



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: “Marca del empleador: impacto del empleador y el uso de las redes sociales”

AUTORES:

Fernanda Estefania Flores Toalombo

Jonathan Ariel Villegas Aman

TUTORA: Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Febrero 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación “**Marca del empleador: impacto del empleador y el uso de las redes sociales**” presentado por los señores **Flores Toalombo Fernanda Estefania y Villegas Aman Jonathan Ariel** 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, 11 de febrero 2022

Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

C.I. 1803251204

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Fernanda Estefania Flores Toalombo y Jonathan Ariel Villegas Aman**, 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.



Fernanda Estefania Flores Toalombo

C.I. 1804660130



Jonathan Ariel Villegas Aman

C.I. 0932384472

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. Hernan Mauricio Quisimalín Santamaría, PhD.

C.I. 180264389-8

Ing. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.

C.I. 1803084209

Ambato, 11 de febrero del 2022

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.



Fernanda Estefania Flores Toalombo

C.I. 1804660130



Jonathan Ariel Villegas Aman

C.I. 0932384472

RESUMEN EJECUTIVO

Resumen La marca del empleador ha permitido a las empresas destacar un perfil atractivo en redes sociales como estrategia para reclutar a candidatos potenciales. Además, resaltar la reputación corporativa dado que, es un elemento que influye en los solicitantes para postular a una vacante de trabajo.

El objetivo del estudio fue identificar las percepciones de los colaboradores potenciales sobre los empleadores y sus intenciones de solicitar un empleo dentro del sector comercial en la provincia de Tungurahua. Se aplicó el modelo del atractivo del empleador (EmpAt), que evaluó el valor de interés, social, económico, de desarrollo y aplicación, mediante la técnica estadística de análisis factorial.

Los resultados reflejaron que el valor de interés, económico, desarrollo, práctico influyen en los candidatos a postular por un empleo en redes sociales. Sin embargo, el valor social fue determinado como un factor que no ha influido en el comportamiento de los posibles postulantes.

Se concluyó que, los postulantes a un empleo en el sector comercial si han tomado en consideración los factores de evaluación, no obstante, se encontró una actitud peculiar, puesto que, no se ha estimado relevante la relación entre colegas, aunque demostraron una actitud positiva direccionada a trabajar, cumplir objetivos y recibir una remuneración como elementos primordiales de postulación.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARCA DEL EMPLEADOR, REDES SOCIALES, REPUTACIÓN CORPORATIVA, CANDIDATOS, RECLUTAMIENTO.

ABSTRACT

Employer branding has allowed companies to highlight an attractive profile on social networks as a strategy to recruit potential candidates. In addition, it requires highlighting corporate reputation since it is an element that influences applicants to apply for a job vacancy.

The objective of the study was to identify the perceptions of potential collaborators about employers and their intentions to apply for a job within the commercial sector in the province of Tungurahua. The employer attractiveness model (EmpAt), which evaluated the value of interest, social, economic, development and application, was applied using the statistical technique of factor analysis.

The results reflected that the interest, economic, development, and practical value influence candidates to apply for a job in social networks. However, the social value was determined as a factor that has not influenced the behavior of potential applicants.

It was concluded that applicants for a job in the commercial sector have taken into consideration the evaluation factors, however, a peculiar attitude was found, since the relationship between colleagues has not been considered relevant, although they demonstrated a positive attitude towards working, meeting objectives and receiving remuneration as the main elements of application.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, EMPLOYER BRANDING, SOCIAL MEDIA, CORPORATE REPUTATION, CANDIDATES, RECRUITS.

CARTA DE ACEPTACIÓN

593 Digital Publisher
CEIT
ISSN 2588-0705



Quito, 15 de noviembre de 2021

Fernanda Estefanía Flores Toalombo
Jonathan Ariel Villegas Amán
Mayra Fernanda Sánchez Acosta

V7-N3-917

Presente.

Reciban un cordial saludo del equipo de la revista 593 Digital Publisher CEIT, esta es una revista digital de investigación en las áreas de: Educación, Administración, Auditoría, Innovación Tecnológica, Finanzas, Emprendimiento, con ISSN# 2588-0705, está indexada en Latindex con catálogo v2.0, es arbitrada (pares ciegos), evalúa la pertinencia en la calidad de investigación y sus dinámicas propias relacionadas al tema de estudio, con el fin de garantizar estándares de exigencia académica.

Este documento certifica que ha concluido la fase de revisión de pares, por lo tanto, el artículo es aceptado para la publicación en el V7. N3. de may/jun del 2022, por los autores **Fernanda Flores, Jonathan Villegas y Mayra Sánchez**, con el tema **Marca del empleador: impacto del empleador y el uso de las redes sociales**, cuyos resultados obedecen a un proceso de investigación previo del/os autor/es.

Agradecemos su publicación y les deseamos éxitos en su carrera como investigadores.

Philipp Altmann Ph.D
Director

Los autores coinciden con la Resolución
FCA-CD-P-704

www.593dp.com
Urb. El Condado, Calle K 147 y Calle L, Of.5. Quito-Ecuador
Email: revista593dp@gmail.com