

Artículo original

USO DE TICS Y LA GESTIÓN DE LA MARCA PERSONAL DEL ABOGADO DE TACNA EN EL TERCER TRIMESTRE DEL AÑO 2020.

THE USE OF TICS AND THE MANAGEMENT OF THE PERSONAL BRAND OF THE LAWYER IN TACNA IN THE THIRD QUARTER OF THE YEAR 2020.

Lic. Ángela Cecilia Tocto Gallegos¹ Mstra. Jéssica Juana Macchiavello Albarracín²

¹ Licenciada en Comunicación Social, UPT

² Maestra en comunicación con mención en audiovisual y multimedia actual docente de la Universidad Privada de Tacna

E-mail: ¹ angtocto@upt.pe, ² jemacchiavello@upt.pe

ÍNDICE:

Resumen.....	68
Introducción.....	69
Materiales y Métodos.....	71
Resultados.....	72
Discusión.....	74
Referencias	75

INDEX:

Abstract.....	68
Introduction.....	69
Material and Methods.....	71
Results.....	72
Discussion.....	74
References.....	75

RESUMEN

A raíz de la revolución digital, la tecnología está determinando el desempleo a escala mundial, así como las habilidades y competencias de los profesionales. A este gran cambio se suma uno de los hechos históricos más disruptivos de los últimos años – La pandemia del COVID-19 – que hizo acelerar el proceso tecnológico. **Objetivo;** Determinar la relación entre el uso de las TICS y la gestión de la marca personal de los abogados colegiados de Tacna. **Materiales y Métodos;** Tiene un enfoque cuantitativo, y una metodología hipotética – deductivo, nivel descriptivo correlacional. Asimismo, se utilizó dos cuestionarios constituidos por 20 ítems para medir la variable uso de Tics y 29 ítems para la variable de gestión de marca personal, con opciones de respuesta en escala de Likert. La muestra estuvo conformada por 250 abogados colegiados de Tacna en el tercer trimestre del 2020. **Resultados;** Se obtuvo que los abogados se encuentran en un nivel muy deficiente con un 54,0% y en cuanto a la gestión de la marca personal se encuentran en un nivel deficiente con un 48,8%. **Conclusión;** Existe una relación directa y significativa entre el uso de las Tics con la gestión de la marca personal del abogado ($p < 0,05$).

Palabras claves: Empleabilidad, Gestión, Internet, Marca Personal, Uso de Tics.

ABSTRACT

As a result of the digital revolution, technology is determining unemployment on a global scale, as well as the skills and competencies of professionals. In addition to this great change, one of the most disruptive historical events of recent years - the COVID-19 pandemic - has accelerated the technological process. **Objective;** To determine the relationship between the use of ICTs and the management of the personal brand of lawyers in Tacna. **Materials and Methods;** It has a quantitative approach, and a hypothetical-deductive methodology, descriptive-correlational level. Also, two questionnaires were used, consisting of 20 items to measure the use of Tics variable and 29 items for the personal brand management variable, with response options on a Likert scale. The sample consisted of 250 lawyers from Tacna in the third quarter of 2020. **Results;** It was obtained that lawyers are at a very poor level with 54% and in terms of personal brand management they are at a poor level with 48.8%. **Conclusion;** There is a direct and significant relationship between the use of ICTs and the management of the lawyer's personal brand. ($p < 0,05$)

Keys Words: Employability, Management, Internet, Personal Branding, Use of Tics.

1.INTRODUCCIÓN

La visibilidad virtual conlleva un proceso de comunicación e investigación que tanto empresas como profesionales deben desarrollar de manera responsable, estratégica y sostenible dado el alcance y las competencias tecnológicas exigidas en el siglo XXI.

Y es a raíz de la revolución y actualización digital, que se comienzan a desarrollar diversas tendencias que a lo largo de los años van cobrando mayor importancia por su causa-efecto, mejoran el rendimiento y competitividad en la práctica, pero a su vez exigen el desarrollo de nuevas habilidades, que de no ser implementadas el efecto será el incremento del desempleo. Una de estas grandes tendencias es la automatización. Que implica un cambio de roles en el desempeño y las habilidades que desarrollarán los profesionales competitivos (Oppenheimer 2018).

Muchos procesos físicos están siendo desplazados por máquinas y programas (tecnología dura y blanda), diseñados para minimizar costos y aumentar la productividad generando que muchas empresas y la estructura de su modelo de negocio se adecuen a estos grandes e imponentes cambios digitales que modifica, no solo la esencia organizacional, sino también, las competencias laborales profesionales porque ahora es necesario que el profesional incorpore herramientas tecnológicas para su desempeño laboral.

Esta tendencia determinará el empleo o desempleo a escala mundial, así como la reorganización educativa profesional, las competencias laborales y las habilidades que se necesitarán para participar activa y productivamente en el futuro.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) evidencia que las actuales competencias digitales pasaron de ser ventajas competitivas a herramientas necesarias para la competitividad y vigencia profesional. El uso de la tecnología se convierte en facilitador para la comunicación, innovación, creación de valor, estrategia y gestión.

Es conocido que el sector legal es bastante reticente al cambio y hasta hace poco era impensable que un abogado sea reemplazado por una máquina; ya que es un servicio que se desarrollaba de manera exclusiva entre abogado-cliente. Pero el boom tecnológico está impactando de una u otra

manera a todos los sectores, incluso uno tan conservador y tradicionalista como el legal. Según Avilés (2017), la tecnología será una amenaza para el abogado que no pueda adaptarse.

Las nuevas tecnologías desarrollan situaciones legales que deberán ser reguladas con un enfoque diferente. Según Morillo (2019), si hablamos de tendencias tecnológicas en el sector legal es necesario distinguir la diferencia entre dos corrientes: el LegalTech y el Lawtech, la primera es la incorporación de la tecnología al ámbito legal, a través del uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para ayudar a las firmas y abogados a simplificar y automatizar sus operaciones (disminuir tiempo procesal) y el segundo aún más disruptivo, porque tiene como objetivo llevar la asistencia legal a pequeños negocios y personas de manera directa (autoservicio). Donde se solucionarán muchas cuestiones legales gracias a aplicaciones digitales y servicios en línea.

Y es a raíz de la creación del internet (que se convirtió en un accesorio más de la humanidad), que la tendencia digital pasó a formar parte de nuestro día a día. El uso de las tecnologías de la información y comunicaciones (TICs) se han implementado en casi todos los sistemas de comunicación.

La era digital no solo modificará la forma de los procesos sino también el fondo de las cosas, dado que no solo hablamos de tendencias legales como son el derecho tecnológico, la ciberseguridad entre otros aspectos, sino de la ley en un mundo virtual porque ahora hablamos de gobiernos electrónicos, el uso de herramientas tecnológicas será decisivo para la competitividad profesional.

Además, los costos tecnológicos son cada vez más accesibles y están presentes en casi todo el mundo, y en el Perú, el Ministerio de Economía y Finanzas desde el 2012, diseñó políticas para la inversión en la infraestructura tecnológica, dada la masificación del internet que incrementó la compra de aparatos tecnológicos (hardware), el uso de programas y de aplicaciones (Software). Según el INEI (2020), en el segundo trimestre de 2020 de Perú, por cada 100 hogares en 99 existe al menos una tecnología de información y comunicación; mientras que, en similar trimestre de 2019, por cada 100 hogares, en 94 había al menos una TIC, habiéndose incrementado en 5 hogares, lo que se aprecia una variación significativa.

Posicionarse en este mundo virtual, representa el mayor reto tanto para organizaciones y profesionales, dado que, si no te ven, no te conocen por ende no existes. Es por ello, que la presencia

virtual no solo del abogado sino de cualquier profesional será vital para la competitividad y vigencia laboral, así como la práctica de sus habilidades comunicativas en un mundo hiperconectado que busca la constante capacitación en herramientas tecnológicas que te permitan desarrollar sus funciones desde cualquier parte del mundo.

Pero el 2020, se ha convertido en un hito histórico de cambio y necesidad digital, porque a consecuencia del COVID-19 (Catalogado por la Organización Mundial de la Salud como pandemia), el uso de TICs cobró mayor importancia, dado que fueron las únicas herramientas para seguir realizando actividades (públicas, privadas, laborales, educativas, etc.) motivo del aislamiento social obligatorio y protocolos sanitarios en todos los servicios para detener, prevenir y evitar los contagios masivos.

La mayoría de empresas, de trabajos artesanales y masivos están paralizados; muchas personas han sido despedidas y la tasa de desempleo e informalidad crece a gran escala producto de esta pandemia. Solo las actividades básicas y digitales no han dejado de funcionar y por el contrario aumentaron su crecimiento exponencialmente, tal es el caso de Netflix, Amazon, Zoom, etc.

En estos tiempos críticos, la gestión de la marca personal permitirá: Tener oportunidades laborales, visibilizarte en un mundo virtual altamente competitivo y comunicativo, generar nombre y posicionamiento en medios sociales masivos, por ende, aumentar tu valor en el mercado laboral (mejor remuneración).

La competitividad en cuanto al uso de TICs y la gestión de la marca personal, tienen gran relación para generar ventajas competitivas para la empleabilidad del abogado en estos tiempos críticos. Siendo importante este enfoque científico de gestión y tecnología para que los profesionales se capaciten y desarrollen habilidades tecnológicas para poder difundir sus servicios a través de ellos.

En tal sentido se tiene como finalidad determinar la relación entre el uso de TICs y la gestión de la marca personal de los abogados colegiados del tercer trimestre del año 2020 en la ciudad de Tacna.

2.MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación presenta un enfoque cuantitativo, como sostiene Hernández, Fernández y Baptista (2010), dado que se utilizará la recolección de datos para probar hipótesis, utilizando como base la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer patrones de comportamiento y probar teorías de las variables uso de TICS y la gestión de la marca personal del abogado.

El estudio presenta un método hipotético – deductivo, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), que considera que implica que recolectes datos, patrones para relacionar variables, implica plantear preguntas y validar hipótesis, encuestas y sobre todo la experimentación, en este caso de las dos variables de investigación, que son el uso de TICS y la gestión de la marca personal del abogado. El nivel de investigación del estudio es descriptivo correlacional, porque tiene el propósito de conocer el fenómeno en su profundidad y en lo correlacional en establecer la relación de dos o más variables en un contexto específico.

La población estuvo conformada por 3317 Abogados habilitados, vitalicio-hábil y los que no están al día con sus cuotas, de los cuales fueron seleccionados 250 abogados a través del muestreo probabilístico aleatorio simple.

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta utilizándose los siguientes cuestionarios:

Cuestionario de uso de Tics, está conformado por 20 ítems que tienen como objetivo conocer el nivel de uso de las Tics de los abogados, el cual presenta una escala de tipo Likert: Nunca (1), Raramente (2), Ocasionalmente (3), Frecuentemente (4) y Muy frecuentemente (5). Asimismo evalúa 2 dimensiones: herramientas para el tratamiento de la información y herramientas para la difusión de la información. Con respecto a la calificación de la variable se considera: excelente (100-84), bueno (83-68), regular (67-52), deficiente (51-36), muy deficiente (35-20).

Por otro lado, está el cuestionario de gestión de la marca personal el cual está conformado por 29 ítems que tienen como objetivo conocer el nivel en que se encuentran de esta variable, el cual considera la escala Likert: Nunca (1), Raramente (2), Ocasionalmente (3), Frecuentemente (4) y Muy

frecuentemente (5). Asimismo evalúa dimensiones: componentes estratégicos, investigación de mercado y las 4 Ps. Con respecto a la calificación de la variable se considera: excelente (145-120), bueno (121-97), regular (98-76), deficiente (75-53), muy deficiente (52-29).

La validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados fue superior a los 0,85; Siendo elegidos tres expertos en el área para el proceso de evaluación de los instrumentos.

3.RESULTADOS

Tabla 1 Nivel de uso de Tics del Abogado en Tacna

Nivel de Uso de Tics	N°	%
Excelente	2	0,8
Bueno	0	0,0
Regular	21	8,4
Deficiente	92	36,4
Muy deficiente	135	54,0
Total	250	100,0

Fuente: Cuestionario de uso de Tics aplicado a los abogados de Tacna

En la Tabla 1, se constató que los abogados se encuentran en un nivel muy deficiente del Uso de Tics con un 54%, el 36,8% se halla en un nivel deficiente de uso de Tics, el 8,40% posee un nivel regular de uso de Tics y el 0.8% tiene un nivel excelente de uso de las Tics.

Tabla 2 Nivel de Gestión de la Marca Personal del Abogado en Tacna

Nivel de Gestión de la Marca Personal	N°	%
Excelente	1	0,4
Bueno	7	2,8
Regular	48	19,2
Deficiente	122	48,8
Muy deficiente	72	28,8
Total	196	100,0

Fuente: Elaboración propia basada en los resultados del instrumento Trait MetaMood Scale (TMMS-24))

En la Tabla 2, se observa que el nivel de gestión de la marca personal en los abogados de Tacna se encuentran en un nivel deficiente con un 48,8%, el 28,8% se halla en un nivel muy deficiente de gestión de la marca personal, el 19,2% en un nivel regular de gestión de la marca personal y el 0.4% tiene un nivel excelente de gestión de la marca personal.

Tabla 3 *Uso de las Tics y su Relación con la Gestión de la Marca Personal del Abogado en Tacna*

Uso de Tics	Gestión de la marca personal										Total	
	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Bueno		Excelente			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Muy deficiente	52	38,5	72	53,3	11	8,2	0	0,0	0	0,0	135	54,0
Deficiente	20	21,7	39	42,4	29	31,5	4	4,3	0	0,0	92	36,8
Regular	0	0,0	11	52,4	8	38,1	2	9,5	0	0,0	21	8,4
Bueno	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0	0	0,0	0	0,0
Excelente	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	2	0,8
Total	72	28,8	122	48,8	48	19,2	8	3,2	0	0,0	250	100,0

Fuente: Cuestionario de uso de Tics y cuestionario de gestión de la marca personal aplicado a los abogados de Tacna

En la Tabla 3 se observa la relación entre uso de las Tics y la Gestión de la Marca Personal del Abogado, donde se destaca que dentro del grupo de abogados con un nivel muy deficiente del uso de las tics (n=135), se obtuvo un nivel deficiente de la gestión de la marca personal con 53,3%. Por otra parte, del grupo con un nivel excelente del uso de las Tics (n=2), se identificó que el 100% posee un nivel bueno de gestión de la marca personal.

4.DISCUSIÓN

En cuanto a los datos obtenidos en la investigación sobre la relación entre el uso de las Tics y la gestión de la marca personal del abogado en Tacna, se resalta que los abogados presentan un nivel muy deficiente del uso de la Tics (54,0%) y un nivel deficiente de la gestión de la marca personal (53,3%).

En base a la información suministrada por el presente estudio, no se halló un trabajo similar, pero si la relación en cuanto al uso de TICs en muchas otras dimensiones, una de ellas la docencia,

como lo explica Avilés (2018) donde concluye que existe una relación directa entre el uso de TICs y el desempeño docente.

A su vez, en el trabajo de Ureta (2016) concluye que el género, los años de servicios profesional y el nivel de formación y/o especialización en TICs constituyen factores altamente influyentes en el perfil valorativo sobre el uso de las herramientas TICs en los docentes además que el género y la edad también implican la relación en cuanto al uso de TICs.

Alonso (2014), concluye que la gestión de la marca personal clarifica y comunica aquello que nos hace diferentes y especiales en un mundo sumamente comunicado y en un entorno laboral inestables. Al igual que sucede en el sector legal, la reinención profesional otorgará oportunidades en cuanto al uso de habilidades digitales y de gestión.

La gestión de la marca personal es un tema que aún no se desarrolla de manera consciente en los abogados, ni en las investigaciones actuales nacionales, contribuir con el desarrollo y entendimiento de las potencialidades con base científica sobre la gestión de la marca personal sumará y favorecerá las estrategias de empleabilidad. Además de ser fuente de desarrollo para la carrera de Ciencias de la Comunicación en cuanto a capacitación de estos temas.

De la muestra analizada se llega a la conclusión que la relación entre el uso de TICs y la gestión de la marca personal de los abogados colegiados del tercer trimestre del año 2020 en la ciudad de Tacna es muy significativa, dado que el valor de la prueba Chi-cuadrada da un valor de significancia menor de 0.05 ($p < .000$).

Por ello, se recomienda que los abogados del Ilustre Colegio de Abogados de Tacna implementen de manera continua capacitaciones sobre el uso y manejo de herramientas TICs para la gestión de su marca personal para desarrollar una ventaja competitiva en su sector.

Conflicto de Intereses: Los autores declaran no tener conflicto de interés.

5. REFERENCIAS

Alonso, A. (2014). Personal Branding: La importancia de la marca personal. Recuperado de:
[https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4143/70893355H
_GADE_Septiembre14%20%281%29.pdf?sequence=1](https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4143/70893355H_GADE_Septiembre14%20%281%29.pdf?sequence=1)

Avilés, J. (2018). Uso de las TICs y el desempeño docente en le I.E. N°2087 “República Oriental del Uruguay” Lima – 2018. Recuperado de:
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21484/
Aviles_QJJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21484/Aviles_QJJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Avilés, J. (2017). La tecnología es una amenaza para el abogado que no pueda adaptarse. Recuperado de: <https://elderecho.com/juan-avileslatecnologia-es-una-amenaza-para-el-abogado-que-no-puedaadaptarse>

INEI (2020). Informe Técnico: Estadística de las tecnologías de información y comunicación en los hogares. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe_tic_abr-may_jun2020.pdf

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Quinta edición. Recuperado de: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigación/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Morillo, J. (2019). Derecho en la era digital: LawTech o LegalTech. Recuperado de: <https://www.elnacional.com/opinion/derecho-en-la-era-digitallawtech-o-legaltech/>

MEF (2012). Perú: Política de inversión pública en ciencia, Tecnología e Innovación. Recuperado de:
https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/novedades/2013/agosto/Lineamientos_CTI.pdf

Oppenheimer. A. (2018). ¡Sálvese quien pueda!. (1ra ed.) Mexico: Penguin Random House

OIT (2016). Skills Technology Foresight Guide. Recuperado de:
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---ifp_skills/documents/publication/wcms_534225.pdf

Ureta, J. (2016). Valoraciones acerca del uso de las tecnologías de información por parte de docente de educación secundaria de Satipo - Junín. Recuperado de:
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4487/Ureta%20Medrano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>