



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

COORDINACIÓN DE POSGRADO

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:

MAGISTER EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

“EL MODELO SOCIOTÉCNICO MEDIANTE EL USO DE LAS TICS PARA MEDIR EL
DESARROLLO LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y
MARKETING DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA”

AUTOR:

LIC. CÉSAR TEODORO ARÍZAGA SELLÁN

TUTOR:

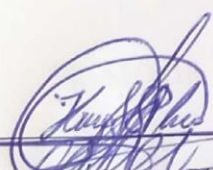
ECO. HUGO ÁLVAREZ

LA LIBERTAD – ECUADOR

Aprobación de Tutor

En mi calidad de Tutor **del Informe de Investigación**, "EL MODELO SOCIOTÉCNICO MEDIANTE EL USO DE LAS TICS PARA MEDIR EL DESARROLLO LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA", elaborado por la maestrante Lcdo. ARIZAGA SELLAN CESAR TEODORO, egresado de la **MAESTRÍA DE EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO PRIMERA COHORTE**, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de **MAGISTER EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO, PRIMERA COHORTE**, me permito declarar que luego de haber orientado, dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



Econ. Hugo Álvarez Plua, MBA.

Declaración De Responsabilidad

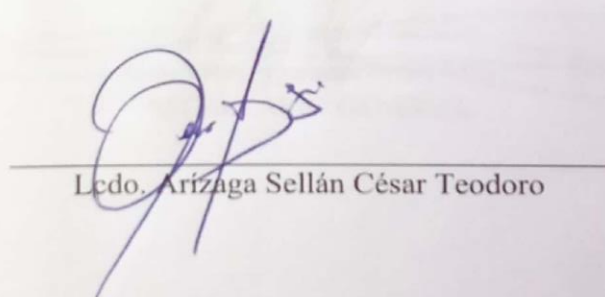
YO, ARIZAGA SELLAN CESAR TEODORO

DECLARO QUE:

El Trabajo **del Informe de Investigación** "EL MODELO SOCIOTÉCNICO MEDIANTE EL USO DE LAS TICS PARA MEDIR EL DESARROLLO LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA", previa a la obtención del Grado Académico de **MAGISTER EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO PRIMERA COHORTE**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación.

EL AUTOR



Lcdo. Arízaga Sellán César Teodoro

Tribunal de Sustentación

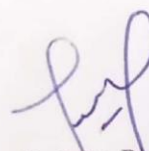
Q.F. Rolando Calero Mendoza, PhD
DIRECTOR INSTITUTO DE POSTGRADO



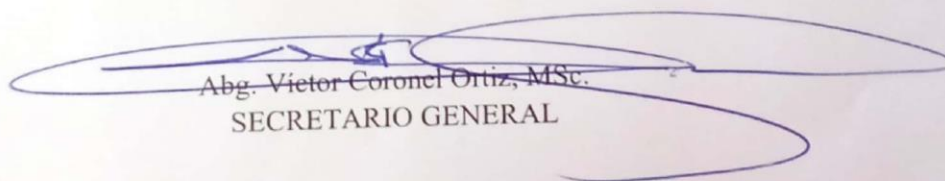
PhD. Miryam Sarabia Molina
COORDINADORA POSTGRADO



Econ. Eugenio Alvarez Plúa, MSc.
DOCENTE TUTOR



Ing. Jairo Cedeño Pinargote, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA



Abg. Victor Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL

Dedicatoria

A Dios, que me ha brindado salud y fortaleza en tiempos difíciles, a mi familia por estar siempre conmigo y ser mi pilar fundamental.

César Arízaga Sellán.

Agradecimiento

A Dios, por su bondad. A mis padres e hija por ser mi soporte, además de brindarme su comprensión y respaldo, a mi novia Kristhel S. por ofrecerme su apoyo incondicional durante todo este proceso. No podía olvidarme de mi tutor Hugo Álvarez, por su gran profesionalismo y sabiduría.

César Arízaga Sellán.

Contenido

| | |
|--|-----|
| Aprobación de Tutor | i |
| Declaración De Responsabilidad | ii |
| Tribunal de Sustentación..... | iii |
| Dedicatoria | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Contenido..... | vi |
| Glosario..... | xi |
| Resumen..... | xii |
| Introducción | 1 |
| Situación Problemática | 3 |
| Objetivos de la Investigación..... | 5 |
| Planteamiento hipotético..... | 5 |
| Señalamiento de la Variable de hipótesis | 5 |
| Capítulo I | 6 |
| 1. Marco De Referencia..... | 6 |
| 1.1. Modelo Sociotécnico | 6 |
| 1.2. Niveles del Modelo del Sistema Sociotécnico | 8 |
| 1.3. Método para analizar Modelo Socio Técnicos | 9 |

| | |
|---|----|
| 1.4. Evaluación crítica del enfoque del sistema sociotécnico..... | 10 |
| 1.5. TICS..... | 10 |
| 1.5.1. Para que sirven las TICS | 11 |
| 1.5.2. Características De Las TICS | 12 |
| 1.6. Tipos de TICS..... | 13 |
| 1.7. Ventajas de las TICS | 13 |
| 1.8. Las Tics en el Ámbito Laboral | 14 |
| 1.8.1. Uso De Las Tics Para Medir El Desarrollo..... | 14 |
| 1.8.2. Evaluación del desempeño laboral..... | 15 |
| Capítulo II..... | 16 |
| 2. Materiales Y Métodos | 16 |
| 2.1 Tipos de investigación..... | 16 |
| 2.1.1 <i>Investigación descriptiva</i> | 16 |
| 2.1.2 <i>Investigación explicativa</i> | 17 |
| 2.1.3 <i>Investigación Correlacional</i> | 17 |
| 2.2 Población y muestra..... | 17 |
| 2.2.1 <i>Población</i> | 17 |
| 2.2.2 <i>Muestra</i> | 17 |
| 2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 18 |
| 2.4 Procesamiento de Información | 18 |

| | |
|--|----|
| Capítulo III..... | 21 |
| 3. Resultados Y Discusión..... | 21 |
| 3.1 <i>Análisis de los Resultados</i> | 22 |
| 3.2 Interpretación de los resultados | 22 |
| Capítulo IV..... | 36 |
| 4 Propuesta | 36 |
| 4.1 <i>Introducción</i> | 36 |
| 4.2 Diagnóstico del modelo sociotécnico del departamento de comunicación y marketing de la UPSE..... | 38 |
| 4.3 Justificación del Modelo Sociotécnico | 39 |
| 4.4 Herramienta digital | 40 |
| 4.5 Diseño del Modelo sociotécnico..... | 40 |
| 4.6 Importancia..... | 41 |
| 4.7 Factibilidad | 41 |
| 4.8 Ubicación Sectorial y Física | 41 |
| 4.9 Visión..... | 42 |
| 4.10Objetivo General..... | 42 |
| 4.11Objetivos Específicos | 42 |
| 4.12Establecimiento del desarrollo institucional..... | 42 |
| Conclusión | 44 |

| | |
|--|----|
| Recomendaciones | 45 |
| Referencias Bibliográficas | 46 |
| Anexos | 50 |
| Anexo 1 Carta Aval | 50 |
| Anexo 2 Cronograma..... | 51 |
| Anexo 2 Instrumentos de recolección de información | 52 |
| Anexo 3 Encuestas | 55 |
| Anexo 4 Entrevistas | 59 |
| Anexo 5 Certificado Urkund..... | 60 |
| Anexo 6 Certificado Gramatólogo..... | 61 |

Índice de Gráficos

| | |
|-----------------|----|
| Gráfico 1 | 23 |
| Gráfico 2 | 24 |
| Gráfico 3 | 25 |
| Gráfico 4 | 26 |
| Gráfico 5 | 27 |
| Gráfico 6 | 28 |
| Gráfico 7 | 29 |
| Gráfico 8 | 30 |
| Gráfico 9 | 31 |

| | |
|------------------|----|
| Gráfico 10 | 32 |
|------------------|----|

Índice de Tablas

| | |
|----------------|----|
| Tabla 1 | 19 |
| Tabla 2 | 23 |
| Tabla 3 | 24 |
| Tabla 4 | 26 |
| Tabla 5 | 27 |
| Tabla 6 | 28 |
| Tabla 7 | 29 |
| Tabla 8 | 30 |
| Tabla 9 | 31 |
| Tabla 10 | 32 |
| Tabla 11 | 33 |
| Tabla 12 | 38 |
| Tabla 13 | 43 |

Glosario

- **Sociotécnico.** - Es la combinación sinérgica de humanos, máquinas, ambientes, actividades de trabajo y estructuras y procesos organizacionales.
- **Outputs.** - Es el conjunto de bienes y servicios que obtiene una empresa o industria al combinar distintos factores de producción.
- **Interorganizacional.** - Constan de varias entidades individuales con mecanismos independientes de toma de decisiones, pero interdependientes, que negocian y se ajustan mutuamente entre sí.
- **Telecomunicaciones.** - Suceden cuando se realiza un intercambio de información entre dos participantes mediante el uso de la tecnología.

Resumen

Este trabajo pretende determinar el modelo sociotécnico para el departamento de comunicación y marketing de la Universidad estatal península de Santa Elena mediante el uso de las tics para medir el desarrollo laboral. Esta investigación se divide en varios capítulos, en el cual encontramos el marco teórico, este presenta la recopilación de antecedentes, investigaciones previas y consideraciones teóricas, entre ellas encontramos el modelo sociotécnico, niveles del modelo del sistema sociotécnico, entre otros. Por otro lado, se encuentra la parte fundamental e importante que es el marco metodológico, en este se presenta el tipo de investigación que se realizó, en este caso es un enfoque mixto debido a que se utilizaron técnicas cualitativas y cuantitativas, de la misma manera se aplicó técnicas e instrumentos de recolección de datos como las encuestas y entrevistas, las cuales ayudaron a tener una mejor comprensión del problema, además, de brindar una solución. También, se encuentran los resultados obtenidos en la investigación, donde se realizó la tabulación e interpretación de las encuestas y se procesó las respuestas de las entrevistas. A su vez, se presentó la propuesta, esta consiste en el diseño de un modelo sociotécnico a través de las tics para brindar soluciones eficaces y factibles para el mejoramiento del departamento de comunicación y marketing. Por último, se muestra las conclusiones y recomendaciones aportando conocimientos explorados a lo largo de la investigación, además, ayudarán al perfeccionamiento de manejo de información dentro del departamento.

Palabras claves: Modelo Sociotécnico, Tics, desarrollo institucional, Institución. enfoque mixto modelo sociotécnico

Abstract

This work aims to determine the sociotechnical model for the communication and marketing department of the Santa Elena Peninsula State University using tics to measure job development. This research is divided into several chapters, in which we find the theoretical framework, this presents the collection of background, previous research and theoretical considerations, among them we find the sociotechnical model, levels of the sociotechnical system model, among others. On the other hand, there is the fundamental and important part that is the methodological framework, in this the type of research that was carried out is presented, in this case it is a mixed approach because qualitative and quantitative techniques were used, in the same way Data collection techniques and instruments such as surveys and interviews were applied, which helped to have a better understanding of the problem, in addition to providing a solution. Also, there are the results obtained in the research, where the tabulation and interpretation of the surveys were carried out and the responses of the interviews were processed. In turn, the proposal was presented, this consists of the design of a sociotechnical model through tics to provide effective and feasible solutions for the improvement of the communication and marketing department. Finally, the conclusions and recommendations are shown, contributing knowledge explored throughout the investigation, in addition, they will help to improve the management of information within the department.

Key Words: Sociotechnical Model, ICT, institutional development, Institution. mixed approach sociotechnical model

Introducción

El modelo sociotécnico a lo largo de los años ha sido considerado como un mecanismo de gran importancia dentro de las instituciones, a su vez, este modelo fue utilizado para designar la interacción entre las personas y los medios que se usan para modificar su ambiente, en este caso, a través del uso de las tecnologías se logra obtener el máximo rendimiento laboral. Cabe mencionar, que este método se caracteriza por evitar el exceso de especialización y disposición a la flexibilidad laboral incrementando la responsabilidad del trabajador en el producto final. Por otro lado, este estudio esta direccionado al departamento de comunicación y marketing de la Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena, dicha área se encarga de organizar y brindar la información necesaria a los demás departamentos al momento de realizar eventos o actividades dentro de la institución contribuyendo al desarrollo laboral e institucional.

El alma mater peninsular cuenta actualmente con una población estudiantil de 6.901, con un personal administrativo de 132, personal docente de 287 y por último con un personal de trabajadores de 92, su población total seria de 7412. Cabe destacar, que esta institución empezó su actividad académica el 22 de julio de 1998, desde esa fecha su misión ha sido formar profesionales competentes, comprometido totalmente con la sociedad y el ambiente, destacando la alta calidad académica, investigación y generación de conocimientos científicos y tecnológicos, promoviendo de esta manera la identidad cultural para brindar un desarrollo humano integral, participativo y democrático, en el cual se respeten los derechos humanos.

Por otro lado, para tener un conocimiento más amplio sobre la problemática se realizó un estudio interno, en el cual se pudo evidenciar que la comunicación no es tan efectiva entre departamentos, debido a que se atrasan trámites que no permiten ser proactivos en el momento

de iniciar una campaña o realizar una cobertura. Por aquella razón, se plantea un modelo sociotécnico, el cual, contribuirá al involucramiento del personal total en la resolución de problemas generando alternativas de mejora.

Para concluir, esta investigación se estructuró en cuatro capítulos. El primer capítulo hace referencias a bases teóricas donde se destacan grandes aportes realizados por varios autores, el segundo capítulo menciona los materiales y métodos utilizados en la investigación, el tercer capítulo, indica los resultados y discusión obtenidos a través de las encuestas y entrevistas realizadas en la investigación, por último, en el cuarto capítulo se presenta la propuesta de esta investigación.

Situación Problemática

El departamento de comunicación y marketing de la Universidad Estatal Península de Santa Elena se ha definido y desarrollado en los principios calidad, eficiencia y compromiso, como características básicas del estilo de trabajo y lineamientos de conductas, generando enfoque de gestión en personas orientadas a lograr un compromiso, así como un alto desempeño individual y de equipo. Sin embargo, antes las exigencias de la implementación de un modelo sociotécnico dentro del área, propone una manera de medir las actividades y resultados de forma técnica que permita satisfacer las expectativas del usuario.

Esta necesidad genera la problemática de aplicar las TICS como una herramienta para medir el comportamiento laboral, ya que las de instrucciones de gestión y de los servicios son compartidos con los trabajadores de las demás áreas, así como estándares de horas invertidas de trabajo en los proyectos a su cargo.

La comunicación no es tan efectiva entre departamentos, debido a que se atrasan trámites que no permiten ser proactivos en el momento de iniciar una campaña o realizar una cobertura. El departamento de Talento Humano hace uso de encuestas de clima laboral a través de las TICS dos veces al año, a fin de conocer si los trabajadores del Departamento De Comunicación Y Marketing De La Universidad Estatal Península De Santa Elena cumplen con el desempeño laboral correspondiente.

Formulación del Problema

El presente trabajo de investigación se llevará a cabo para determinar cuan efectivo ha sido la utilización de los instrumentos actuales, de la misma manera, se pretende determinar una propuesta óptima que permita medir la satisfacción laboral del área de comunicación y marketing, cuya finalidad se basa en que los demás departamentos se rijan por esta herramienta y que hagan uso de ella, para mejorar e incrementar un trabajo eficiente por parte de los integrantes de cada una de las áreas.

Sin embargo, este estudio se lo realizó en unos de los departamentos de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en este caso se escogió al área de Comunicación y Marketing para realizar dicha investigación. Por otro lado, la aplicación de un modelo sociotécnico con el uso de las TICS busca llegar a los trabajadores a través del tiempo, a un cambio a su mentalidad enfocada a la mejora continua en todos los aspectos para obtener un ambiente laboral adecuado.

De la misma manera, los modelo socio técnicos en la implementación de las TICS logrará contribuir al involucramiento del personal total en la resolución de problemas y generación de alternativas de mejora, lo cual llevará a desarrollar un plan estratégico más eficiente en diferentes departamentos. Cabe mencionar, que el problema presentado en dicho departamento es tecnológico debido a que los objetos no satisfacen las necesidades de los trabajadores y dejan de ser útiles por la evolución (obsolescencia) y la aparición de maquinaria moderna y técnico ya que si no cuentan con la tecnología el departamento no puede tener una productividad al cien por ciento.

Objetivos de la Investigación

- **Objetivo General**

Diseñar un modelo sociotécnico mediante el uso de las Tics para medir el desarrollo laboral en el departamento de comunicación y marketing de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

- **Objetivo Específicos**

- Analizar los instrumentos utilizados en el modelo sociotécnico y sus ventajas
- Argumentar teóricamente el modelo Sociotécnico y su aplicabilidad.
- Desarrollar estrategias de muestreo para determinar el uso de las Tics.
- Determinar el nivel de satisfacción laboral del área de Comunicación y Marketing.
- Proponer un modelo sociotécnico mediante el uso de las Tics

Planteamiento hipotético

La aplicación de un modelo sociotécnico con ayuda de las Tics dentro del Departamento de Comunicación Y Marketing de la Universidad Estatal Península De Santa Elena, contribuyó de manera eficiente a la solución de complicaciones técnicas dentro del departamento, es decir, brindando facilidad al momento de buscar información o planificar trámites que sean proactivos al desarrollar actividades dentro de la institución, a su vez, este modelo permitió conocer cuál es el desempeño laboral de cada uno de sus integrantes.

Señalamiento de la Variable de hipótesis

Variable Dependiente: Modelo Sociotécnico

Variable Independiente: Uso de las tics

Unidad de Observación: Departamento de Comunicación y Marketing

Términos de relación: Para medir el desarrollo laboral

Capítulo I

1. Marco De Referencia

1.1. Modelo Sociotécnico

El modelo sociotécnico fue primeramente propuesto por el Instituto Tavistick de Londres. Dichos colaboradores de este instituto afirman que toda organización consiste en una combinación dispuesta de tecnología y de un sistema social, de tal manera que haya una interrelación recíproca. por ello, varios autores manifiestan lo siguiente:

El término “Técnica” es usado para referirse a la estructura y un sentido mucho más amplio de tecnicismos. “Socio Técnico” se refiere, a la interrelación de aspectos sociales y técnicos de una organización o la sociedad en su conjunto. Por lo tanto, el término “Socio Técnico”, es la optimización unida, con un énfasis común en logro de la excelencia en prestaciones técnicas y la calidad de vida de las personas en el trabajo.

Los modelos sociotécnicos se desarrollaron en la década de 1950 con amplios estudios realizados por Trist & Emery. En su investigación describe a un sistema sociotécnico como un sistema abierto, que involucra trabajar en un nivel de “estado estable” en el que a pesar de la complejidad el sistema se reorganiza espontáneamente. Este contiene una característica principal, son selectivos y se autorregulan.

Según (CAMTIC, 2019) alude que los modelos sociotécnicos incluyen a los modelos técnicos, así como a los procesos operativos y las personas que utilizan e interactúan con el sistema técnico, rigiéndose por las políticas y las normas de una organización o de una sociedad.

Por otro lado, (Aguirre, 2020) menciona que los modelos sociotécnicos tratan acerca de los aspectos sociales de las personas, la colectividad y los aspectos técnicos de la estructura organizacional y procesos. Aquí, los elementos técnicos no implican necesariamente la tecnología materia.

De la misma manera, (Vítolo, 2016) alude que los modelos sociotécnicos incluyen un componente tecnológico, ninguno descompone a la tecnología en sus componentes individuales para ayudar a los investigadores al análisis minucioso de las causas de un problema en particular, ya sea de implementación o de uso.

Según (Andrés, San Martín y Rodríguez, 2016) indica que el modelo sociotécnico plantea que la trayectoria de una tecnología constituye un proceso dinámico y complejo compuesto por la materialidad artefactual, las tensiones, las disputas y los valores simbólicos.

Sin embargo, (Ceballos, 2017) señala que el modelo socio técnico es la combinación sinérgica de humanos, máquinas, ambientes, actividades de trabajo, estructuras y procesos organizacionales que contiene una empresa. Es decir, que abarca sistemas complejos donde los seres humanos contribuyen a un bien común, por otro lado, este concepto ofrece una teoría diferente o más ajustada a la realidad dentro de las organizaciones.

Igualmente, (Hevia, 2017) alude que la interrelación de lo técnico y lo social haría que estos sistemas sean sistemas híbridos, o lo que es lo mismo: sistemas sociotécnicos. A su vez, dicho autor menciona que no se han de considerar a todos los sistemas sociales como sistemas sociotécnicos, debido a que este término será dirigido a instituciones operativas, es decir, aquellas que dependen de medios o recursos materiales para generar outputs.

Por otro lado, (Sánchez, 2014) indica que los sistemas sociotécnicos tramitan valor con el fin de cumplir metas organizacionales. Si no se comprende el ambiente donde se usará el sistema, será menos probable que compense necesidades de usuarios. Un nuevo sistema sociotécnico puede impactar los procesos de negocio, el trabajo o las funciones de la gente, o la estructura de la organización.

1.2. Niveles del Modelo del Sistema Sociotécnico

Según (Manrique y Gonzalez, 2015) menciona que el modelo sociotécnico presenta varios niveles, para una mejor comprensión se los detalla a continuación:

- Nivel del sistema primario de trabajo. - Los sistemas primarios de trabajo autónomos en los que se mezclan las habilidades del grupo de personas y se establecen redes de conocimientos especializados constituyen un eje eficaz para el desarrollo de organizaciones socio técnicas.
- Nivel del sistema organizacional. – Este nivel nos menciona que existen dos principios básicos de diseño, el primero hace referencia a la burocracia tecnocrática. El segundo, alude la redundancia de funciones, es decir, que cualquier componente del sistema puede ser usado de intercambio en muchas tareas.
- Nivel del sistema macrosocial. -El tercer nivel se incluyen a los sistemas a las comunidades, a los sectores industriales y a las instituciones que operan en el nivel macro de una sociedad.
- Nivel interorganizacional. – Esta sección hace referencia al nivel interorganizacional del sistema socio técnico.

Cabe mencionar, que los niveles del modelo sociotécnico son considerados de vital importancia dentro de toda institución, debido a que a través de ellos se obtiene el desarrollo, crecimiento y mejora en la calidad de vida de los trabajadores, ofreciendo un círculo virtuoso de conocimientos.

1.3. Método para analizar Modelo Socio Técnicos

Para el análisis de un sistema socio técnico (Andrés, San Martín y Rodríguez, 2016) propone la siguiente metodología:

- a) Descripción: Revisar los principales aspectos técnico y social del sistema de destino seleccionado.
- b) Procesos: Revisar todas las operaciones de la unidad hombre – máquina (transformaciones).
- c) Indicadores: Analizar las diferencias claves y sus interrelaciones.
- d) Afecta la cantidad y la calidad de la producción.
- e) Funcionamiento Social y/o costos de producción.
- f) Modelo Social: Determinar hasta qué punto las diferencias clave son controladas por el sistema social (trabajadores, supervisores y gerentes).
- g) Percepción de los trabajadores: Investigar la percepción social de los miembros de sus papeles y las posibilidades de rol.
- h) Límite: Analizar los modelos vecinos.

1.4. Evaluación crítica del enfoque del sistema sociotécnico

El autor (Hevia, 2017) alude que los sistemas sociotécnicos en algunos casos son equivalentes, debido al alto grado de desarrollo tecnológico como en los sistemas sociales. Dicho autor, hace referencia en la tesis de Bunge con respecto a la artificialidad parcial de los sistemas sociales, la sociedad y sus reflexiones. Por otro lado, indica que este sistema debido ser ambivalente, es decir, que se interpreta de dos maneras distintas y opuestas.

1.5. TICS

Según (Aguirre, 2021) menciona que los tics son todas aquellas herramientas y programas que tratan, administran, transmiten y comparten la información mediante soportes tecnológicos. La informática, Internet y las telecomunicaciones son las TIC más extendidas, aunque su crecimiento y evolución están haciendo que cada vez surjan cada vez más modelos. A su vez, los tics han tomado un papel fundamental la vida cotidiana debido que se utilizan en varias actividades.

Sin embargo, (Chen, 2019) alude que los tics son el conjunto de tecnologías desarrolladas en la actualidad para una información y comunicación más eficiente, las cuales han modificado tanto la forma de acceder al conocimiento como las relaciones humanas. A su vez, la tics se reconoce como un producto innovador de gran utilidad, transformando los parámetros de obtención de la información a través de los medios de comunicación (Radio, Televisión y Prensa).

De la misma manera, (Hdez, 2018) indica que las tics hace referencia a las teorías, las herramientas y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de la información: informática, internet y telecomunicaciones. Estas permiten un mejor acceso y clasificación a la información para desarrollar alguna actividad.

1.5.1. Para que sirven las TICS

Por añadidura, (Aguirre, 2021) indica que sirven de gran utilidad ya que a través de ella se facilita la transmisión de información en cualquier formato de manera fácil y rápida. Los tics ha sido un cambio tecnológico vertiginoso que ha experimentado la humanidad en las últimas décadas, sobre todo en la aparición del internet, dentro de la importancia para que sirven las tics encontramos 4 puntos necesarios de mencionar, los cuales se detallan a continuación:

1. Inmaterialidad.
2. Instantaneidad
3. Interactividad
4. Automatización de tareas

Sin embargo, (El Universal, 2021) menciona que las tics facilitan el proceso de información de una manera eficaz y rápido. Por otro lado, con tal solo un clic se puede encontrar un sin fin de información de uno o varios temas de cualquier tipo. Cabe mencionar, que durante la pandemia las tics formaron parte crucial de los individuos, pues al no poder salir de casa por la cuarentena, las videoconferencias, los mensajes, las llamadas, la radio, la televisión fueron la forma de informarnos y comunicarnos de manera inmediata.

1.5.2. Características De Las TICS

Para Cabero (2007) las características más significativas de las TICS son las que se señala a continuación:

- a) **Inmaterialidad.** - Hace referencia a que la materia prima en torno a la cual desarrollan su actividad es la información, e información en múltiples códigos y formas, es decir: visuales, auditivas, audiovisuales, textuales de datos estacionarios y en movimiento.
- b) **Interconexión.** - Se refiere a diferentes formas de conexiones, vía hardware y que se permitirá el acto de la comunicación en el que se han desarrollado nuevas realidades expresivas y comunicativas.
- c) **Interactividad.** - Hace referencia a que el control de la comunicación se centra más en el receptor, desempeñando un papel importante en la construcción del mensaje, el rol del trasmisor evoluciona.
- d) **Instantaneidad.** - Rompe las barreras de espacio y tiempo
- e) **Diversidad.** - Se refiere a que no existe una única tecnología disponible, sino que por el contrario, se tiene una variedad de ellas.
- f) **Innovación.** - Se refiere a señalar que es tan acelerado el proceso de innovación de la tecnología que rebasa al contexto educativo.
- g) **Elevados parámetros de calidad, imagen y sonido.** - Se refiere la calidad con que pueden transferir la información.

h) Potenciación, Audiencia segmentaria y diferenciada. - Se refiere a que comprendemos como la especialización de los programas y medios en función de las características y demandas de los receptores.

1.6. Tipos de TICS

Según (Chen, 2019) los tics se pueden referir a varios contextos según el uso del término, ya sean estos:

- Redes
- Terminales y Equipos
- Servicios

1.7. Ventajas de las TICS

De la misma manera (Chen, 2019), alude sobre las ventajas que tienen las tics, se mencionan a continuación:

- Facilita el acceso a información
- Promueve nuevas formas de pensamiento
- Favorece el principio de construcción colaborativa del conocimiento
- Es una herramienta para indispensable tanto para la gestión educativa como administrativa, pues esta permite conocer el comportamiento académico y laboral.

Por otro lado, (Zambrano, 2018) menciona que las ventajas de la tics consiste en los siguientes puntos:

- Facilitan la comunicación a larga distancia

- Brindan acceso a información abundante y variada.
- Permiten el desarrollo de actividades u operaciones a través de la red
- Dan lugar a la creación de nuevos empleos

1.8. Las Tics en el Ámbito Laboral

Según (Aular, 2020) indica que las tics en el ámbito laboral son un conjunto de servicios informáticos, los cuales sirven para almacenamiento, procesamiento y transmisión de información por medio de dispositivos digitales. A su vez, esta importante herramienta alcanzo un punto notablemente alto, gracias a estas tecnologías la vida humana se ha desarrollado de manera más exitosa. Sin embargo, se detallan ejemplo de tic en el ámbito laboral:

- Comunicación. – Esta puede presentarse en múltiples tipos, oral, escrita o visual.
- Sistema de Inventario. – Mediante programas informáticos, se pueden encontrar productos de manera casi instantánea.

1.8.1. Uso De Las Tics Para Medir El Desarrollo Laboral

Según Rosario (2006) menciona que la Tecnologías de la Información y Comunicación han permitido llevar la globalidad al mundo de la comunicación, facilitando la interconexión entre las personas e instituciones a nivel mundial, y eliminando barreras espaciales y temporales. Se denominan Tecnologías de la Información y las Comunicación al conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética. Lo que el autor menciona es que las Tics incluyen la electrónica como tecnología base que soporta el desarrollo de las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual.

Por otro lado, el autor Cabreiro (2007) se refiere a las TIC “giran en torno a cuatro medios básicos: la informática, la microelectrónica, los multimedia y las telecomunicaciones”. Y lo más importante, giran de manera interactiva e interconexiónada, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas, y potenciar las que pueden tener de forma aislada.

1.8.2. Evaluación del desempeño laboral

Según (Barcelo, 2019) menciona que la evaluación del desempeño laboral es un instrumento que se utiliza para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos a nivel individual. A su vez, constituye una función esencial que de una u otra manera suele efectuarse en toda organización moderna. Dicho autor manifiesta que esta evaluación debe estar fundamentada en una serie de principios que orientes su desarrollo.

Capítulo II

2. Materiales Y Métodos

Según (Coronado, 2020) menciona que esta sección es considerada una de las partes más importantes de un estudio de investigación, ya que se recomienda iniciar la redacción de esta sección de forma temprana, dado que esto puede ayudar al proceso para el desarrollo de un buen trabajo.

2.1 Tipos de investigación

Según (Rodríguez C. G., 2018) indica que los tipos de investigación es un procedimiento científico y sistemático de recopilación de datos, compilación, análisis, interpretación e implicación en relación con cualquier problema del conocimiento. En este caso, el presente trabajo de estudio es un tipo de investigación mixta, debido a que se puede recopilar, analizar e interpretar la información para obtener un trabajo completo y detallado.

2.1.1 *Investigación descriptiva*

Por otro lado, (Arias, 2021) alude que la investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. A su vez, lo que haces es definir, dividir, clasificar o resumir la información. Por otra parte, la investigación descriptiva dio a conocer de forma sistemática y precisa el problema en estudio, el mismo tiene como objetivo describir el problema como es y cómo se presentó dentro del departamento de comunicación y marketing de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

2.1.2 Investigación explicativa

Según (Rueda, 2019) manifiesta que la investigación explicativa se orienta a establecer las causas que originan un fenómeno determinado. Este tipo de investigación brinda una explicación del porqué de las variables “modelo sociotécnico” y “uso de las tics” están en constante relación y tiene impacto la una con la otra.

2.1.3 Investigación Correlacional

De la misma manera, (Mejía, 2017) menciona que la investigación correlacional es un tipo de investigación no experimental en la que los investigadores miden dos variables y establecen una relación estadística entre las mismas.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Según (Rojas, 2017) señala que la población es un conjunto de unidades de las que desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones. En este caso, la población actual de la Universidad Estatal Península De Santa Elena es de 6.950, cabe mencionar, que el objeto de estudio será dirigido para 25 personas, entre ellos encontramos: directivos y trabajadores.

2.2.2 Muestra

Asimismo, (López, 2018) menciona que la muestra Una muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos. Sin embargo, la muestra utilizada en esta investigación es aleatorio simple, la cual está conformada por 25 entre directivos y trabajadores.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según (Aguilar, 2016) alude que la técnica e instrumentos de recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

- Encuesta. – Según (Westreicher, 2020) indica que la encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Cabe destacar, que la encuesta estuvo conformada por preguntas cerradas de acuerdo con las necesidades o problemática presentada dentro del departamento de comunicación y marketing.
- Entrevista. – Por otro lado, (Raffino, 2021) menciona que la entrevista es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. Sin embargo, la entrevista fue estructurada para los trabajadores del departamento y a varios directivos para conocer un poco más acerca de la problemática o virtudes que existen dentro del departamento.

2.4 Procesamiento de Información

Según (Pérez, 2019) menciona que el proceso de información se utiliza para aludir a una teoría desarrollada en el ámbito de la psicología por la corriente cognitivista. Se trata de una forma de analizar el funcionamiento de la mente del ser humano a partir de una analogía con el trabajo que realizan las computadoras (los ordenadores). Sin embargo, este proceso convierte un formato más legible entre ellos encontramos gráficos, documentos, etc. Brindando forma y

contexto para que los ordenadores los interpreten. En este caso de estudio, el proceso de información se lo realizara a través de gráficos, para que el lector tenga una mejor comprensión.

Sin embargo, el método que se utilizó para recoger la información necesaria fueron las entrevistas y encuestas, brindando el conocimiento necesario y la obtención de respuestas que contribuyeron a la elaboración del presente trabajo, esta información se procesó a través de formatos más legibles como son los gráficos y tablas. Cabe mencionar, que al momento de realizar el muestro se utilizó un cuadro establecido, en el cual se ubicó la población total de la Universidad, luego se procedió a realizar la fórmula de **aleatorio. Entre 1 y 6.950** para obtener una selección al azar de las 25 personas entre directivos y trabajadores.

Tabla 1

Tabla de Fuente para el Muestreo

| Fórmula Aleatoria | Selección al Azar |
|--------------------------|--------------------------|
| 6009 | 1 |
| 5760 | 2 |
| 2101 | 3 |
| 5575 | 4 |
| 6932 | 5 |
| 1292 | 6 |
| 1336 | 7 |
| 5897 | 8 |
| 4372 | 9 |
| 891 | 10 |
| 6706 | 11 |
| 570 | 12 |
| 3959 | 13 |
| 916 | 14 |
| 2250 | 15 |
| 2319 | 16 |
| 2062 | 17 |

| | |
|-------------|----|
| 2245 | 18 |
| 225 | 19 |
| 948 | 20 |
| 2496 | 21 |
| 1280 | 22 |
| 4216 | 23 |
| 72 | 24 |
| 224 | 25 |

Elaborada por: César Arízaga Sellán.

El muestreo aleatorio simple menciona que “cada elemento de la población tiene una proporción igual e independiente de ser seleccionado, para lo cual se le asigna un número. La muestra se determina con tablas de números aleatorios” (Porrás, 2018).

Capítulo III

3. Resultados Y Discusión

Según (Carrasquilla, 2016) menciona que los resultados y discusión de una investigación es considerada como la parte más extensa del trabajo, ya que en ella debes presentar los resultados completos de tu investigación, así como discutirlos y confrontarlos en función del análisis comparativo realizado. El cual tiene como objetivo principal manifestar los resultados obtenidos a lo largo de la investigación para después ser analizados de la mejor manera.

Sin embargo, varios usuarios de la institución mencionan que sería factible la aplicación de un modelo sociotécnico, ya que a través de este se podría lograr la meta propuesta, cumpliendo con los lineamientos establecidos, recordando que el objetivo de la investigación consiste en diseñar un modelo sociotécnico mediante el uso de las Tics. para medir el desarrollo laboral en el departamento de comunicación y marketing de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Dentro de este, se pudo determinar que los materiales utilizados como: la entrevista y encuestas ayudaron a obtener información relevante para tener una mejor comprensión sobre las falencias que presenta el departamento, entre ella encontramos la poca fluidez de información lo que ocasiona un malestar en las demás áreas departamentales, de la misma manera, que los materiales utilizados ayudaron a tener una mejor comprensión de la problemática, estas brindan una solución eficaz en el departamento poniendo fin a la problemática antes mencionada.

Además, se pretende que este diseño sea de ejemplo para los demás departamentos.

3.1 Análisis de los Resultados

Por otro lado, (Francés, 2017) indica que el análisis de los resultados brinda respuestas a los objetivos planteados en la investigación, plantear el análisis es conveniente, este también se lo conoce como un plan de explotación de datos. Sin embargo, en este segmento se presenta los resultados de las encuestas aplicadas al personal administrativo, trabajadores para conocer un poco más sobre el trabajo que ha venido realizando el departamento de comunicación y marketing, esta información se presentará de forma tabulada y sistematizada, en la aplicación de las encuesta se toma la siguiente categoría: **Modelo sociotécnico y Tics.**

Uno de los resultados más relevantes es que el 90% mencionó que está de acuerdo que se aplique un modelo sociotécnico dentro del departamento de comunicación, ya que este se encarga de realizar oficios, solicitudes, eventos y permisos de los diferentes espacios de la institución, por lo cual, consideran oportuno y factible dicha aplicación. Este modelo ofrecería una solución tanto a corto como a largo plazo, brindando fluidez de información, además, de relacionar lo social con lo técnico, en este caso, la utilización de computadoras para el envío de solicitudes y oficios, entre departamentos para que no haya la necesidad de realizar impresiones para que luego estas sean rechazadas por el departamento ya que no cumple con los lineamientos con los que ellos se manejan.

3.2 Interpretación de los resultados

De la misma manera, (Figueroa, 2016) alude que la interpretación de los resultados es el proceso mental mediante el cual se trata de encontrar un significado más amplio de la información empírica recabada. Por otro lado, esta interpretación apunta a darle sentido, es decir,

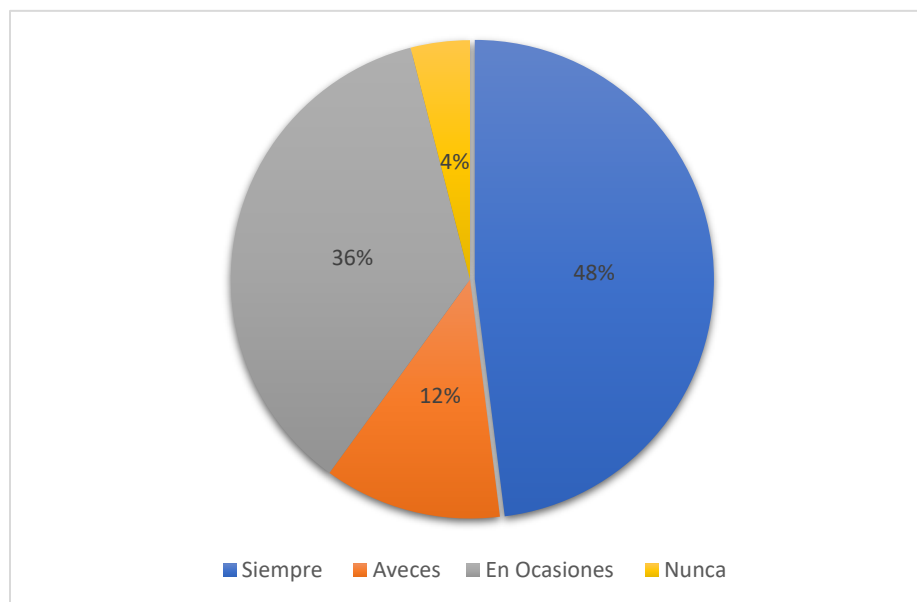
efectuar eventualmente una recomposición teórica para luego ser redactada en el informe final de la investigación.

Preguntas De La Encuesta Realizada

1. ¿Considera que el modelo sociotécnico ayuda a la medición del desempeño laboral dentro de un departamento?

Gráfico 1

Respuesta de la Pregunta 1



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 2

Respuesta de la Pregunta 1

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|--------------|-------|------------|
| Siempre | 12 | 48 |
| A veces | 3 | 12 |
| En Ocasiones | 9 | 36 |

| | | |
|--------------|----|-----|
| Nunca | 1 | 4 |
| TOTAL | 25 | 100 |

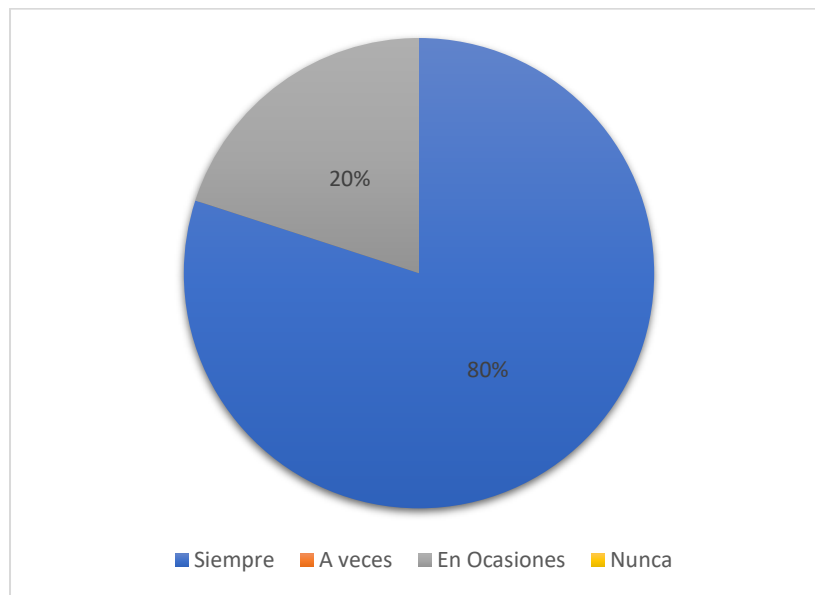
Análisis e interpretación

Un porcentaje considerable de los encuestados respondieron que el modelo sociotécnico siempre ayudara a la medición del desempeño laboral dentro del departamento.

2. ¿Considera que un modelo sociotécnico es necesario para el desarrollo laboral?

Gráfico 2

Respuesta de la Pregunta 2



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 3

Respuesta de la Pregunta 2

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|------------------|--------------|-------------------|
| Siempre | 20 | 80 |
| A veces | | |

| | | |
|---------------------|----|-----|
| En Ocasiones | 5 | 20 |
| Nunca | | |
| TOTAL | 25 | 100 |

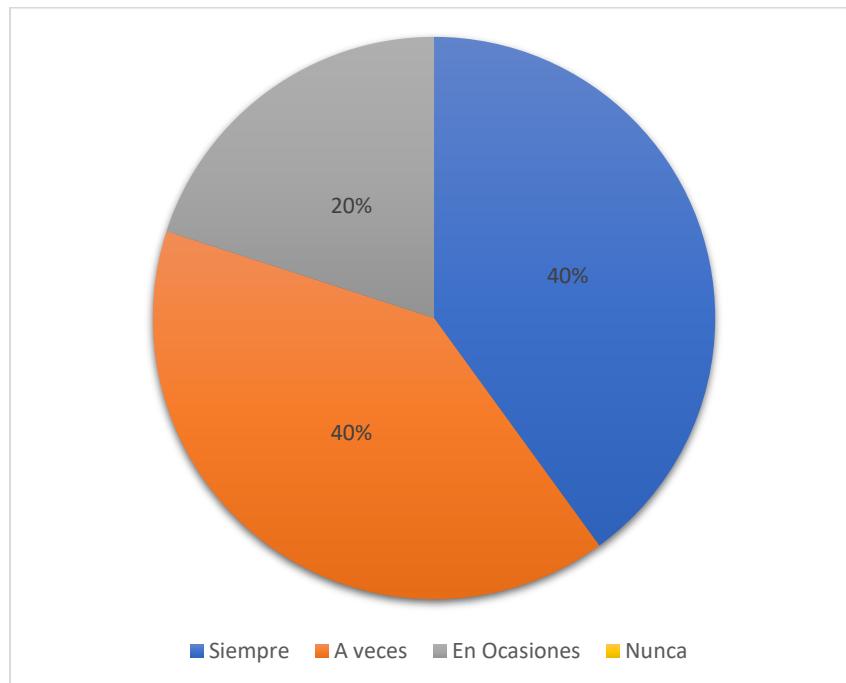
Análisis e Interpretación

La totalidad de los encuestados manifestaron que el modelo sociotécnico siempre ayudara al desarrollo laboral, mientras que un porcentaje inferior indico que en ocasiones este modelo ayudara.

3. ¿Existe motivación e iniciativa para mejorar la calidad de su trabajo?

Gráfico 3

Respuesta de la Pregunta 3



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 4

Respuesta de la Pregunta 3

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|--------------|-----------|------------|
| Siempre | 10 | 40 |
| A veces | 10 | 40 |
| En Ocasiones | 5 | 20 |
| Nunca | | |
| TOTAL | 25 | 100 |

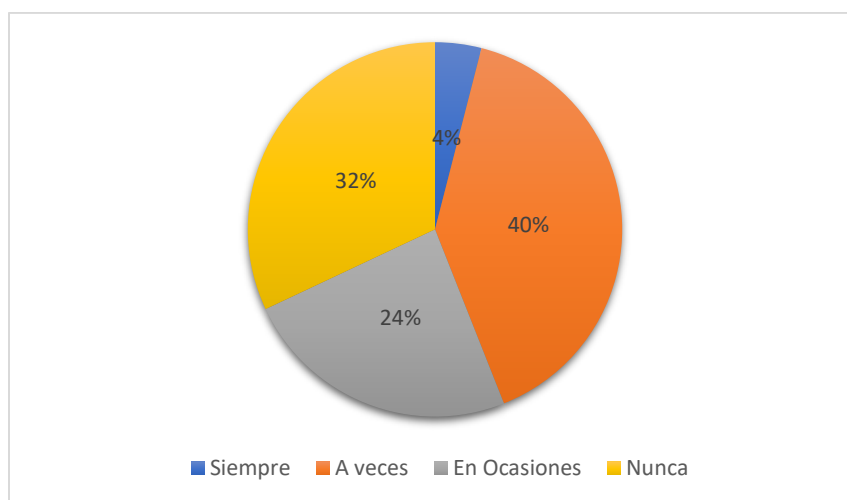
Análisis e Interpretación

Una parte de los encuestados manifestó que siempre existe motivación para mejorar la calidad de su trabajo, sin embargo, la otra mitad indico que a veces tienen motivación. Los 5 restantes sostienen que esta motivación solo la tienen en ocasiones.

4. **¿Se establece una adecuada comunicación dentro del departamento al momento de ejecutar planes y programas?**

Gráfico 4

Respuesta Pregunta 4



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 5

Respuesta de la Pregunta 4

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|--------------|-----------|------------|
| Siempre | 1 | 4 |
| A veces | 10 | 40 |
| En Ocasiones | 6 | 24 |
| Nunca | 8 | 32 |
| TOTAL | 25 | 100 |

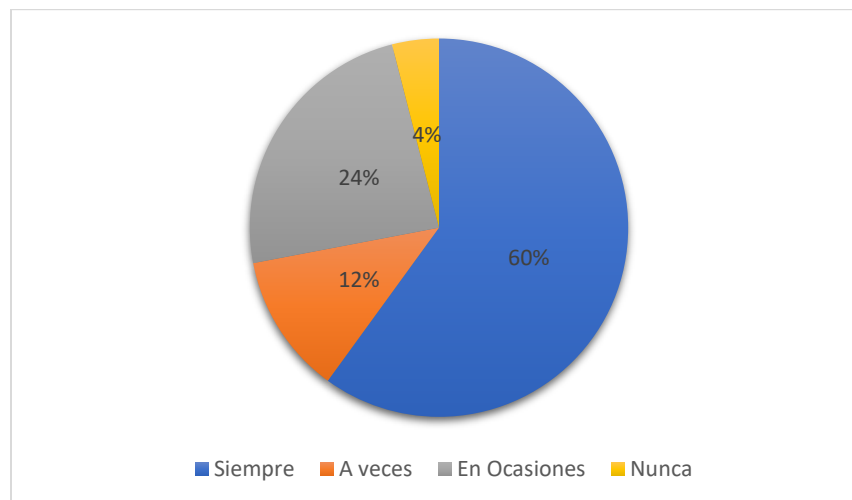
Análisis e Interpretación

Un porcentaje considerable indico que a veces existe una buena comunicación al momento de realizar planes y programas, sin embargo, 8 de ellos manifestación que nunca hay comunicación.

5. ¿Considera importante digitalizar la información de un departamento?

Gráfico 5

Respuesta de la Pregunta 5



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 6

Respuesta de la Pregunta 5

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|---------------------|--------------|-------------------|
| Siempre | 15 | 60 |
| A veces | 3 | 12 |
| En Ocasiones | 6 | 24 |
| Nunca | 1 | 4 |
| TOTAL | 25 | 100 |

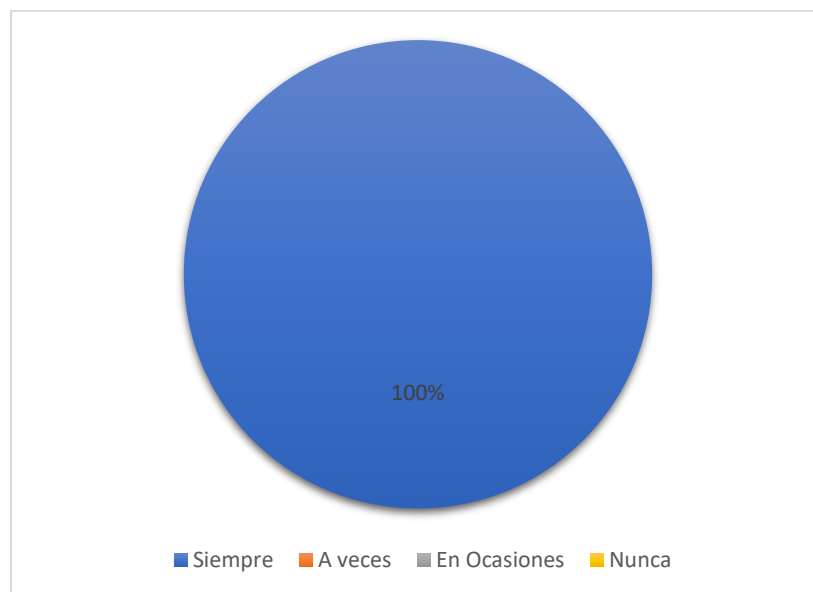
Análisis e Interpretación

La mayoría de los encuestados indico que siempre es importante digitalizar la información de un departamento, por otro lado, 6 de ellos indicaron que en ocasiones.

6. ¿Se encuentra en su espacio laboral?

Gráfico 6

Respuesta de la Pregunta 6



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 7

Respuesta de la Pregunta 6

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|---------------------|--------------|-------------------|
| Siempre | 25 | 100 |
| A veces | | |
| En Ocasiones | | |
| Nunca | | |
| TOTAL | 25 | 100 |

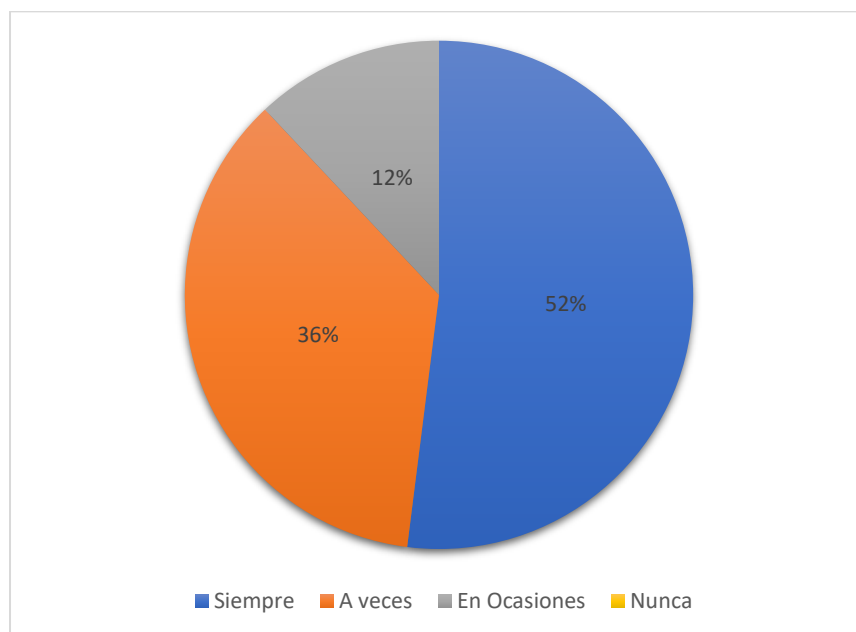
Análisis e Interpretación

La totalidad de los encuestados manifestó que siempre se encuentran en su espacio laboral.

7. ¿Con que frecuencia hace uso de las herramientas tecnológicas?

Gráfico 7

Respuesta de la Pregunta 7



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 8

Respuesta de la Pregunta 7

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|--------------|-----------|------------|
| Siempre | 13 | 52 |
| A veces | 9 | 36 |
| En Ocasiones | 3 | 12 |
| Nunca | | |
| TOTAL | 25 | 100 |

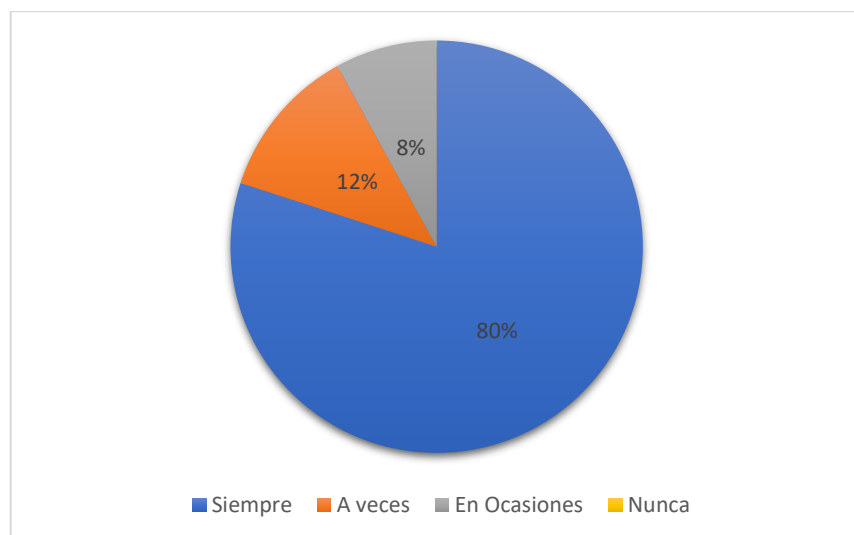
Análisis e Interpretación

Un alto porcentaje señaló que siempre hace uso de herramientas tecnológicas, 9 de ellos indicaron que a veces y los últimos 3 manifestaron que solo en ocasiones.

8. **¿Considera usted necesaria esta herramienta ya que se utiliza para calificar la gestión del departamento de comunicación y marketing luego de atender sus peticiones?**

Gráfico 8

Respuesta de la Pregunta 8



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 9

Respuesta de la Pregunta 8

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|---------------------|--------------|-------------------|
| Siempre | 20 | 80 |
| A veces | 3 | 12 |
| En Ocasiones | 2 | 8 |
| Nunca | | |
| TOTAL | 25 | 100 |

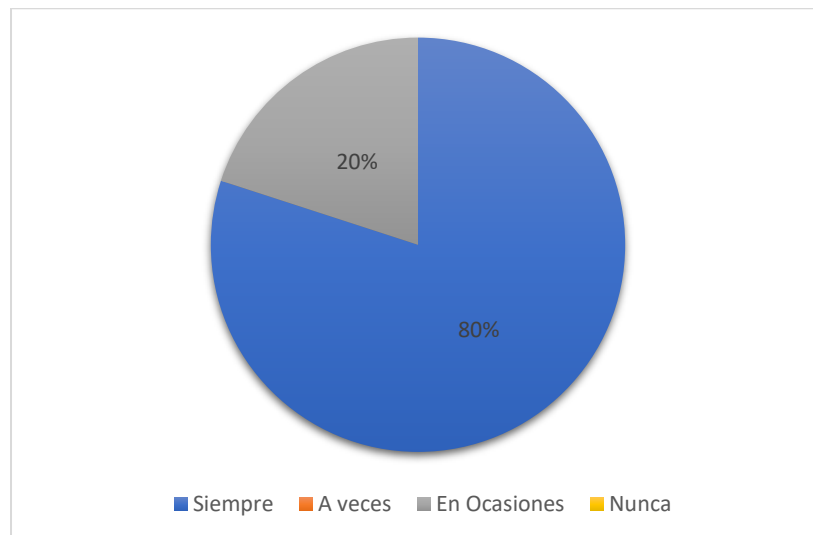
Análisis e Interpretación

La mayor parte de los encuestados aseguraron que siempre será de gran utilidad para calificar la gestión del departamento de comunicación y marketing.

- 9. ¿Cree usted que esta herramienta es de gran utilidad para las TICs al momento de realizar alguna petición?**

Gráfico 9

Respuesta de la Pregunta 9



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 10

Respuesta de la Pregunta 9

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|--------------|-----------|------------|
| Siempre | 20 | 80 |
| A veces | | |
| En Ocasiones | 5 | 20 |
| Nunca | | |
| TOTAL | 25 | 100 |

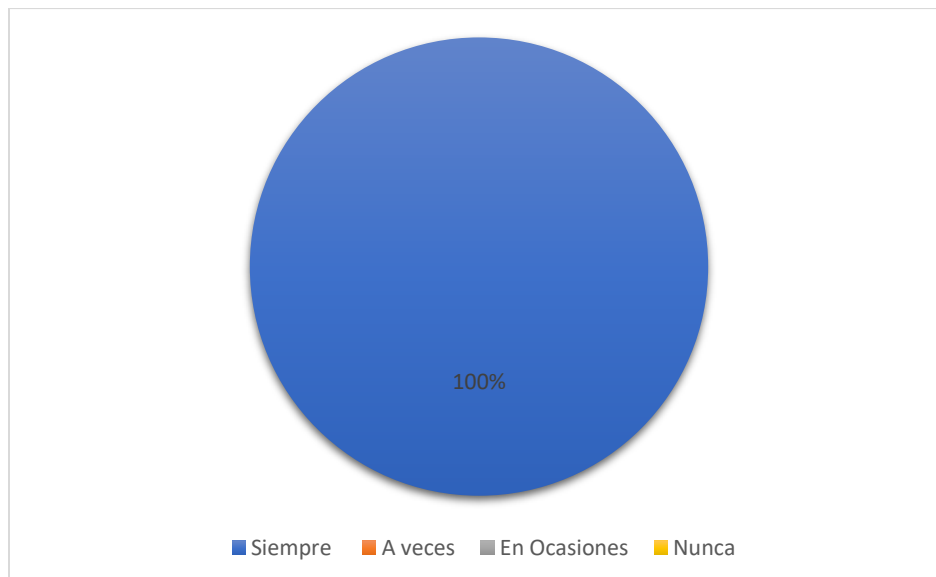
Análisis e Interpretación

La gran mayoría de los encuestados mencionaron que siempre será de gran utilidad para la tics, debido a que facilita la obtención de información.

10. ¿Considera necesario la implementación de una plataforma donde se realice las peticiones de cada departamento?

Gráfico 10

Respuesta de la Pregunta 10



Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

Tabla 11

Respuesta de la Pregunta 10

| RESPUESTA | TOTAL | PORCENTAJE |
|---------------------|--------------|-------------------|
| Siempre | 25 | 100 |
| A veces | | |
| En Ocasiones | | |
| Nunca | | |
| TOTAL | 25 | 100 |

Análisis e Interpretación

Un número superior de encuestados supieron indicar que si será necesario la implementación de una plataforma para indicar las necesidades de varios departamentos.

Preguntas De La Entrevistas

Cabe mencionar, que la entrevista solo estuvo dirigida a 3 directores departamentales de la Universidad.

1. Qué problemas enfrenta su departamento al requerir los servicios del departamento de comunicación y marketing?

El 75% de los entrevistados mencionaron que en ciertas ocasiones el departamento de comunicación y marketing atrasan los trámites que requieren, debido al desorden de información, la cual no está de manera digital, lo que ocasiona un malestar por retardo del requerimiento, o simplemente porque los trabajadores tienen un exceso de trabajo. Sin embargo, el 25% restante indicaron que ellos mandan los oficios con la información necesaria para que el departamento les dé el visto bueno.

2. ¿Qué falencias ha diagnosticado en los servicios que brinda el departamento de comunicación y marketing?

El 100% de los entrevistados manifestó que una de las falencias que tiene el departamento de comunicación es la demora de sus solicitudes pertinentes para sus actividades a realizar por desorganización dentro del área, por otro lado, la segunda falencia que tiene el departamento es que una vez que se envíe alguna petición, no recibimos respuesta alguna de los trabajadores del departamento. Esta fue la versión de los entrevistados, dicha respuesta coincidió entre los entrevistados.

3. ¿Conoce y usa las plataformas digitales que posee la universidad (departamento de marketing de la UPSE)? ¿Cuáles?

De la misma manera, el 100% de los entrevistados indicó que si conoce y utiliza las plataformas digitales de la Universidad, en este caso la plataforma que utiliza el departamento de comunicación y marketing es la página web de la Universidad.

4. ¿Considera usted, que la gestión documental con el departamento de comunicación y marketing para el requerimiento de servicios sea de manera digital?

Por otro lado, el 80% de los entrevistados aludieron que sería excelente, ya que se facilitaría el traspaso de la información, brindado facilidad y eficiencia al momento de realizar sus peticiones, los usuarios también manifestaron que sería bueno que el departamento maneje un modelo parecido al Quipux, para seguir un control y flujo de la información. Sin embargo, el 20% restante mencionó que la gestión documental debería mantenerse, debido a que no manejan de la mejor manera su equipo de cómputo.

5. ¿Cuál es su opinión sobre el uso de las TICs en el departamento de comunicación y marketing de la Universidad Estatal Península de Santa Elena?

El 100% de los encuestados aludió que es una magnífica idea que el departamento haga uso de las tics, ya que es una herramienta útil y práctica. Además, brindaría facilidad. Por otro lado, se mejoraría la estructura del departamento, brindando división de trabajo de acuerdo con sus funciones, esto propondría una excelente coordinación y a su vez habría una automatización de procesos.

Capítulo IV

4 Propuesta

4.1 *Introducción*

La propuesta procura mantener una serie de elementos de tal manera que se perfecciona la utilización de tecnologías para ofrecer facilidades al momento de solicitar requerimientos, el mismo manifiesta un importante punto, el cual consiste en mejorar el flujo de información dentro de los departamento de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Esta propuesta se la acoplara a corto plazo con el fin de mantener un modelo a seguir para fortalecer el desarrollo laboral.

Por otro lado, una vez examinados los resultados obtenidos del análisis del modelo sociotécnico, se identificó las falencias que existen dentro del departamento, sin embargo, a partir de esta línea se propondrá crear una propuesta óptima que incluya la mejora de: facilidad de información, comunicación, mayor accesibilidad, la rapidez en la recuperación de información y división de funciones, obteniendo un ambiente laboral placentero de manera que se convierta en un motor de cambios dentro del departamento, aprovechando de forma significativa las ventajas que aporta las tecnologías de información y comunicación para la mejora de calidad de la atención.

Por último, este modelo aspira ofrecer soluciones factibles al momento de realizar búsqueda de información, mostrando un servicio óptimo que pueda complacer las expectativas de los servicios solicitados, de la misma manera, las tics cumplen un rol fundamental, ya que a través de ella se obtiene la calidad dando una coordinación profunda entre sus integrantes. Es necesario mencionar que una de las ventajas que tiene las tics es mejorar el aprovechamiento de los recursos humanos.

4.2 Diagnóstico del modelo sociotécnico del departamento de comunicación y marketing de la UPSE.

Este diagnóstico se obtuvo a través de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) para tener una mejor comprensión de la información conseguida en el departamento, con el único objetivo de analizar cada uno de los puntos para realizar el modelo sociotécnico, dicho modelo será de gran beneficio. Sin embargo, los datos que se obtuvieron en el departamento indico la situación actual y la atención que esta solicita, para lograr el objetivo planteado y conseguir un modelo factible y eficaz.

Por otro lado, el autor (Pursell, 2021) indico que el FODA es una herramienta diseñada para percibir la situación de un oficio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras. Dicho análisis permite conocer la situación actual de la organización. Es de vital importancia presentar el cuadro de análisis para conocer a profundidad la situación del departamento.

Tabla 12

Análisis FODA

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Fluidez de información dentro y fuera del departamento | <ul style="list-style-type: none">• Dar seguimiento a la información brindada |
| <ul style="list-style-type: none">• Toda actividad por realizar tiene su proceso, no puede seguir al siguiente | <ul style="list-style-type: none">• Evaluar el desempeño laboral de los integrantes del departamentos. |

| | |
|--|--|
| paso sin antes haber realizado el primero | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Planificación y control de información. | <ul style="list-style-type: none"> • Contar con el uso de las tics, para brindar un mejor servicio. |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • No entregan la información a tiempo • Desaprovechamiento del personal, debido a que algunos no están en los puestos de acuerdo con sus funciones. | <ul style="list-style-type: none"> • Perdida de información • No hay agilidad, flexibilidad. |

Elaborado por: César Teodoro Arízaga Sellán.

4.3 Justificación del Modelo Sociotécnico

La falta de un modelo sociotécnico genera que dentro del departamento no haya una agilidad de trámites ni fluidez de información, lo que ocasiona un malestar a las demás áreas departamentales. Sin embargo, debido a las problemáticas presentada, el siguiente modelo sociotécnico presenta estrategias, la cual busca facilitar los labores a los funcionarios a considerar por parte del departamento con respecto a la información brindada a las demás áreas.

Por lo tanto, con esto los encargados del área contarán con estrategias que contribuyen a la mejora de su desempeño laboral, además de brindar un servicio eficiente. Por otro lado, el autor Rodriguez (2020) indica que el desempeño laboral refiriendo a la calidad del servicio o del trabajo que realiza el empleado dentro de la organización. Aquí juega un papel importante sus habilidades profesionales.

4.4 Herramienta digital

Este recurso digital es utilizado por toda institución debido a que a través de ella se puede agilizar todos los procesos internos, por lo cual se mejora la comunicación interdepartamental, sin embargo, estas se basan en la creatividad e innovación, el uso de herramientas digitales propone una mayor eficacia, eficiencia y productividad en el desempeño de cada una de las actividades. Entre las herramientas digitales encontramos: Outlook, Gmail, Redes Sociales.

De la misma manera, las herramientas digitales son programas informáticos que están dentro de las computadoras, o en dispositivos electrónicos como celulares y tabletas, entre otros. Tienen el fin de facilitar las tareas del diario vivir y se pueden clasificar según la necesidad que tenga el usuario.

4.5 Diseño del Modelo sociotécnico

El diseño del modelo sociotécnico pretende brindar una solución eficaz, el cual plasmara estrategias y condiciones que serán aplicada para lograr el desarrollo del departamento, con el fin de cuidar la imagen que tienen de este. Sin embargo, es necesario brindar los conocimientos necesarios para que el personal de esta área sepa cómo manejar el modelo sociotécnico. Dicho modelo consiste en crear un modelo sociotécnico con ayuda de las tics que permita el control, registro, flujo y trazabilidad de la documentación digital o físico entre ellos encontramos los oficios, memorándum, resoluciones, acuerdos y archivos que impliquen comunicación formal dentro y fuera de la institución, eficacia y solución a los problemas solicitados. Además, esta plataforma permitiría consultar y recibir respuesta de la documentación presentada.

4.6 Importancia

Este modelo es utilizado por varios establecimientos y es considerado de gran importancia, ya que a través de este se lleva un control de información, que ayudará de manera significativa al desarrollo departamental de la UPSE, brindando soluciones eficaces y rápidas a todos sus usuarios, por otro lado, los directores departamentales contarán con una herramienta de gran utilidad para realizar sus trámites y peticiones, dando información adicional para complementar sus necesidades brindando de esta manera un ambiente laboral cómodo.

4.7 Factibilidad

Durante la investigación del presente trabajo se considera que la propuesta planteada al Departamento De Comunicación Y Marketing De La Universidad Estatal Península De Santa Elena hay una posibilidad de realizarlo, especialmente dentro del área de estudio. Por otro lado, la propuesta es considerada factible por las siguientes razones.

1. Brinda soluciones factibles a la problemática presentada en el departamento.
2. Procura mejorar el manejo de información para lograr el objetivo planteado en la investigación.
3. Perfeccionar el servicio brindado para que exista una buena comunicación entre las áreas departamentales.

4.8 Ubicación Sectorial y Física

- **Provincia:** Santa Elena
- **Cantón:** La Libertad
- **Beneficiarios:** Departamento de Comunicación y Marketing de la UPSE
- **Tipo de Establecimiento:** Pública

4.9 Visión

Hacer del área de comunicación y marketing un departamento comprometida con el desarrollo laboral, que constituya un factor fundamental en el constante esfuerzo y progreso productivo.

4.10 Objetivo General

Diseñar un modelo sociotécnico con el uso de las tics para garantizar el manejo adecuado de información dentro del Departamento De Comunicación Y Marketing De La Universidad Estatal Península De Santa Elena.

4.11 Objetivos Específicos

- Brindar un servicio eficaz, factible y fluido.
- Proponer innovación y estrategias mediante la aplicación del modelo sociotécnico.
- Evaluar qué papel desempeña cada trabajador de acuerdo con sus funciones dentro del departamento.
- Establecer un control dentro del área sobre la documentación que se envía y se recibe, para llevar un correcto registro de información.

4.12 Establecimiento del desarrollo institucional

El personal encargado del desarrollo institucional lidera cada acción en el momento en que la universidad enfrente momentos críticos, este establecimiento de desarrollo institucional es el departamento de comunicación y marketing, el cual tiene la autoridad de tomar decisiones en materia de comunicación y fluidez de información cuando el caso lo requiera. Sin embargo, el personal está conformado por:

Tabla 13

Integrantes Departamento de Comunicación y Marketing

Director del departamento

Diseñador Gráfico

Camarógrafos

Locutor

Elaborado por: Cesar Teodoro Arízaga Sellán

Conclusión

Según (Giraldo, 2019) menciona que la conclusión consiste en sintetizar brevemente los puntos más relevantes, aportando los conocimientos explorados a lo largo del texto, pero teniendo el cuidado de no repetir exactamente lo que ya has escrito, ni de anexar una nueva información que no se haya mencionado antes. Es decir, se precisa la información antes mencionada, brindando la acción y efecto de concluir.

El modelo sociotécnico es de gran utilidad para toda institución, ya que a través de esta se facilita el proceso de información, es decir, integra lo social con lo tecnológico. Unifica el personal del departamento con las maquinas tecnológicas, ofreciendo un manejo mejorado de procesos.

El uso de las Tics durante la aplicación del modelo sociotécnico cumple un rol fundamental, debido a que son la unión perfecta para cumplir con el objetivo propuesto en este caso de estudio. Ambos ayudan al desarrollo del departamento brindando una comunicación más flexible y eficiente, sin embargo, la tics brinda una autonomía de funcionamiento de cada departamento.

La información o documentación digitalizada brinda comodidad al área de comunicación y marketing debido a que facilita los trámites correspondientes y solicitados por los demás departamentos, ya que ofrece rapidez al momento de dar información a cada director.

Recomendaciones

Según (Julian Pérez y Maria Merino, 2016) indicaron que la recomendación es la acción y la consecuencia de recomendar. Sin embargo, un recomendación puede de una sugerencia referida a una cierta cuestión.

- Socializar el modelo sociotécnico para que los integrantes conozcan un poco más acerca sobre este plan.
- El departamento de comunicación y marketing de la Universidad Estatal de la Península de Santa Elena a organizar su información pertinente para digitalizarla.
- Todos los departamentos deben de contar con herramientas digitales que faciliten la propagación de información entre departamentos.
- Los departamentos deben ser integrados para que su comunicación mejore y haya un ambiente armonioso.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar, M. d. (15 de Febrero de 2016). *Saber Metodología*. Obtenido de Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:
<https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>
- Aguirre. (7 de Septiembre de 2020). *Rebilyte*. Obtenido de
<https://esp.reliabilityconnect.com/que-es-un-sistema-socio-tecnico-y-porque-es-importante-conocerlo-en-el-ambito-de-la-confiabilidad-humana/>
- Aguirre. (13 de Julio de 2021). *BMN*. Obtenido de <http://www.bmns.sld.cu/que-son-las-tic>
- Andrés, San Martín y Rodríguez. (2016). *odelo analítico de la sostenibilidad socio-técnica de dispositivos hipermediales dinámicos* . Argentina: Conicet.
- Arias, E. R. (5 de Febrero de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Investigacion Descriptiva:
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Aular, A. (15 de Mayo de 2020). *lifeder*. Obtenido de Las TIC en el Ámbito Laboral:
<https://www.lifeder.com/ejemplos-tic-ambito-laboral/>
- Barcelo, J. C. (27 de Febrero de 2019). *La evaluación del desempeño laboral y la gestión de RRHH*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/evaluacion-desempeno/la-evaluacion-del-desempeno-laboral-y-la-gestion-de-rrhh/>

- CAMTIC. (29 de Noviembre de 2019). *Cámara de Tecnología de la información y Comunicación*. Obtenido de <https://www.camtic.org/hagamos-clic/sistemas-socio-tecnicos/>
- Carrasquilla, M. (2 de Diciembre de 2016). *Scribb*. Obtenido de Resultados y discusión de una revisión bibliográfica: <https://www.scribbr.es/revison-bibliografica/resultados-y-discusion-de-una-revison-bibliografica/>
- Ceballos, C. (2017). Seguridad y Salud en Sistemas Socio Técnicos. *Empresarial*.
- Chen, C. (21 de Mayo de 2019). *TIC (Tecnologías de la información y la comunicación)*". Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/tic/>
- Coronado, M. (2020). Materiales y métodos. *Médica de Petróleo Mexicanos*, 34-38. *El Universal*. (8 de Abril de 2021). Obtenido de ¿Qué son las TICs y para qué sirven en la sociedad?: https://www.eluniversal.com.mx/cartera/que-son-las-tics-y-para-que-sirven-en-la-sociedad
- Figuroa, M. (2 de Septiembre de 2016). *Saber Metodología* . Obtenido de Análisis e Interpretación de los Datos: <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/03/06/analisis-interpretacion-datos/>
- Francés, F. (12 de Octubre de 2017). *Técnicas de Investigación Social*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-1-la-investigacion-social/fases-de-la-investigacion-social/analisis-e-interpretacion-de-resultados>

Giraldo, V. (18 de Agosto de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de ómo hacer una conclusión excepcional de un texto o ensayo con estas técnicas:

<https://rockcontent.com/es/blog/como-escribir-una-conclusion/>

Hdez, A. (26 de Enero de 2018). *Economia Tic*. Obtenido de Concepto de TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación: <https://economiatic.com/concepto-de-tic/>

Hevia, G. (2017). La sociedad como artefacto. Sistemas sociotécnicos, sociotecnologías y sociotécnicas. *Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*.

Julian Pérez y Maria Merino. (22 de mayo de 2016). *Definición.de*. Obtenido de Recomendacion: <https://definicion.de/recomendacion/>

López, J. F. (8 de Noviembre de 2018). *Economipedia* . Obtenido de Muestra estadística: <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>

Manrique y Gonzalez. (2015). ENFOQUE SOCIO TÉCNICO EN EMPRESAS DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS DEL PERÚ. *Altec*, 4.

Mejía, T. (4 de Mayo de 2017). *Lifeder*. Obtenido de Investigación correlacional: características, tipos y ejemplos: <https://www.lifeder.com/investigacion-correlacional/>

Pérez, J. (24 de marzo de 2019). *Definición.De*. Obtenido de Proceso de Información: <https://definicion.de/procesamiento-de-informacion/>

Pursell, S. (26 de Julio de 2021). *HubSpot*. Obtenido de Qué es el análisis FODA de una empresa y cómo hacerlo: <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>

Raffino, M. (27 de Julio de 2021). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/entrevista/>

Rodriguez, C. (2 de Marzo de 2020). *Bizneo*. Obtenido de Desempeño Laboral y como Medirlo:

<https://www.bizneo.com/blog/como-evaluar-desempeno-laboral/#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20desempe%C3%B1o%20laboral,los%20resultados%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.>

Rodriguez, C. G. (5 de Septiembre de 2018). *Tesisdecero*. Obtenido de Conoce todo sobre los

Tipos de Investigación: <https://tesisdeceroa100.com/conoce-todo-sobre-los-tipos-de-investigacion/>

Rojas, A. (4 de Septiembre de 2017). *Investigación e Innovación Metodológica*. Obtenido de

POBLACIÓN Y MUESTRA:

<http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html>

Rueda, L. (2019 de Marzo de 2019). *Investigacion Explicativa*. Obtenido de

<https://invesexplicativaformulacionprotec.blogspot.com/2019/>

Sánchez, J. C. (07 de Junio de 2014). *El Financiero*. Obtenido de Los Sistemas Sociotecnico:

<https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/los-sistemas-sociotecnicos/NV5SR6ZZSVD63BUU3VAGNA5DHM/story/>

Vítolo, F. (2016). *Mucho mas que un software: el modelo sociotecnico de la informacion en*

salud. Buenos Aires: Noble compañía de seguros.

Westreicher, G. (20 de Febrero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Encuesta:

<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Anexos

Anexo 1 Carta Aval



Universidad Estatal
Península de Santa Elena

Departamento de
Comunicación Social

Sr. Arturo Benavidez Rodriguez, PhD
Instituto de Postgrado
Universidad Estatal Península de Santa Elena

En su despacho. –

Certifico

Yo, Luis Guerrero González con C.I 0920662632 en calidad de Directo del Departamento de Comunicación y Marketing certifico que el maestrante César Teodoro Arizaga Sellán, portador de la cédula de identidad 0924487580 egresado de la **MAESTRÍA DE EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO PRIMERA COHORTE**, realizó en este departamento el informe de investigación con el tema: "EL MODELO SOCIOTÉCNICO MEDIANTE EL USO DE LAS TICS PARA MEDIR EL DESARROLLO LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA".

Es todo en cuanto puedo informar en honor a la verdad y autorizo al maestrante César Teodoro Arizaga Sellán, dar el presente documento el uso que estime conveniente.

Atentamente.

Ing. Luis Guerrero González, MSc.
Director de Comunicación y Marketing.

Anexo 2 Cronograma



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO



TEMA: "EL MODELO SOCIOTÉCNICO MEDIANTE EL USO DE LABRIGOS PARA MEDIR EL DESARROLLO LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA"

Nombre del Maestro/a: Ldo. ARIZAGA SELLAN CESAR FLOREDO

Día de reunión: Miércoles Hora: 19:00 a 21:00

| ACTIVIDADES | AÑO 2020 | | | | | | | AÑO 2021 | | | | | | | | | | | | | | TOTALES | | |
|--------------------------------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------------|
| | Abril | | Mayo | | Junio | | Julio | ENERO | | FEBRERO | | MARZO | | JUNIO | | JULIO | | AGOSTO | | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | TOTAL MES | TOTAL ACOM. |
| | 10 | 14 | 17 | 15 | 18 | 14 | 18 | 20 | 12 | 24 | 14 | 18 | 17 | 24 | 18 | 29 | 19 | 16 | 21 | 11 | | | | |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | | |
| | 1 | 2 Sem | 3 Sem | 4 Sem | 5 Sem | 6 Sem | 7 Sem | 8 Sem | 9 Sem | 10 Sem | 11 Sem | 12 Sem | 13 Sem | 14 Sem | 15 Sem | 16 Sem | 17 Sem | 18 Sem | 19 Sem | 20 Sem | 21 Sem | | | |
| 1) INTRODUCCIÓN | 2 Hrs | 2 Hrs | 3 Hrs | 2 Hrs | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 9 | 9 |
| 2) MARCO TEÓRICO | | | | | 2 Hrs | 2 Hrs | 1 Hrs | 2 Hrs | 2 Hrs | | | | | | | | | | | | | | 9 | 18 |
| 3) MATERIALES Y MÉTODOS | | | | | | | | | | 1 Hrs | 1 Hrs | 1 Hrs | 3 Hrs | 2 Hrs | 2 Hrs | 2 Hrs | 2 Hrs | | | | | | 14 | 32 |
| 4) RESULTADOS Y DISCUSIÓN (PREGUNTA) | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 Hrs | 2 Hrs | 2 Hrs | 2 Hrs | | 8 | 40 |
| 5) CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 40 | 40 |

Compromiso: Yo Ldo. ARIZAGA SELLAN CESAR FLOREDO me comprometo a cumplir responsablemente el presente cronograma de control de tutorías de Proyecto de Investigación o Artículo Científico de Alto Impacto, Socializado previamente con el Docente Tutor, caso contrario será decisión del Docente con autorización del Consejo Postgrado, tomar las decisiones

Ldo. Arizaga Sellan Cesar Floredo
Tutor del Docente Tutor

Ldo. Arizaga Sellan Cesar Floredo
Tutor del Docente Tutor

NOTA: El número total de tutorías corresponde a cada programa

EDUCACION 60 HORAS
TALENTO HUMANO 40 HORAS
ADMINISTRACION PUBLICA 50 HORAS
PYMES 50 HORAS
DERECHO 50 HORAS

Anexo 2 Instrumentos de recolección de información



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

MAESTRÍA EN TALENTO HUMANO

COHORTE N.º II

PERIODO ACADÉMICO 2019 – 2020 II

Esta encuesta está dirigida a decanos, directores y colaboradores para medir el nivel laboral del departamento de marketing de la UPSE previo a la obtención del grado de Magister en Gestión de Talento Humano del **LIC. CÉSAR TEODORO ARÍZAGA SELLÁN** con el tema **“EL MODELO SOCIO TÉCNICO MEDIANTE EL USO DE LAS TICS PARA MEDIR EL DESARROLLO LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.”**

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

Determinar el modelo socio técnico mediante el uso de los tics para medir el desarrollo laboral en el departamento de comunicación y marketing de la universidad estatal península de santa elena.

Sírvase a responder cada pregunta de acuerdo con su criterio marcando con una x la respuesta que usted considere teniendo presente que:

4 siempre, 3 A veces, 2 En Ocasiones, 1 Nunca

| Ítems | Criterios para evaluar | 4 | 3 | 2 | 1 |
|-------|---|---|---|---|---|
| 1 | ¿Considera que el modelo sociotécnico ayuda a la medición del desempeño laboral dentro de un departamento? | | | | |
| 2 | ¿Considera que un modelo sociotécnico es necesario para el desarrollo laboral? | | | | |
| 3 | ¿Existe motivación e iniciativa para mejorar la calidad de su trabajo? | | | | |
| 4 | ¿Se establece una adecuada comunicación dentro del departamento al momento de ejecutar planes y programas? | | | | |
| 5 | ¿Qué tan satisfecho se encuentra en su espacio laboral? | | | | |
| 6 | ¿Qué tan importante cree usted que es digitalizar la información de un departamento? | | | | |
| 7 | ¿Con que frecuencia hace uso de las herramientas tecnológicas? | | | | |
| 8 | ¿Considera usted necesaria esta herramienta ya que es utilizada para calificar la gestión del departamento de comunicación y marketing luego de atender sus | | | | |

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|
| | peticiones? | | | | |
| 9 | ¿Cree usted que esta herramienta es de gran utilidad para las TICs al momento de realizar alguna petición? | | | | |
| 10 | ¿Considera necesario la implementación de una plataforma donde se realice las peticiones de cada departamento? | | | | |

Nota. Las respuestas obtenidas serán utilizadas con fines académicos en la tesis de grado del Lcdo. César Arízaga Sellán, gracias por su colaboración

Anexo 3 Encuestas

1. ¿Considera que el modelo sociotécnico ayuda a la medición del desempeño laboral dentro de un departamento?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

2. ¿Considera que un modelo sociotécnico es necesario para el desarrollo laboral?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

3. ¿Existe motivación e iniciativa para mejorar la calidad de su trabajo?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

4. ¿Se establece una adecuada comunicación dentro del departamento al momento de ejecutar planes y programas?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

5. ¿Considera importante digitalizar la información de un departamento?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

6. ¿Se encuentra en su espacio laboral?

Siempre

A veces

En ocasiones

Nunca

7. ¿Con que frecuencia hace uso de las herramientas tecnológicas?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

8. ¿Considera usted necesaria esta herramienta ya que es utilizada para calificar la gestión del departamento de comunicación y marketing luego de atender sus peticiones?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

9. ¿Cree usted que esta herramienta es de gran utilidad para las TICs al momento de realizar alguna petición?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

10. ¿Considera necesario la implementación de una plataforma donde se realice las peticiones de cada departamento?

Siempre

A veces

En Ocasiones

Nunca

Anexo 4 Entrevistas

- ¿Qué problemas enfrenta su departamento al requerir los servicios departamento de comunicación y marketing?
- ¿Qué falencias ha diagnosticado en los servicios que brinda el departamento de comunicación y marketing?
- ¿Conoce y usa las plataformas digitales que posee la universidad (departamento de marketing de la UPSE)? ¿Cuáles?
- ¿Considera usted, que la gestión documental con el departamento de comunicación y marketing para el requerimiento de servicios sea de manera digital?
- ¿Cuál es su opinión sobre el uso de las TICs en el departamento de comunicación y marketing de la Universidad Estatal Península de Santa Elena?

Anexo 5 Certificado Urkund



Document Information

| | |
|-------------------|--|
| Analyzed document | MAESTRIA T.H CESAR ARIZAGA FINAL.docx (D118363798) |
| Submitted | 2021-11-12 14:55:00 |
| Submitted by | HUGO ALVAREZ |
| Submitter email | halvarez@upse.edu.ec |
| Similarity | 6% |
| Analysis address | halvarez.upse@analysis.orkund.com |

Sources included in the report

| | | | |
|----|--|--|----|
| W | URL: http://docplayer.es/213481176-Facultad-de-ciencias-empresariales.html Fetched: 2021-11-13 01:31:00 | | 1 |
| W | URL: https://xdoc.mx/documents/tesis-8762-universidad-nacional-de-costa-rica-5e66a580b3de8 Fetched: 2021-11-13 01:31:00 | | 1 |
| SA | INFORME CESAR ARÍZAGA URKUND.pdf Document INFORME CESAR ARÍZAGA URKUND.pdf (D86811417) | | 1 |
| W | URL: https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/los-sistemas-socio-tecnicos/NV5SR6ZZSVD63BUU3VAGNA5DHM/story/V Fetched: 2021-11-13 01:31:00 | | 2 |
| W | URL: http://www.noble-arp.com/src/img_up/06062016.1.pdf Fetched: 2021-11-13 01:31:00 | | 2 |
| W | URL: https://www.redalyc.org/journal/3845/384565126006/html/ Fetched: 2021-11-13 01:31:00 | | 1 |
| W | URL: http://www.revistaespacios.com/a17v38n50/a17v38n50p26.pdf Fetched: 2021-11-13 01:31:00 | | 1 |
| SA | Tesis Ríos Sánchez.docx Document Tesis Ríos Sánchez.docx (D112886915) | | 2 |
| SA | Trabajo Final-Alex Baquerizo.pdf Document Trabajo Final-Alex Baquerizo.pdf (D113694204) | | 2 |
| SA | TRABAJO DE TITULACION ARIZAGA C.pdf Document TRABAJO DE TITULACION ARIZAGA C.pdf (D86831595) | | 11 |
| SA | Monografía Gestión Empresarial David Perez.docx Document Monografía Gestión Empresarial David Perez.docx (D100015843) | | 1 |
| W | URL: https://www.bizneo.com/blog/como-evaluar-desempeno-laboral/#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20desempe%C3%B1o%20laboral,los%20resultados%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.Rodríguez Fetched: 2021-11-13 01:31:00 | | 1 |

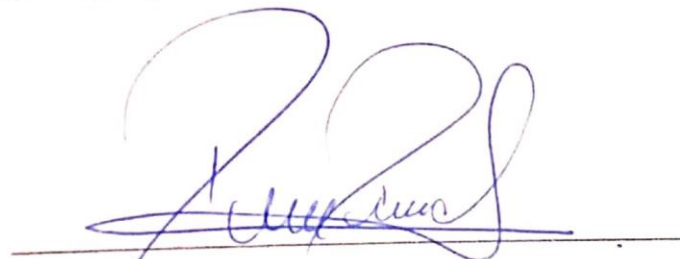
Anexo 6 Certificado Gramatólogo

CERTIFICO

Que, he revisado aspectos relacionados a la redacción, ortografía y sintaxis del trabajo de titulación, con el tema **“EL MODELO SOCIOTÉCNICO MEDIANTE EL USO DE LAS TICS PARA MEDIR EL DESARROLLO LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA”** elaborado por CÈSAR TEODORO ARÌZAGA SELLÀN, para optar por el grado de MAGISTER EN TALENTO HUMANO, del instituto de postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Autorizo hacer de este certificado, el uso legal que considere pertinente

La Libertad, mayo 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Priscila Katherine Del Pezo Arias', is written over a horizontal line.

Lic. Priscila Katherine Del Pezo Arias. M, Sc