandemia de COVID-19 en el sector turístico de la zona 3-Ecuador; que permita reclutar adecuadamente al personal en diferentes áreas del sector hotelero durante la crisis sanitaria global.

En los resultados se mostraron tres apartados: la situación actual de los hoteles a partir de las encuestas aplicadas, el análisis estadístico a través de la prueba de normalidad de datos de Kolmogorov-Smirnov y la prueba no paramétrica de Chi-Cuadrado para la comprobación de las hipótesis, y finalmente, la estrategia de marketing de reclutamiento.

Se destaca que en el tercer apartado de resultados, se propone una estrategia de marketing de reclutamiento durante la pandemia de COVID-19 para el sector turístico. En primera instancia, a partir del marco de referencia realizado, se establecieron 4 fases con sus respectivas etapas: 1.- Caracterización inicial o Planificación, 2.- Reclutamiento, 3.- Socialización en la empresa y 4.- Seguimiento y control de los nuevos trabajadores.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING DE RECLUTAMIENTO, COVID-19, MARCA EMPLEADORA, SECTOR TURÍSTICO, ESTRATEGIA.

ABSTRACT

Recruitment marketing in recent years has gained relevance due to the support in the personnel selection processes, where the tourism sector is not alien to this evolution, and more so, during the COVID-19 pandemic; Since in the 2, 3 and 4-star hotels in zone 3 they do not carry out personnel recruitment processes through digital means and their strategies were focused on digital marketing to attract customers, but leaving aside the employees.

Precisely for this reason, the primary objective of this research was to define a recruitment marketing strategy during the COVID-19 pandemic in the tourism sector of zone 3-Ecuador; that allows to adequately recruit staff in different areas of the hotel sector during the global health crisis.

The results showed three sections: the current situation of the hotels from the applied surveys, the statistical analysis through the Kolmogorov-Smirnov data normality test and the non-parametric Chi-Square test to verify the assumptions, and finally, the recruiting marketing strategy.

It is highlighted that in the third section of results, a recruitment marketing strategy is proposed during the COVID-19 pandemic for the tourism sector. In the first instance, based on the framework made, 4 phases were established with their respective stages: 1.- Initial characterization or Planning, 2.- Recruitment, 3.- Socialization in the company and 4.- Monitoring and control of the new workers.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, RECRUITMENT MARKETING, COVID-19, EMPLOYER BRAND, TOURISM SECTOR, STRATEGY.



CERTIFICADO DE APROBACIÓN

Quien suscribe, Dra. Angélica Viloria con C.I. 12.212.820 editora de la Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del IUTM (RECITIUTM) pone en constancia que el ciudadano *Ballesteros Leonardo*, Espinoza Raúl, Balladares Santiago autores del artículo titulado **"MARKETING DE RECLUTAMIENTO DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19 EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA ZONA 3-ECUADOR"** fue recibido, sometido al arbitraje correspondiente y aprobado para publicación en el mes de octubre del 2021 en el Volumen 08, Núm. 01.

Constancia que se expide en la ciudad de Maracaibo, Venezuela a los veinte y seis (26) días del mes de julio del 2021.

Atentamente,




Dra. Angélica Viloria

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