

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

**"ACTITUD DE LOS TRABAJADORES ANTE LAS POLÍTICAS DE NO UTILIZAR LA
TECNOLOGÍA EN LA EMPRESA."**

TESIS DE GRADO

LUIS PABLO SANTOS SANTOS

CARNET 11128-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2014
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

**"ACTITUD DE LOS TRABAJADORES ANTE LAS POLÍTICAS DE NO UTILIZAR LA
TECNOLOGÍA EN LA EMPRESA."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
LUIS PABLO SANTOS SANTOS

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE PSICÓLOGO INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADO

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2014
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: DR. CARLOS RAFAEL CABARRÚS PELLECCER, S. J.
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. GEORGINA MARIA MARISCAL CASTILLO DE JURADO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN
MGTR. YADIRA IVONNE BARRIOS CACERES DE BARRIOS

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN
MGTR. MARIO FERNANDO RODRIGUEZ ALVAREZ

Guatemala,
27 de noviembre de 2014

Señores Miembros del Consejo
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presentes.

Estimados Señores del Consejo:

Atentamente me dirijo a ustedes, para someter a su consideración el trabajo de tesis de la estudiante, **Luis Pablo Santos Santos Carné: 11128-10**, de la carrera de Licenciatura en Psicología Industrial Organizacional, cuyo título es: **“Actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa”**.

- He revisado el trabajo y considero que llena satisfactoriamente los requisitos necesarios de una investigación, por lo que me permito someterla a su consideración para que sea nombrado el revisor respectivo.

Atentamente,

Licda. Yadira Barrios de Barrios
Asesora



DIRECTORA DE REGISTRO



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 05630-2014

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado del estudiante LUIS PABLO SANTOS SANTOS, Carnet 11128-10 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05898-2014 de fecha 3 de diciembre de 2014, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

**"ACTITUD DE LOS TRABAJADORES ANTE LAS POLÍTICAS DE NO UTILIZAR LA
TECNOLOGÍA EN LA EMPRESA."**

Previo a conferírsele el título de PSICÓLOGO INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADO.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 5 días del mes de diciembre del año 2014.



Irene Ruiz Godoy

**MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen Santísima por brindarme la vida, sabiduría y fortaleza para poder llevar a cabo mi carrera universitaria ya que uno de los regalos más grandes fue tener una familia que me apoyó en todo momento.

A mi padre por brindarme todo lo necesario para poder tener estudios y a enseñarme a tener un cambio en mi vida personal como profesional. A mi madre linda que gracias a su esfuerzo, trabajo, esmero y amor pude ser la persona que actualmente soy; todos los valores que ellos me enseñaron los pondré en práctica y así realizar de una mejor manera las metas que me proponga en lo personal, familiar y profesional.

A mi familia por su apoyo incondicional, cariño y el tiempo que me han dedicado y así poder realizar mis metas y poder llegar a ser un mejor profesional.

A mis mejores amigos: Arturo, Daniel, Jose Juan, Gerónimo, Amed porque en todo momento me acompañaron en mis angustias, alegrías y enojos; son una parte importante en mi vida ya que me enseñaron qué es la verdadera amistad.

A mis compañeras: Marta, Karen, Lucía y Andrea, con ustedes inicié y finalicé mi carrera universitaria, compartimos desvelos, angustias, alegrías y felicidad. Gracias por su apoyo, cariño y amistad.

A mis catedráticos, por todos los conocimientos profesionales brindados ya que fueron de utilidad para ponerlos en práctica en mi vida laboral.

ÍNDICE

Resumen	
I. Introducción	1
II. Planteamiento del problema	33
2.1 Objetivos de la investigación	34
2.1.1 Objetivo general	34
2.1.2 Objetivo específico	34
2.2 Variables de estudio	34
2.3 Definición de variables de estudio	35
2.3.1 Definición conceptual	35
2.3.2 Definición operacional	35
2.4 Alcances y límites	36
2.5 Aporte	36
III. Método	38
3.1 Sujetos	38
3.2 Instrumento	39
3.3 Procedimiento	42
3.4 Tipo de investigación, diseño y metodología estadística	42
IV. Presentación y análisis de resultados	44
V. Discusión de resultados	49
VI. Conclusiones	54
VII. Recomendaciones	55
VIII. Referencias bibliográficas	56

Anexos

RESUMEN

La presente investigación, tuvo como objetivo conocer la actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa. La muestra estuvo integrada por un total de 64 trabajadores de una organización financiera ubicada en la ciudad de Guatemala, tanto del género femenino como masculino, entre los 19 y 40 años de edad.

El instrumento que se utilizó denominado “Escala de evaluación de actitud ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa” consta de 15 ítems, desarrollados según los siguientes indicadores: apoyo o dificultad, comunicación, relaciones interpersonales, aceptación y utilidad.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el presente estudio se pudo identificar que la actitud que los trabajadores han tomado hacia las políticas del no uso de la tecnología en la empresa, ha sido favorable. Asimismo se concluye que de acuerdo a las respuestas de los trabajadores y a los datos obtenidos, poseen un grado de aceptación a las políticas del no uso de la tecnología en la empresa.

Se recomienda aprovechar la actitud positiva de los colaboradores ante la política del no uso de la tecnología, para difundir la educación del buen uso de la misma a través de múltiples capacitaciones que permitan concientizar a las personas ante la importancia de utilizar la tecnología única y exclusivamente para el desarrollo de actividades laborales.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las personas cada vez dependen más de las redes sociales para comunicarse con sus amigos, familiares, etc. Se ha identificado que muchas de las personas inician obteniendo cualquier dispositivo (sea un aparato celular, tabletas, computadoras, entre otros) así creando un perfil en una red social, por lo general *Facebook* o *Twitter*, a una edad muy temprana con lo cual van creciendo con ellas y se van volviendo dependientes de las mismas. La demanda que cada vez va creciendo hacia el uso de las redes sociales se ha convertido en una parte fundamental para la vida de muchos.

Las redes sociales como tales, han adquirido un papel muy importante dentro de la sociedad, es más que ser un lugar para interactuar con sus conocidos o familiares, se le puedan dar otros usos más prácticos ya sean educativos o profesionales. Por ejemplo en las organizaciones se han utilizado las redes sociales para dar a conocer su marca o bien para tener mayor contacto con los clientes.

Muchas de las personas que se ven actualmente en las organizaciones, al ser parte de una red social desde una edad muy temprana y tener acceso al mundo de la tecnología, van adquiriendo cierta dependencia hacia las mismas, al punto de poder causarles ansiedad el no estar revisando o actualizando su estado constantemente en las redes sociales de las cuales son parte. Lo anterior causa que sus relaciones interpersonales se vean deterioradas por la excesiva atención que le prestan al mundo virtual del cual desean ser parte y descuidando el mundo real en el que realmente viven.

Todos los usuarios de las redes sociales tienen el concepto que se está desactualizado sino se posee o tiene conocimiento de una red social. Para las personas de hoy en día es tan

importante ser partícipe de estas, para tener mayor comunicación con familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc. tener mejores relaciones interpersonales, entre otros. El aumento de las redes sociales ha sido sorprendente ya que en la mayoría de las personas las utilizan en todas partes, por ejemplo, en la universidad, en el hogar, centros comerciales y muy demandantes en el lugar de trabajo.

La productividad de los trabajadores es vital para las empresas, es notorio que sus trabajadores se preocupen más por sus dispositivos móviles o por las redes sociales que impide que cumplan con sus metas establecidas en la organización o que pasa la mayoría de tiempo en ellas al punto de estar pendiente de cualquier acontecimiento; y así tengan un bajo desempeño en su puesto de trabajo.

Los bajos resultados obtenidos por parte de los trabajadores en las organizaciones, por utilizar estos medios de comunicación se han visto obligados a tener políticas de no utilizar la tecnología en la empresa. Para que se enfoquen en cumplir las metas propuesta, en las organizaciones se han visto obligados a supervisar para que no ingresen a estos medios y así se enfoquen en sus funciones, en su puesto de trabajo, por lo que los trabajadores pueden tener una actitud positiva o negativa hacia las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa. Por lo tanto el presente estudio tiene como objetivo principal identificar la actitud que toman los trabajadores ante las políticas del uso de las redes sociales en la empresa.

A continuación se presentan, algunos autores nacionales que realizaron estudios relacionados con el tema a desarrollar.

Noriega (2002) realiza una tesis cuyo objetivo del estudio consistió en determinar la actitud que tiene el personal administrativo de ingenios azucareros Pantaleón y Concepción ante

la implementación de nueva tecnología de sistemas de información y comunicación. La muestra estuvo constituida por un total de 45 personas de los ingenios en investigación, procedentes de una población conformada por 114 sujetos pertenecientes al área administrativa; tanto del Ingenio Pantaleón (70) como del Ingenio Concepción (44), dicha muestra corresponde al 40% de la población, la cual fue escogida al azar conjuntamente con la Gerencia de Recursos Humanos de los ingenios en mención. El instrumento utilizado fue un cuestionario que consta de un conjunto de afirmaciones positivas y negativas respecto de un sujeto de interés, en este caso la nueva tecnología. Al analizar los resultados, se concluyó que la actitud que el personal administrativo tiene ante la implementación de nuevas tecnologías de sistemas de información y comunicación es positiva y que dichos cambios tecnológicos los han beneficiado en el rendimiento de su trabajo. La implementación de tecnología, a pesar que genera una actitud positiva provoca un nivel bajo de insatisfacción, la cual se debe por la falta de participación e información en el proceso de ejecución de la misma; ya que el 8.88% de la muestra consideraban que iban a ser desplazados por la nueva tecnología. El desempeño del personal no se ve afectado por la implementación de tecnología, en las cuales el 64% de la muestra afirma que la tecnología vuelve su desempeño más eficiente. El investigador recomienda informar al personal de una forma técnica y educativa, los nuevos cambios e implantaciones de tecnología que se pretende poner en marcha, buscando nuevos canales de comunicación y dando mayores recursos materiales.

Ruiz (2006) realiza su tesis cuyo objetivo del estudio era conocer los efectos secundarios que provoca el uso inadecuado del teléfono celular en las relaciones interpersonales. El estudio fue realizado a 15 personas que laboran en el departamento de AP Consulting de la empresa AISFA, 28 alumnos del 10mo. Semestre de la licenciatura de ciencias de la comunicación de la

Universidad de San Carlos de Guatemala y 16 familias que posean como mínimo 3 integrantes que habiten en el sector C-1 de Ciudad San Cristóbal, zona 8 de Mixco. La muestra fue sometida a un cuestionario de 2 secciones: la primera plantea a la persona como receptor de la llamada y la segunda a la persona que interactúa con otra y su conversación se interrumpe por una llamada al compañero in situ (palabra que significa en el lugar). Los resultados obtenidos al preguntar acerca de ¿cuál era su principal motivo para poseer teléfono celular? respondieron que es por accesibilidad; en un menor porcentaje lo poseen por emergencia, negocios, obligación y únicamente para recibir llamadas. Para los estudiantes el principal motivo es por necesidad, y en un menor porcentaje por accesibilidad, emergencia, obligación y para recibir llamadas. En total el 41% de entrevistados poseen teléfono celular por necesidad, el 27% por accesibilidad y en menores porcentajes por emergencia, para recibir llamadas, por negocios y por obligación. Dentro de las conclusiones menciona que se pudo observar la dependencia de las personas hacia el celular, ya que en todos los contextos las personas portaban su teléfono celular, ya sea en el cinturón, en la bolsa o en la mano. Recomienda que no es necesario portar el celular en todo momento y lugar, esto le resta libertad a la persona y la mantiene pendiente de cualquier llamada, interrumpiendo su rutina de vida. Para evitar esa dependencia, existen otras opciones en el celular donde puede verificar quien lo llamó.

Prensa Libre (2010) publica un artículo “el 46 % de las empresas conquista clientes en las redes sociales” en el que investiga si las empresas de todo el mundo piensan que las redes sociales están preparadas para ser una herramienta más de marketing, la encuesta de Regus preguntó a los empresarios si creían que el canal era lo suficientemente efectivo como para dedicarle un presupuesto propio de marketing. En Guatemala casi un tercio de las empresas el 29 por ciento dice que dedica activamente una parte del presupuesto de marketing a actividades en

las redes sociales. Un 75 por ciento confiesa que usa las redes sociales para mantener el contacto con otras personas, aunque sólo el 8 por ciento encontró empleo a través de dichas redes. El 54 por ciento de las empresas piensa que la principal utilidad estriba en la posibilidad de gerenciar y establecer contacto con grupos de clientes. El 50 por ciento de los entrevistados (frente al 44 por ciento mundial) declara sentirse impresionado por el contenido audiovisual de ciertas empresas. La encuesta también analizó las respuestas en función del tamaño de las empresas y encontró que las empresas pequeñas de todo el mundo son más proclives a usar estas redes que la media. Puede que gracias a que su esfuerzo es superior a la media, el 44 por ciento de las pequeñas empresas conquista nuevos clientes a través de las redes sociales, frente al 36 por ciento de las medianas y el 28 por ciento de las grandes. Analizando por sectores se observa que las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones, el comercio al por menor, las empresas de marketing y de comunicación, y las consultorías usan las redes sociales por encima de la media, mientras que los sectores manufacturero, de servicios financieros y de salud son los que menos las usan. Solo el 19 por ciento de las empresas financieras dedica una parte de su presupuesto, frente al 38 por ciento del comercio al por menor y de las empresas de marketing y de comunicación. Asimismo, únicamente el 26 por ciento de las empresas financieras conquista nuevos clientes a través de redes sociales, frente al 48 por ciento de las empresas de marketing y comunicación y el 46 por ciento del sector de tecnologías de la información y de las telecomunicaciones.

UNIMER Centroamérica (2010) selecciona a 262 personas guatemaltecas, con las siguientes características: hombres y mujeres, de 18 a 64 años de edad, residentes del departamento de Guatemala de todo nivel socioeconómico para realizar un estudio en el que se utiliza un cuestionario altamente estructurado y modulado. Un dato muy importante que se

encuentra en este estudio es acerca de preguntar los hábitos del uso del internet, respecto a los lugares para conectarse a las redes sociales, el 9% respondió que acceden desde el trabajo. También menciona la frecuencia con que accede a la red social, que el 26% de usuarios ingresan varias veces al día. Refleja también que hay aún una gran parte de personas en la ciudad capital que nunca han ingresado a internet, en su mayoría entre 35 a 64 años de edad, de nivel socioeconómico bajo. Como resultados de este estudio se muestra que el 51% de la muestra es un usuario frecuente, ya que ingresa al menos 1 vez a la semana o más. Las actividades más frecuentes de dicho acceso (en orden descendente de uso) incluyen el chequeo de correo electrónico, ingreso a redes sociales e ingreso a chats como *Messenger*, *Yahoo Messenger*, etc. Diciendo así que el uso de redes sociales es la segunda actividad de mayor importancia en internet, para los usuarios guatemaltecos, lo cual no es una sorpresa debido a que dichas redes cibernéticas son una nueva fuente de comunicación tanto para personas individuales como para las empresas. En promedio, los usuarios invierten 90 minutos conectados a una red social al día y, en el tiempo de navegación, el 76% de los entrevistados la utiliza para chatear con los amigos y familiares.

Correa (2011) realizó una investigación cuyo objetivo fue elaborar un reportaje escrito interpretativo que de a conocer las razones por las cuales la red social *Facebook*, ocupa cada vez más espacio en la cotidianidad de los jóvenes y los efectos que provoca en la vida de estos, para que cuenten con información necesaria que les permita reflexionar acerca del uso y funcionamiento eficiente del mismo. Esta es una investigación de carácter explicativo que buscó entender el fenómeno, respondiendo a las causas y posibles consecuencias sociales del mismo a través de la realización de un reportaje escrito interpretativo. Entre sus conclusiones expresa que para algunos el tiempo que invierten en mantener activa la cuenta les causa una preocupación

constante fundamentada en que el sitio interfiere con sus actividades laborales y/o académicas, por lo cual resulta ser una distracción o pérdida de tiempo; sin embargo, más del 70 por ciento de los jóvenes que respondieron la encuesta lo utilizan desde su computadora o teléfono móvil para establecer contacto con otras personas. Asimismo, recomienda a los jóvenes guatemaltecos, reflexionar acerca del uso que le dan a las Redes Sociales, en este caso *Facebook*. Es necesario conocer cómo funcionan los medios de comunicación para poder sacar ventaja de ellos.

Vides (2011) realizó una investigación y su objetivo fue conocer las relaciones interpersonales de los jóvenes de 18 a 22 años, estudiantes de primer año de Psicología de la Universidad Rafael Landívar, que utilizan las redes sociales. Los sujetos debieron estar suscritos y poseer al menos una cuenta activas de redes sociales. Los jóvenes manifiestan utilizar este medio para mantener y en algunos casos incrementar la comunicación con amigos, familiares, compañeros de estudio y pareja. Sin embargo manifestaron que el encuentro personal con los otros, sigue manteniendo una gran importancia en las relaciones interpersonales. Recomienda intentar no sustituir o remplazar el encuentro físico con las demás personas por el uso de un ordenador y/o teléfono móvil, manteniendo una comunicación fluida dentro de la relación en la que exista confianza, apoyo, respeto y tolerancia hacia las demás personas para que exista armonía en las relaciones interpersonales.

Finkel (2012) realiza una investigación con el objetivo general de analizar el fenómeno transcultural que se da por medio de las redes sociales y su efecto en la era de la identidad planetaria en estudiantes de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar. Para lograr este objetivo fue necesario identificar la principales redes sociales virtuales, sus características y funciones y cómo son utilizadas por los estudiantes; de igual forma, se determinó el efecto que producen las redes sociales en la cultura de los estudiantes de esta

Facultad y se estableció la manera en que la era de la identidad planetaria forma parte de las redes sociales en Internet. Para la realización de esta investigación se llevaron a cabo una serie de grupos focales y cuestionarios con los estudiantes de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar; asimismo, se realizaron entrevistas a profesionales en el tema de investigación. El 97% de los estudiantes que realizaron el cuestionario pertenece al menos a una red social en Internet; entre las redes sociales que predominan en los encuestados se encuentran: *Facebook, Twitter, YouTube y Google Plus*. Los estudiantes ingresan varias veces al día a sus cuentas y consideran que se ha visto modificada parte de su cultura ante el contacto con estas herramientas; esto se da por medio de los intercambios globales que se dan en Internet, en donde personas de todas partes del mundo comparten e intercambian información.

Gálvez (2012) investigó acerca del uso del celular y sus efectos en el rendimiento académico de los y las alumnas del Colegio Montesquieu. Dicho estudio se llevó a cabo a 70 alumnos comprendidos en las edades de 12 a 18 años, abarcando los niveles de: básicos y bachillerato, asimismo a 9 maestros. Para esta investigación se utilizó el método de observación, encuestas, método cuantitativo y cualitativo, abarcado de lo general a lo específico; tomando como objetivo describir el uso del celular y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos de uno u otro sexo en dicho colegio. A través de las encuestas se comprobó que la mayoría de alumnos poseen teléfono móvil; los entrevistados manifiestan que el celular puede afectar su desempeño y aprendizaje. Todos conocen el reglamento de la institución en donde se restringe el uso del celular, sin embargo hacen caso omiso del mismo, presentando problemas de indisciplina. Por último se concluyó que los alumnos y alumnas utilizan el aparato dentro del salón de clases, mayormente por entretenimiento; teniendo un efecto negativo, ya que produce adicción, problemas económicos, bajo rendimiento académico y poca atención en clase.

Finalmente, Barguelli (2013) realizó un estudio con el objetivo de conocer la influencia que tiene la red social en específico *Facebook* en las relaciones interpersonales de jóvenes de 13 a 18 años estudiantes de primero a quinto bachillerato de un colegio privado de la ciudad de Guatemala. El enfoque seleccionado fue cuantitativo con un modelo de investigación de tipo descriptiva. La muestra consta de 50 jóvenes de 13 a 18 años, 24 hombres y 26 mujeres. Se pasó un cuestionario estructurado, dividido en dos secciones la primera con 4 ítems con opción múltiple, la segunda fue una escala de Likert con 15 enunciados en total con 4 posibles respuestas, cada una con una puntuación. Se concluyó que la red más visitada es *Facebook* consultándola todos los días al menos una hora diaria, seguida por un alto porcentaje que la utiliza más de eso. Se observa que la preferencia de comunicación a través de la red es con amigos y familiares. Dados los resultados es importante mencionar que en términos generales no consideran que *Facebook* influya en sus relaciones interpersonales por otro lado proyecta ayudarles a sentirse parte de un grupo.

Se han realizado también, estudios internacionales relacionados a las variables de estudio de la presente investigación. A continuación se enlistan los antecedentes internacionales en orden cronológico:

En un estudio doctoral de Ramírez (2008) su objetivo general es explorar los procesos de adopción y las consecuencias e implicaciones sociales que conlleva la apropiación y usos de la telefonía móvil en la vida cotidiana, entre usuarios mayores de sesenta y cinco años residentes en la ciudad de Barcelona. Plantea desarrollar un estudio exploratorio y descriptivo sobre aquellos motivos, factores, variables, circunstancias y situaciones que operan (o que estarían operando) en las personas mayores en su proceso de adopción y en las consecuencias que implica el uso de la telefonía móvil en la vida diaria. En total se aplicaron 102 cuestionarios auto aplicativos, de los

cuales 72 fueron respondidos por usuarios de teléfonos móviles mayores de 65 y 30 por no usuarios de teléfonos móviles de 65 años, todos residentes en la ciudad de Barcelona. De los 72 usuarios, 67 lo emplean para “avisar que llegan tarde”, otros 5 no lo hacen. De los 67 usuarios que ocupan el móvil para contactarse de manera utilitaria, 31 son hombres y todas las mujeres lo usan para dar un “toque”. De los 72 usuarios, 25 lo usan para “organizar sus actividades diarias”, mientras que 47 no le dan ese uso. De los 72 usuarios, 34 lo ocupan, entre otros usos, para proporcionar “información a sus contactos”, mientras que 38 no lo hacen. De los 34 que lo ocupan para entregar información puntual, coyuntural a sus contactos, 11 son hombres y 23 mujeres. De los 72 usuarios, 42 lo ocupan para “saber cómo están amigos y familiares” mientras que otros 30 usuarios no lo hacen. De los 42 que lo ocupan para enterarse y conocer cómo les va a sus cercanos, son 28 mujeres y 14 hombres. De los 72 usuarios, 18 lo ocupan para “conversar con amigos y familiares” mientras que 54 no le dan ese uso. Concluye con que la comunicación móvil proporciona una singularidad al espacio social, en la que el teléfono móvil se erige en un referente cultural, presente en los contextos cotidianos, trayendo consigo una serie de implicaciones y consecuencias sociales a propósito de su uso.

Salgado y Ávila (2009) publican un artículo llamado “aplicación de las redes sociales en la gestión de los recursos humanos” en el que se realiza un estudio en una agencia dedicada a la investigación a nivel mundial llamada *InSitesConsulting*, encontraron que durante el año 2011 un 72% dice pertenecer a un tipo de red social de un total de 2884 usuarios encuestados de 14 países, una cifra no menor. Para muchos parecerá extraño usar la relación redes sociales y gestión de recursos humanos (GRH) de forma positiva, ya que para muchas empresas el uso de redes sociales no constituye un beneficio, y ejemplos existen muchos donde se prohíbe el uso de redes sociales. Este estudio pretende obtener algunas ideas de cómo el uso de las redes sociales

contribuye a mejorar el nivel de eficiencia y efectividad de la gestión de los recursos humanos en la búsqueda de agregar valor a la organización. Lo anterior implica que los líderes empresariales deberían incorporar nuevas tecnologías en vez de vetarlas, ya que una actitud proactiva a los avances tecnológicos permite generar ventajas competitivas de largo plazo. Hay varios aspectos que son abordados en este estudio exploratorio, entre los cuales se analizó como las redes sociales pueden facilitar el reclutamiento y selección de personal, como pueden provocar mejoras en la transferencia y consolidación de conocimientos en la organización, como el uso de estas mejora la fluidez en los canales de comunicación internos de la organización; y por último, como las redes sociales mejoran el trabajo en equipo dentro de la organización. Se puede concluir que las redes sociales son una herramienta de uso creciente, que mientras mayor conocimiento se tenga de ellas por parte de la empresa, como por los empleados, mayores serán los beneficios alcanzados. De esta forma su incorporación será vista como una oportunidad e inversión y no como una amenaza o un gasto para la organización.

La investigación realizada por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) tuvo como objetivo encontrar si existía relación alguna entre la adicción a *Facebook*, la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. Fue un diseño no experimental, de tipo transversal. Se utilizó un cuestionario para ser aplicado a 63 alumnos de la Universidad Iberoamericana ubicada en la ciudad de México, de los cuales 60.3% eran mujeres y 39.7% hombres, y el mayor porcentaje de edad fue 22 años. El instrumento se complementó con variables sociodemográficas, el cuestionario de Adicción a *Facebook* para jóvenes, cuestionario de evaluación de dificultades interpersonales en la adolescencia, entre otros. Respecto de los resultados, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los adictos y los no adictos a *Facebook*, lo que permitió ver que existe una relación estadísticamente significativa

entre la adicción a *Facebook* y la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. A partir de ese descubrimiento se dedujo que los adictos a *Facebook* son más propensos a la depresión, a tener menos habilidades sociales y a mostrar una autoestima baja.

Lorenzo, Gómez y Alarcón (2011) realizaron un estudio cuyo objetivo principal consiste en desarrollar un modelo de relaciones causales que explique las variables que influyen o predicen el uso de las redes sociales virtuales. Se evidencia que la actitud tiene un efecto positivo sobre la intención de su uso, lo que lleva a los autores a plantear la siguiente hipótesis: la actitud hacia las redes sociales virtuales influye positiva y significativamente sobre la intención de uso de estos sitios web. Para la ejecución de esta investigación se realizó una encuesta personal dirigida a los usuarios de redes sociales de España, con edades comprendidas entre los 16 y 74 años, componiendo la muestra de porcentajes muy similares de sexo, edad y comunidad autónoma de residencia. El tamaño muestral final asciende de 399 internautas, empleando para ello un método de muestreo no probabilístico por cuotas, por tanto se obtuvo una muestra representativa del universo muestral, con base en datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística de España (INE, 2008). Los resultados muestran que la actitud hacia las redes sociales virtuales influye positiva y significativamente sobre la intención de usarlas (coeficiente estandarizado $[\beta] = 0,803$; $p < 0,01$) aceptando por tanto la hipótesis. Entre sus conclusiones establecieron que desde una perspectiva de oferta, las redes sociales virtuales presentan varios beneficios para las empresas, ya que poseen infinitas posibilidades de comunicación y poder de influencia. Además, toda la información disponible en las redes sociales, voluntariamente publicada por los usuarios, permite obtener a las empresas gran cantidad de información sobre sus clientes, su personalidad, gustos, preocupaciones, pudiendo facilitar la segmentación del mercado y el análisis del comportamiento del consumidor. Por todo lo anterior si las empresas u

organizaciones quieren aumentar la participación de los individuos en sus redes sociales virtuales, deben hacer estos sitios usables y que resulten útiles para los usuarios, que los individuos perciban que el uso de estos sitios les servirá para lograr alguna tarea deseada.

Gómez, Roses y Farias (2012) realizan una investigación cuyo objetivo fue describir el uso académico que hacen los estudiantes universitarios de las redes sociales comerciales, utilizando un diseño metodológico en que combinan técnicas cualitativas y cuantitativas, aplicando una encuesta descriptiva de carácter sociológico. La población de estudio estuvo constituida por los estudiantes matriculados en primer o segundo ciclo en la Universidad de Málaga (UMA). El universo de la población se fijó en 32.464 estudiantes. Se usó un muestreo de tipo probabilístico por conglomerados, correspondientes a las cinco ramas de enseñanza (Ciencias Experimentales, Ciencias de la Salud, Humanidades, Técnicas, y Ciencias Jurídicas y Empresariales) por cada ciclo. En los resultados se identificaron que las redes permiten, en un mismo espacio, realizar múltiples actividades. De entre las posibles, aquellas a las que los alumnos dedican más tiempo se encuentran: (quedar con mi grupo de amigos) ($M=3,75$. $DT=1,1198$); (informarme sobre lo que pasa en mi grupo de amigos) ($M= 3,48$. $DT=1,102$); (comentar fotos/videos) ($M=3,17$. $DT= 1,178$); y (compartir información, archivos, fotos, documentos) ($M=3,09$. $DT=1,212$). Entre sus conclusiones los estudiantes universitarios hacen un uso intensivo de las redes sociales, que forman parte de su vida y de sus tareas cotidianas – están prácticamente (conectados) durante todo el día-. Por otro lado, la aplicación y la utilización académica que hacen de las redes es escasa, ya que la frecuencia de realización de todas las actividades curriculares planteadas en el cuestionario fue baja de acuerdo a sus puntuaciones. Recomiendan que desde el aula el profesor puede motivar el interés de los estudiantes. Para ello

tiene que transmitir que se trata de una herramienta de apoyo al trabajo en el aula y que los contenidos que generen y viertan en ella forman parte de su aprendizaje.

Un estudio realizado por García, Cruz y García (2013) profundizan en los cambios que se están perfilando en los hábitos *online* de los adolescentes, en particular debido a la fuerte irrupción de las redes sociales en su vida cotidiana, así como en las implicaciones socioculturales de estos procesos, es el objeto de este trabajo. La metodología de investigación se centró en un cuestionario auto-administrado aplicado a escala nacional. Sobre una muestra representativa nacional de 2.077 adolescentes (de 12 a 17 años), se ha buscado actualizar la información relativa a las prácticas online entre los menores y adolescentes españoles, con atención específica a la extensión del fenómeno de las redes sociales e identificando su influencia sobre las prácticas de los adolescentes en la Red. Controlando los usos de las redes sociales por sexo y edad, se observó que las chicas de todas las edades envían mensajes (55,6%), actualizan su perfil (48,9%), suben vídeos que ellas mismas han realizado (32,6%), ven vídeos o fotos de amigos (9,3%) con mayor frecuencia que los chicos. Los chicos, sin embargo, suben vídeos que han encontrado por Internet (17,9%), compran y venden (2,2%), participan en foros (4,8%) y juegan más que las chicas (24,4%). Para finalizar, los alumnos de los centros públicos utilizan más que los de centros privados sus redes sociales para jugar en red (17,1% frente a 12,7%) y los chicos de clase baja ven vídeos o fotos de desconocidos (11,6%) en mayor medida que clase media y alta (7,8%). De igual modo, se comparan los usos entre los usuarios habituales de las redes sociales y los que no las tienen entre sus prácticas cotidianas, con la idea de detectar la influencia del uso de las redes sociales en los usos generales en Internet y controlando esa relación en función de cuatro variables: sexo, edad, titularidad del centro al que asisten los adolescentes y clase social. Entre las principales conclusiones destacan el uso más intensivo en tiempo y en

actividades de los usuarios que utilizan muy frecuentemente las redes sociales, con especial incidencia en aquellas actividades que les permiten mantener el contacto y compartir contenidos con sus pares.

Morales y Trianes (2013) realizaron un estudio cuyo objetivo fue aportar los resultados del cuestionario “Actitudes e intereses hacia las TIC” que ha sido contestado por una muestra de 57 estudiantes pertenecientes al Máster en Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas de la asignatura Aprendizaje y desarrollo de la personalidad (especialidad de Tecnología, Informática y Procesos Industriales), con edades comprendidas entre 22 y 48, pertenecientes de la Universidad de Málaga ubicada en España. Las cuestiones que refleja el cuestionario hacen referencia a los conocimientos que se tienen a nivel informático, hasta qué punto consideran útil Internet, desde dónde suelen acceder, con qué frecuencia lo hacen y hasta qué punto consideran útil en su proceso de aprendizaje la utilización del visionado de vídeos, *Power point*, plataforma *Moodle*, foros, *wikis*, *chats*, *videoforums* y *blogs*, así como numerosas cuestiones en las que se les pregunta cuáles son las funciones que Internet puede llegar a tener en el contexto educativo universitario. En términos generales, el alumnado muestra una actitud muy positiva hacia las TIC tanto como herramienta de comunicación (con un claro predominio del uso del correo electrónico) así como para actividades relacionadas con la búsqueda, transmisión y presentación de la información. Es importante señalar que estos datos fueron analizados antes de proceder al empleo de todos estos recursos que posibilitan las TIC en el proceso de enseñanza/aprendizaje del alumnado.

Los estudios realizados por los autores nacionales e internacionales dan un aporte muy importante a esta investigación porque ayudan a desarrollar los objetivos de la misma, ya que muestran resultados del uso del celular en diferentes ambientes de las personas.

A continuación se presentan diferentes autores con el fin de ampliar el tema de investigación.

Actitud

Hogg y Vaughan (2010) mencionan que la actitud está formada por un conjunto de sentimientos, gustos y desagradados, intenciones conductuales, pensamiento e ideas. Una actitud permite expandir las posibilidades de tener experiencias favorables y de minimizar las desagradables. El autor enfatiza lo siguiente: las actitudes perduran a través del tiempo y los contextos, no es momentánea; se restringen a acontecimientos significativos y son generalizables. Las creencias y opiniones son los componentes básicos del concepto general de actitud.

Para Aiken (2003) la actitud “implica la aprobación o desaprobación (juicio moral), estar interesado en algo simplemente implica que una persona dedica tiempo en pensar o a reaccionar ante ello, sin importar si estos pensamientos y comportamientos son positivos o negativos” (p.294).

Cada una de las personas tiene concretamente cientos de actitudes, pues muestran cierta actitud en las diferentes situaciones de la vida. Ante diferentes entornos, esta puede ser buena, mala, regular, servicial, obstructora, destructiva. Se tienen actitudes hacia personas, actividades, comportamientos, entre otros. Las actitudes son muy importantes ya que pueden llevar hacia el éxito o hacia el fracaso (Minchinton, 2008).

Ibáñez, Botella, Domènech, Feliu, Martínez, Pallí, Pujal y Tirado (2004) mencionan que el componente cognitivo abarca las ideas o conocimientos que se tienen acerca del objeto que pueden ser positivos o negativos. En este aspecto, se introduce la actitud cuando el objeto sobre

el cual se tiene una opinión, afecta directamente a la persona, entonces se forma una opinión a favor o en contra del mismo. Las opiniones, que son una estructura más compleja, se consideran como una manifestación de la actitud.

Tecnología

Cegarra (2012) la define como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos. La tecnología ha sido capaz de crear estructuras e instrumentos complejos sin ayuda de la ciencia.

Nacional financiera (s.f.) aporta que la tecnología puede:

- Crearse
- Adquirirse, comprarse o rentarse
- Transferirse
- Renovarse
- Envejecer
- Convertirse en una ventaja competitiva.

Actualmente algunas empresas no tienen los recursos económicos y humanos para desarrollar su propia tecnología, por lo tanto es adquirida únicamente por las empresas que sí pueden hacerlo. Así es como la tecnología puede utilizarse en distintos lugares como en el negocio, industrias, empresas, escuelas, hogar, entre otros. Es muy utilizada por empresas que prestan servicios de manufactura o en comercios; puede estar presente en empresas micro, pequeñas, medianas y grandes.

Actitud hacia la tecnología

Para Kaplan (2001) son las que se relacionan con la motivación hacia lo que es tecnología. Las que apuntan a concebir la tecnología como una producción cultural.

Las nuevas tecnologías han provocado en las personas reacciones emocionales como respuestas psicosomáticas ante ellas que hasta llegan a influir en las actitudes de las personas. Si presenta una respuesta de ansiedad ante un nuevo procedimiento tecnológico provocará actitudes más negativas, debido a estas respuestas habrá un menor uso de los procedimientos y tendrán mayor dificultad en aprender su manejo. Es importante mencionar la variable “edad” ya que al parecer las personas más jóvenes presentan actitudes positivas ante los nuevos procedimientos tecnológicos. (Salanova, Grau y Peiró, 2001)

Se ha tomado en cuenta la actitud que tienen los trabajadores hacia la tecnología en las organizaciones por lo que es importante conocer qué tipo de tecnología utilizan estas personas que a continuación se describen:

Smartphones

El *Smartphone* también es llamado “teléfono inteligente” para establecer un término más comercial y así denominarlo como el teléfono móvil que presenta más funciones que un dispositivo móvil común. Por medio de estos teléfonos inteligentes pueden ingresar fácilmente a una cuenta de correo electrónico, redes sociales, calendarios, fotografías con el objetivo de tener una completa organización personal. (Área tecnología, s.f.)

Macano (2012) menciona que el *Smartphone* tiene diferentes funciones, dentro de las más importantes es ingresar al internet y comunicar, ya que se utiliza para enviar correos electrónicos,

ubicar direcciones geográficas, descarga de programas, ingresar datos, obtener agendas digitales, administrar datos, leer o estudiar documentos en diferentes formatos,

Los teléfonos inteligentes como menciona Arrarte (2011) en la actualidad son un gran desarrollo en el que se puede incluir, en un mismo aparato, muchas de las funciones de los teléfonos móviles convencionales, permiten comunicar vía telefónica, enviar y recibir mensajes de texto, observar fotografías tomadas desde los dispositivos como la reproducción de videos, música y otros archivos de sonido.

WhatsApp Messenger

En la actualidad es muy utilizada por ser una aplicación popular por las personas que tienen un *Smartphone* o teléfonos inteligentes. Este programa es utilizado como mensajería instantánea o bien llamado *chat*. Se debe de tener contactos en la agenda de los aparatos inteligentes y que estos contactos dispongan de este programa para estar conectado en cualquier momento y así iniciar una conversación con una o más personas. (MEDIAactive, 2012).

Señala Orellana (2014) que esta aplicación de mensajería instantánea famosa es gratuita para todo el mundo, ya que permite intercambiar mensajes de texto, imágenes, videos, sonidos entre otros. Para la plataforma *WhatsApp* es un reto mantener interacción constante con los usuarios y ofrecer herramientas novedosas como en fondos temáticos, juegos, *emoticones*, etc.

Whatsappers (2014) indican que este sistema ha revolucionado para poder establecer conversaciones con el mundo por medio de los sistemas de mensajería instantánea, actualmente los jefes en las organizaciones lo utilizan para enviar tareas o proyectos a sus colaboradores. Es común observar que los empleados utilicen su dispositivo móvil en la empresa, oficina o negocio.

Correo electrónico

Es un medio de comunicación para mantener contacto con amigos, compañeros de trabajo, compañeros de estudio o familiares en el que se pueden incluir imágenes, sonidos y mensajes de video. Una de las funciones primordiales es el envío de documentos (mediante servicios en línea o mediante internet) de cualquier información ya sea en el ámbito laboral o estudiantil. (Jungar, 2000)

Debido a la importancia que tiene en la actualidad el correo electrónico, es indispensable señalar que a partir del año 1993, el *e-mail* se ha ido conectando progresivamente a internet; su crecimiento y su generalización lo han convertido en el medio de comunicación imprescindible que se conoce hoy en día (Démaret, 2012). Además menciona que dicha herramienta tiene numerosas ventajas entre las cuales se puede mencionar:

- Funciona con cualquier sistema operativo en distintos países.
- Se puede utilizar por medio de los *smartphones* o cualquier red telefónica inalámbrica.
- Es una herramienta que permite enviar un mensaje a diferentes destinatarios en el mismo momento.
- Es rápida, ya que cuenta con una emisión y recepción instantánea de lo que se desea enviar.
- Para las empresas el correo electrónico es un privilegio ya que lo utilizan como herramienta de comunicación ya que se utiliza para comunicar, promover, preguntar, informar, organizar; pero también menciona que puede ser un distractor por lo que con frecuencia el usuario tiene que gestionar todos los *e-mails* de mayor prioridad y menor interés.

Redes sociales

Para Fernández (2010) las redes sociales “son Web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentren dentro de su propia red, en la cual pueden intercambiar fotos, videos, mensajes instantáneos, comentarios en fotos...” (p. 7). Asimismo comenta que las redes sociales facilitan estar en contacto con personas que se encuentran cerca de la ciudad o de otros países lo que ha producido que las redes sociales sean actualmente el boom de internet.

En el 2008 Bravo considera que con ayuda de las redes sociales posibilita organizar en un mismo lugar la libreta de contactos personales, correo electrónico, mensajería instantánea, así como proporcionar espacio para almacenar fotos, música y videos, maneras para gestionar fácilmente grupos de discusión e incluso crear un *blog* propio. Además se puede ingresar desde cualquier computadora o dispositivo móvil ya que las redes sociales son utilizadas para gestionar la vida social de las personas, para mantener contacto con familiares, amigos, compañeros de trabajo o estudios, que pueden encontrarse en cualquier parte del mundo así como organizar el tiempo de entretenimiento, desde una misma *web*. Por medio de las redes sociales se pueden compartir fotos, videos, ideas o estados de ánimo.

Para las empresas, por medio de las redes sociales, han sido beneficiadas ya que son utilizadas como herramientas de comunicación, permiten que empleados, socios y clientes puedan interactuar compartiendo ideas, conocimientos y opiniones, con el fin de fomentar una cultura de colaboración en las empresas. Las redes sociales son utilizadas para difundir información que es dirigida a colaboradores de diferentes departamentos de una organización de manera inmediata. (Olvera, 2011)

Para los usuarios de las redes sociales son una fuente de información aunque existen otras opiniones que únicamente se utilice para leer noticias y que en realidad los usuarios se conectan para saber qué actividades están haciendo las personas. Leer los artículos que publican los contactos de los usuarios no hace estar pendientes de lo que está pasando, pero no agudiza el intelecto de las personas ya que demasiada información a la que se expone a través de estas redes disminuye la concentración, contemplación y reflexión. (Martínez, 2014)

Tipos de redes sociales

Las redes sociales pueden ser horizontales o genéricas, como *Facebook*, y verticales o especializadas en un tema concreto, como las redes profesionales *LinkedIn* o *Xing*. Otra clasificación distingue entre redes centradas en el usuario, como *Facebook* o *Twitter*, y redes centradas en objetos, como *YouTube* o *Flickr*, donde lo que importa es el material que se comparte (Aced, 2010). Todas las personas le dan finalidades concretas a las redes sociales dependiendo de su entorno como es en el centro de estudios, trabajo o en casa.

Prato en el año 2010 clasifica las redes sociales en la siguiente tipología:

- Redes para encuentros amorosos: tienen como objetivo tener contacto con una persona para establecer una relación afectiva.
- Redes profesionales: cuya finalidad es unir profesionales entre sí y están especialmente adecuadas para perfiles comerciales.
- Comunidades de amigos: en éstas se encuentran mayor cantidad de usuarios ya que permiten conocer personas a través de sus pasatiempos, opiniones, entre otros.

Facebook

En el año 2011 Llavina menciona que *Facebook* fue creado como un espacio *web* gratuito con el fin de tener comunicación social entre estudiantes de Harvard, que a lo largo del tiempo se ha expandido por todo el mundo hasta alcanzar más de 700 millones de usuarios. Para formar parte de *Facebook* se debe de poseer una cuenta de correo electrónico. Esta red social de ocio o pasatiempo, ha tenido influencia a nivel colectivo en la creación de grupos en diferentes países del mundo.

Las personas que ingresan a *Facebook*, la utilizan para conocer qué ocurre con familiares y amigos cercanos. También se puede mencionar que los trabajadores en las empresas se conectan a *Facebook* algunos minutos al día con el fin de crear conversaciones o enviar mensajes de texto entre sus contactos. Cuando ocurren emergencias o catástrofes naturales en estos momentos que las redes sociales son los medios más rápidos y efectivos para comunicarse con la familia y amigos. Para que el empleado no pierda tiempo realizando llamadas es preferible enviar respuestas de los mensajes recibidos en *Facebook*. Escudero (s.f.)

Aspectos negativos esenciales sobre el uso de *Facebook* que menciona El-Sahili (2014) son las siguientes:

- Algunas personas que en un inicio vieron inofensivo el uso de *Facebook*, descubren al poco tiempo que ocupa un lugar central en sus vidas y que necesitan su estímulo para hacer más llevadera su existencia, viendo su tiempo atrapado en la red.
- Algunas personas invierten menos tiempo en sus preparativos laborales o escolares, sobre todo porque el lapso destinado a hacerlo fue ocupado por *Facebook*, esto implica que

tengan que hacer sus actividades en un período más rápido, con menos eficiencia y precisión.

- Un gran riesgo se da cuando la persona se duerme más tarde, invadiendo en una o incluso en dos horas el tiempo que comúnmente dedicaba al descanso.
- Como consecuencia de dormir menos horas la persona se desenvuelve en el día con cansancio y baja concentración en sus actividades cotidianas.
- La dependencia a la red virtual puede ser enorme, tanto a estar en ella como a ser afectado fácilmente por lo que ocurra en ella, haciendo que cambien con facilidad los pensamientos y el estado de ánimo.

Twitter

Fue creada en el año 2005, desde entonces, ha tenido éxito ya que cuenta con una gran cantidad de usuarios en el que se pueden mencionar diversos medios de comunicación de diferentes partes del mundo. Se puede acceder desde diferentes medios, por ejemplo, el dispositivo móvil en el que puede ingresar el usuario y difundir de una manera inmediata los mensajes que desea publicar. El fin de esta es poder expresar lo que desea el usuario, de una manera resumida ya que tiene un espacio máximo de 140 caracteres (o palabras), a estos mensajes se les llama tuit. (Gumbe, 2011)

Características principales de *Twitter*:

- Tiene un tope de 140 caracteres para el mensaje.
- No se escribe en muros de otras personas ni en aplicaciones externas, ya que todo el contenido se publica en la propia cuenta del usuario.

- Para que un usuario siga a otro, no hace falta estar conforme ni aceptar nada, esto supone que una cuenta de *Twitter* puede seguir a otra, sin que esta última tenga que seguir de vuelta a la primera.

Es un servicio que permite expresar utilizando 140 palabras el estado actual de la persona. Para los usuarios es de gran gusto, ya que tiene la capacidad de ver al instante qué es lo que están realizando otras personas, además de enterarse de manera inmediata acerca de algún tema importante en el país o en el extranjero por medio del buscador que tiene esta plataforma. (Barra, 2011)

Fernández (2012) menciona que el trabajador al utilizar la red social *Twitter* es completamente responsable de la información de sus publicaciones. En algunas ocasiones una publicación que denigre a la empresa, revele información confidencial o perjudique su imagen y reputación por estos medios puede causar el despido al trabajador.

LinkedIn

Nació como una *web* orientada a los negocios, fue fundado en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003 por Reid Hoffman. *LinkedIn* se ha ido innovando y ofrece servicios prácticos y efectivos tanto para empleados (o aspirantes a empleados) como para empleadores. Es una red social que atrae a profesionales y trabajadores en busca de trabajo. Ofrece cuatro planes básicos de suscripción: gratuito, empresarial, empresarial plus y ejecutivo (Álvarez, 2012).

Asimismo Álvarez menciona que permite contactar con personas útiles en el mundo profesional. Una vez agregadas a su red de contactos podrá compartir con ellas cualquier mensaje o información, de forma pública o privada. Estas redes sociales han sustituido a las

agendas físicas y tarjetas personales ya que han sido un medio profesional en el internet ya que contiene información actualizada de las personas y crean un espacio muy importante para las ofertas o demandas de empleos.

Linkedin es una red profesional que permite estar en contacto con los profesionales o con los compañeros de trabajo, así como recomendar, y buscar nuevos profesionales de algún sector en específico (Ordozgoiti, Rodríguez, Olmos y Miranda, 2010).

La tecnología ha presentado diversidad de medios para que las personas puedan ingresar a diferentes programas, redes sociales, correo electrónico, entre otros, que ayudan al individuo a satisfacer sus necesidades, pero esto ha causado desventajas como beneficios en las organizaciones, por lo que es importante conocer cómo ha influido la tecnología en los trabajadores el utilizar la tecnología en la empresa.

Uso de tecnología en el trabajo

Un factor fundamental que ha contribuido al proceso de socialización de las personas y actualmente en diferentes empresas es el uso de las redes sociales. Esto se ha convertido en un símbolo de pertenencia para las personas como para las compañías. En el que su objetivo es compartir intereses en común como noticias, música, entre otros (Universidad Honduras, 2012).

En las empresas se puede identificar que el número de empleados que posee dispositivos móviles va creciendo cada día, ya que cada vez tienen mayor movilidad en recibir o transmitir información que le es necesaria. Para desempeñar algunas funciones laborales dentro de la empresa, en el hogar o mientras viajan a cualquier parte del mundo utilizan los teléfonos inteligentes o bien llamados *Smartphones* (Forrester Consulting, 2012).

Uno de los beneficios que los ejecutivos de las empresas encuentran en los *smartphones* es que permiten ingresar de manera inmediata al correo electrónico de la empresa así como también personal. Las funciones de estos aparatos se han ido desarrollando, cada vez son más eficaces como por ejemplo, la posibilidad de ver y editar documentos que son utilizados en la oficina de trabajo. Para los empleados que viajan constantemente es de beneficio ya que estos aparatos tienen funciones como traducir algún idioma, conversiones de monedas o descargar documentos para alguna tarea laboral. (Macano, 2012)

Santo (2014) comenta que para algunas empresas, las redes sociales son una herramienta laboral que hay que saber utilizar. Existen riesgos al utilizar estos medios que la empresa y sus empleados deben de conocer respecto a la privacidad. Si los empleados no desean compartir sus perfiles personales con la empresa ni utilizar sus cuentas privadas con fines laborales la empresa debe respetar esas decisiones de sus colaboradores, es recomendable que las organizaciones creen perfiles exclusivamente para el ámbito empresarial dirigidos a fomentar la comunicación interna y tener mayor interacción con los clientes. Los empleados deben tener en cuenta que todo lo que comparten en sus cuentas personales es público y puede dañar su imagen, tanto a nivel personal como de empleado.

Fundación factor humà (2011) realiza una publicación y menciona que grandes organizaciones de diferentes países han tomado una decisión de bloquear el acceso a ciertos contenidos *online* en el trabajo. Existe cierta confusión con la vida personal y profesional con el uso del *smartphone* corporativo ya que responde correos electrónicos o mensajes de trabajo pero también pueden recibir llamadas personales. *LinkedIn*, es una red social para encontrar trabajo pero también ha tenido funciones como mantener comunicación con los clientes. *Twitter* en el que se puede encontrar diversas ideas e información de lo que se necesite. En los móviles se han

creado servicios y aplicaciones para solucionar las necesidades de los usuarios especialmente a los trabajadores tales como atención al cliente, ventas, *marketing*, soporte técnico, etc.

Los empleados ocupan demasiado tiempo haciendo llamadas personales, enviar mensajes de texto, jugar con aplicaciones, ingresar a las redes sociales por lo que las empresas han identificado que por productividad es necesario prohibir los teléfonos celulares ya que les afecta económicamente a estas compañías. El utilizar los teléfonos celulares, para los empleados puede ser una distracción ya que puede afectar con su productividad y puede causar desagrado. (Gómez, s.f.)

Cristi (2013) comenta que en el momento en que Facebook se transforma en la moda de los jóvenes se han mostrado efectos negativos en el horario de trabajo, por lo tanto, los teléfonos inteligentes han aumentado la adicción a la conectividad personal entre los jóvenes. Por medio de las funciones de los dispositivos móviles se pueden coordinar fiestas, organizar salidas, y comentar los últimos sucesos más importantes que han ocurrido. Para muchos colaboradores tienen como prioridad el permanecer conectados, comunicados y estar a la moda y dejan por un lado la productividad en el trabajo. Debido a los cambios drásticos de la tecnología los empleados quieren ir junto con esos avances, pero los empleadores identifican que son herramientas de gran peligro. Para el personal de la organización que no atiende a los clientes directamente, no se vean tan afectadas las áreas productivas, aunque no debe dejar de importar los minutos u horas utilizados en conversaciones por medio de los dispositivos móviles ya que afectan el tiempo productivo.

Atender cualquier notificación en la tablet o cualquier dispositivo móvil ha sido la prioridad antes que el trabajo para muchos colaboradores, pero en la mayoría de los casos se trata

de asuntos insignificantes. Las redes sociales pueden ser distractores de las actividades diarias y pueden desmejorar la productividad de un profesional o estudiante ya que para algunos usuarios y especialistas debilitan muchas habilidades sociales (Quijada, 2013).

De igual forma Villalobos (2014) comenta que ingresar a internet en la empresa dependerá del consentimiento que da la empresa ante estas situaciones, ya que en algunas ocasiones no pueden estar de acuerdo con el uso de las redes sociales. Actualmente se han presentado casos en el que los empleados al incumplir una norma por el uso de la web exclusivamente para asuntos personales y no laborales ya que debido a esta utilización es necesario separar al colaborador de la compañía. Es importante darle a conocer al personal los riesgos al utilizar la red, no revelar información confidencial o también criticar o ridiculizar a compañeros de trabajo así como desprestigiar a la empresa en el que se está trabajando.

Políticas en las empresas

Para lograr cambios exitosos en la dirección estratégica de una empresa, se requiere de la implementación y renovación constante de políticas que beneficien la relación entre el empleado y la organización. La existencia de diferentes políticas tiene como objetivo principal facilitar la solución de problemas de forma justa y delimitada, además permite ser guía para la implantación del uso de ciertas herramientas con las que cuenta la empresa. De esta forma, Fred (2003) describe a las políticas como lineamientos o directrices descritas de forma concreta, que pueden incluir técnicas, instrucciones, pautas, representaciones y prácticas administrativas establecidas con el fin de apoyar y fomentar el trabajo hacia el logro de las metas establecidas.

De forma más concreta, las políticas se pueden definir como instrumentos mediante el cual se buscan implantar estrategias y establecer límites relacionadas con todas las acciones de

tipo administrativas que se lleven a cabo dentro de la empresa, además es percibida como la mejor herramienta para recompensar y sancionar las conductas y el comportamiento de las personas ante el incumplimiento de ciertas normas.

De forma similar Araujo y Brunet (2012) argumentan que las políticas actúan como normas que permiten elegir un plan estratégico que contribuya al logro de ciertos objetivos empresariales. En términos generales las políticas se tratan de reglas que permiten decidir los límites de toda acción que se lleve a cabo dentro de la empresa. Estas normas o reglas son percibidas como decisiones que aprueban respuestas ante situaciones repetitivas y concretas.

Sin embargo, en la actualidad muchas empresas muestran un especial interés, por el establecimiento de ciertas políticas que luchen en contra del abuso del teléfono celular y en general de todo lo relacionado con el abuso a la tecnología en el lugar de trabajo. El interés de las empresas ante las políticas, va más allá de la implementación de las mismas y se enfoca específicamente en la divulgación de cada una de ellas. Blake (s.f.) agrega que para implementar políticas en las empresas, se debe de hacer de una forma detallada, escritas con un lenguaje claro y sencillo. Es importante asegurarse que en ellas se encuentren todas las reglas y las acciones disciplinarias por las cuales se deban de regir todas las acciones de las personas y de esta forma proteger a la empresa.

Debido al abuso que existe ante el uso de los teléfonos celulares dentro de las empresas, Vázquez (2009) menciona que para toda empresa es indispensable la existencia de una política por escrito que muestre los derechos, las obligaciones y las normas en relación al uso del teléfono celular, esto con el objetivo de asegurar igualdad y justicia ante posibles sanciones que enfrenten las personas que no cumplan con las reglas establecidas, además es importante

mencionar que las políticas escritas y redactadas de una forma clara y precisa, evita que se generen conflictos laborales entre patronos y trabajadores.

De igual forma, Smith (s.f.) señala que las empresas a través de la implementación de políticas específicas ayuda a que los empleados comprendan de mejor forma las normas o prohibiciones ante el uso de los teléfonos celulares en el lugar de trabajo. Dicho autor menciona además que en la mayor parte de las políticas que se han implementado solicitan por lo general que los empleados pongan en modo silencioso los teléfonos, asimismo se estipula que los teléfonos celulares deben permanecer en los escritorios durante las reuniones, sin embargo dichas normas indican también que las personas tienen derecho a realizar llamadas de menos de cinco minutos. En el caso de que los empleados reciben llamadas urgentes durante las horas de trabajo, se les debe pedir que vayan a un lugar que no interrumpa el trabajo de otros compañeros. Adicionalmente, se les puede pedir a las personas que dejen que las llamadas vayan al correo de voz, para que luego a la hora del descanso pueden ser contestadas. Cuando los empleados identifiquen que la empresa se interesa por el abuso de los teléfonos celulares, las personas comenzarán a poner en práctica su autocontrol.

De forma más amplia, Curbelo (s.f.) menciona la importancia de la aprobación e implementación de políticas corporativa sobre el uso de las redes sociales, en las cuales se transmita a los empleados la postura y las condiciones de la empresa ante el uso en el trabajo de dichas redes. Además estas políticas deben explicar de forma clara las prohibiciones o fomento de ciertas actividades como: la creación de cuentas en las cuales se hable de la empresa o su participación en redes sociales.

Es evidente que la existencia de políticas sobre el uso de las redes sociales proporciona una serie de beneficios tanto para el empleado como para la empresa. Rodríguez (2010) menciona que una política protege la información interna de toda empresa, además evita mal entendidos entre la empresa y el empleado. Sin embargo, la implementación de políticas también permite salvaguardar la seguridad de los empleados, ya que por lo regular impide que estos, mezclen su vida profesional con la personal en las redes sociales. Además se evita que los empleados pierdan el tiempo de forma improductiva.

Luego de analizar los estudios de los autores citados, en la actualidad la tecnología ha sido de mayor beneficio a las empresas en cuanto a la interacción con los clientes y proveedores pero es importante mencionar que su uso excesivo por parte de los colaboradores en actividades personales puede afectar sus tareas laborales. Las políticas en las empresas funcionan como un medio de comunicación a través del cual se les informa a los empleados la postura de la empresa ante las condiciones y prohibiciones del uso de los teléfonos celulares y de las redes sociales. Además se especifican las medidas que se deben de tomar en caso las personas no cumplan con las condiciones anotadas. Asimismo, las políticas permiten que los empleados conozcan sus derechos y las conductas que la empresa permite y cuáles no.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente la tecnología se ha ido expandiendo de manera inmensurable a tal punto que ha llegado a influir y facilitar la vida de las personas. Se considera que el ser humano es capaz de adaptarse en situaciones muy diversas, sin embargo, este proceso no es sencillo. Por ende la aparición de la tecnología ha venido a cambiar hábitos, tendencias de las personas así como en las organizaciones porque se necesita estar actualizando en todo momento.

Para las organizaciones la tecnología ha sido de mucha utilidad ya que se han logrado mejoras constantes a través de ella, por ejemplo, como obtener mejores técnicas y conocimientos para edificar sus procesos y así ser una empresa de mayor productividad. Asimismo la tecnología se ha utilizado para poder darse a conocer al público y obtener mayor contacto con el cliente.

Las redes sociales (el vínculo para comunicarse entre sí), son las que actualmente establecen el principal vínculo de una buena comunicación con las demás personas y su vida social. Sin embargo son muchos los motivos por los cuales las personas interactúan mediante estos medios, los argumentos más comunes para utilizar las redes sociales que expresan las personas son: entablar amistad, comunicarse con sus familiares, motivos financieros, situaciones laborales, entre otros. Desafortunadamente esta no ha sido utilizada de manera adecuada, ya que muchos individuos abusan en el uso de la misma, en especial los empleados en las empresas.

Uno de los problemas que han identificado las empresas es cuando los trabajadores ingresan a las redes sociales desde su computadora o desde su celular en su horario laboral y como consecuencia de ello no tienen una mejor productividad y hasta puede irrumpir en la confidencialidad de la empresa por lo que han creado políticas en las que se prohíbe el uso del celular o el ingreso a las redes sociales que les puede interrumpir en su horario laboral.

Por esa razón se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Identificar la actitud que toman los trabajadores ante las políticas del uso de las redes sociales en la empresa.

2.1.2 Objetivos específicos

2.1.2.1 Determinar la necesidad de comunicación que tienen los trabajadores por medio de la tecnología en su ambiente laboral.

2.1.2.2 Definir el grado de aceptación o rechazo que tienen los empleados de las políticas del uso de la tecnología en la empresa.

2.1.2.3 Identificar la utilidad que tienen las políticas del uso de la tecnología en la empresa.

2.1.2.4 Establecer de qué manera influye en las relaciones interpersonales laborales el uso de la tecnología en la empresa.

2.1.2.5 Establecer si las políticas del uso de la tecnología en la empresa son un apoyo o una dificultad desde la percepción de los trabajadores en el ambiente laboral.

2.3 Variables de estudio

- Actitud
- Tecnología

2.4 Definición de variables

2.4.1 Definición conceptual de variables de estudio

- **Actitud**

Organización de creencias, opiniones, sentimientos y tendencias conductuales, relativamente duradera hacia objetos, grupos, eventos o símbolos socialmente significativos. (Hogg y Vaughan, 2010).

- **Tecnología**

Según Cegarra (2004) es el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos.

2.4.2 Definición operacional de variables de estudio

- **Actitud ante la tecnología**

En esta investigación se entenderá tecnología como los dispositivos móviles y las aplicaciones que se pueden utilizar por medio de ellos como lo son las redes sociales; así también la aceptación o rechazo de los trabajadores ante las políticas del uso de la tecnología en la organización. Tomando en cuenta los siguientes indicadores:

- Utilidad
- Aceptación
- Comunicación
- Relaciones Interpersonales
- Apoyo o dificultad

2.5 Alcances y límites

El presente estudio investiga acerca de la actitud de los trabajadores ante las políticas del uso de la tecnología en la empresa, tomando en cuenta una organización en que aplican políticas para que los trabajadores no puedan ingresar a las redes sociales en su jornada laboral.

Al final los resultados que se obtengan en esta investigación, pueden ser generalizados únicamente a sujetos y ambientes con características similares a los del presente estudio y no a la población en general.

2.6 Aporte

El cambio que ha hecho la tecnología en las personas es más notorio en estos tiempos, a tal punto que en las empresas ha llegado a ser afectada. Muchas empresas utilizan las políticas del uso de la tecnología para que sus empleados tengan una mayor productividad y mejor concentración en las metas que a ellos les exponen.

El aporte para la sociedad guatemalteca es dar a conocer la actitud que tienen los trabajadores ante las políticas del uso de la tecnología en la empresa, proporcionando información clave y concisa acerca de la aceptación que tienen a éstas políticas. Así como sustentar con base teórica los fundamentos de profesionales sobre la aplicación de políticas del uso de la tecnología en la empresa.

Para las empresas será una fuente de información ya que podrán conocer y evaluar la actitud que toman los empleados al implementar las políticas de no utilizar la tecnología en el trabajo, así como los efectos que causa en sus trabajadores ya que podrán tomar decisiones pertinentes ante estas normativas.

A los empleados para que tengan conocimiento que actualmente es mayor el número de trabajadores que se ven perjudicados por el mal uso o uso excesivo de la tecnología en el ambiente laboral.

Para los futuros profesionales de psicología industrial el aporte es motivar a seguir investigando la tecnología en las empresas ya que existen pros y contras al utilizar estos medios de comunicación en el ambiente laboral.

III. MÉTODO

3.1 Sujetos

Para el presente estudio la muestra estuvo integrada por un total de 64 trabajadores, tanto del género femenino como masculino, entre los 19 y 40 años de edad, de una institución financiera ubicada en la ciudad de Guatemala, esta ha sido reconocida por gran cantidad de guatemaltecos ya que fue fundada en 1968, actualmente ha sido nombrado como el mejor banco de Guatemala. Ha logrado una respetable posición en el mercado financiero internacional ya que promociona, implementa e innova productos y servicios financieros para sus clientes ya sea individuales o empresariales, asimismo, se puede mencionar que es una institución comprometida con el desarrollo social y cultural del país.

La muestra es de carácter no probabilístico que se refiere al subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

El tamaño de la muestra seleccionada es de 64 individuos. Dicha selección se obtuvo a través del método no probabilístico por cuotas, el cuál según Salkind (1999) consiste en escoger personas con las características deseadas, pero no se selecciona aleatoriamente de la población; por el contrario, el investigador reclutará gente hasta cubrir la cantidad de personas establecidas en una cuota inicial.

3.1.1

Género	Cantidad de sujetos
Femenino	40
Masculino	24

3.1.2

Edades de los colaboradores	
Edades	Cantidad de sujetos
18 – 25	32
26 – 30	24
31 en adelante	8

3.1.3

Estado Civil	Cantidad de sujetos
Casado	26
Soltero	38

3.1.4

Años de labores	
Rango	Cantidad de sujetos
0 – 5 años	39
6 – 10 años	21
11 en adelante	4

3.2 Instrumento

El instrumento que se utilizó para esta investigación tuvo como objetivo principal es medir la actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa, el instrumento consta de 15 ítems en la cual los sujetos pueden señalar su respuesta por medio de una escala de Likert según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “es el conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los

participantes” (p. 245). La validez del instrumento se llevó a cabo por medio del juicio de tres expertos en el tema para su posterior aplicación.

El instrumento es auto aplicable y se estima 10 minutos para resolverlo. Para calificarlo, se suma cada columna según las respuestas de los sujetos utilizando una escala que se clasifica de la siguiente manera:

Totalmente de acuerdo	4
De acuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Indicador	Número de ítem
Comunicación	1, 2 y 3.
Aceptación	4, 5 y 6.
Utilidad	7, 8 y 9.
Relaciones interpersonales	10, 11 y 12.
Apoyo o dificultad	13, 14 y 15.

Donde la puntuación es:

Máxima	60
Mínima	15

Tomando en cuenta la calificación final, el resultado se clasifica según los siguientes rangos:

Punteo	Descripción
46 – 60	Actitud desfavorable hacia las políticas de no utilizar la tecnología
31 – 45	Actitud media hacia las políticas de no utilizar la tecnología
15 – 30	Actitud favorable hacia las políticas de no utilizar la tecnología

Para cada indicador se toma en cuenta la siguiente calificación

Comunicación:

Punteo	Descripción
9-12	Necesidad alta en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral.
8-5	Necesidad media en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral
3-4	Necesidad baja en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral

Aceptación:

Punteo	Descripción
8-12	Rechazo a las políticas del no uso de la tecnología en la empresa.
3-7	Aceptación a las políticas del no uso de la tecnología en la empresa.

Utilidad:

Punteo	Descripción
8-12	Sí constituye un factor negativo que intervengan desfavorablemente en el desarrollo de sus actividades diarias.
3-7	No constituye un factor negativo que intervengan desfavorablemente en el desarrollo de sus actividades diarias.

Relaciones interpersonales:

Punteo	Descripción
8-12	Consideran que sí influye en las relaciones interpersonales el no utilizar la tecnología en la empresa.
3-7	Consideran que no influye en las relaciones interpersonales el no utilizar la tecnología en la empresa.

Apoyo:

Punteo	Descripción
8-12	Consideran que son una dificultad en el ambiente laboral.
3-7	Consideran que son un apoyo en el ambiente laboral.

Los resultados posteriormente fueron tabulados e interpretados.

3.3 Procedimiento

- Aprobado el tema de investigación se procedió a establecer, los objetivos de estudio, las variables de estudio, los sujetos de la investigación, además se recopiló la información teórica, la cual fundamenta el tema de investigación.
- Posteriormente se creó un instrumento para medir la actitud de los empleados acorde al tema a investigar.
- Se validó el instrumento a través del juicio de expertos.
- Se buscó la empresa para realizar el trabajo de campo.
- Se solicitó autorización para realizar el estudio en la empresa.
- Luego se aplicó el cuestionario a la muestra seleccionada.
- Después se tabularon los datos obtenidos.
- Se analizaron los resultados.
- Posteriormente se redactó la discusión de resultados.
- Finalmente, se realizaron sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

3.4 Tipo de investigación, diseño y metodología estadística

La presente investigación es de tipo descriptivo que según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p. 140).

De diseño no experimental transeccional (transversal) “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández, Fernández y Baptista 2010 p. 151).

Para el estudio y análisis de los datos obtenidos, como metodología estadística que se utilizará, serán las medidas de tendencia central: media, mediana, moda; desviación estándar y cualquier otro estadístico necesario, todo con el apoyo de Excel.

IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos en el presente estudio para conocer la actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar tecnología en la empresa donde laboran.

Se obtuvieron los resultados por medio de la aplicación de una escala de actitud de los colaboradores ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa; luego de aplicar el instrumento formado por 15 ítems, los 64 sujetos señalaron sus respuestas las cuales se clasificaron de la siguiente forma: totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Para obtener una calificación se sumó cada columna según las respuestas en donde la puntuación mínima es de 15 y la máxima de 60; los rangos utilizados para este estudio fueron: 46- 60 puntos actitud desfavorable hacia las políticas de no utilizar la tecnología. De 31- 45 puntos Actitud media hacia las políticas de no utilizar la tecnología. 15-30 puntos de actitud favorable hacia las políticas de no utilizar la tecnología.

Asimismo es importante mencionar que la puntuación máxima que se maneja en los resultados obtenidos de cada indicador es, de 12 puntos como máximo y la mínima de 3.

Tabla 4.1 Estadística descriptiva del total de la escala de actitud de los trabajadores ante la política de no utilizar la tecnología en la empresa.

<i>TOTAL</i>	
Media	25.48
Error típico	0.77
Mediana	25
Moda	21
Desviación estándar	6.15
Mínimo	15
Máximo	41

Esta tabla muestra la estadística descriptiva de la Escala de actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa y se observa un promedio de 25.48 sobre una puntuación total de 60. La desviación estándar fue 6.15, el punteo mínimo 15 y el máximo 41. Con los resultados se puede notar que la actitud de los colaboradores es favorable hacia las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa.

Tabla 4.2 Estadística descriptiva de la necesidad de comunicación que tienen los trabajadores por medio de la tecnología en su ambiente laboral

<i>Comunicación</i>	
Media	6.55
Error típico	0.19
Mediana	6.5
Moda	6
Desviación estándar	1.55
Mínimo	3
Máximo	9

En la tabla se muestra la estadística descriptiva del indicador de comunicación que tienen los trabajadores por medio de la tecnología en su ambiente laboral, se observa un promedio de 6.55 de una puntuación máxima de 12. La desviación estándar es de 1.55. El punteo mínimo de 3 y el máximo de 9. Se puede notar que los trabajadores tienen una necesidad media en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral.

Tabla 4.3 Estadística descriptiva del grado de aceptación o rechazo que tienen los empleados de las políticas del uso de la tecnología en la empresa

<i>Aceptación</i>	
Media	4.89
Error típico	0.20
Mediana	5
Moda	6
Desviación estándar	1.59
Mínimo	3
Máximo	9

En la tabla se muestra los resultados del indicador del grado de aceptación o rechazo que tienen los empleados de las políticas del uso de la tecnología en la empresa, se observa un promedio de 4.89 de una puntuación máxima de 12. La desviación estándar es de 1.59. El punteo mínimo de 3 y el máximo de 9. De acuerdo a estos resultados se puede notar que los trabajadores tienden a tener un grado de aceptación a las políticas del no uso de la tecnología en la empresa.

Tabla 4.4 Estadística descriptiva de la utilidad que tienen las políticas del uso de la tecnología en la empresa

<i>Utilidad</i>	
Media	5.02
Error típico	0.26
Mediana	5
Moda	3
Desviación estándar	2.07
Mínimo	3
Máximo	12

En la tabla se muestra la estadística descriptiva de la utilidad que tienen las políticas del uso de la tecnología en la empresa, se observa un promedio de 5.02 de una puntuación máxima de 12. La desviación estándar es de 2.07. El puntaje mínimo de 3 y el máximo de 12. La utilización de la tecnología en el puesto de trabajo para el grupo de personas encuestadas no constituye un factor negativo que intervenga desfavorablemente en el desarrollo de sus actividades diarias; esto se debe a que dicho grupo de personas no utiliza medios tecnológicos durante sus horas laborales.

Tabla 4.5 Estadística descriptiva sobre de qué manera influye en las relaciones interpersonales laborales el uso de la tecnología en la empresa.

<i>Relaciones interpersonales</i>	
Media	4.70
Error típico	0.24
Mediana	4
Moda	3
Desviación estándar	1.90
Mínimo	3
Máximo	11

En la tabla se muestra la estadística descriptiva de la manera que influye en las relaciones interpersonales laborales el uso de la tecnología en la empresa, se observa un promedio de 4.72 de un total de 12. La desviación estándar es de 1.90. El puntaje mínimo de 3 y el máximo de 11. Estos datos reflejan que los trabajadores consideran que no influye en las relaciones interpersonales el no utilizar la tecnología en la empresa.

Tabla 4.6 Estadística descriptiva sobre las políticas del uso de la tecnología en la empresa como un apoyo o una dificultad desde la percepción de los trabajadores en el ambiente laboral.

<i>Apoyo</i>	
Media	4.33
Error típico	0.23
Mediana	3
Moda	3
Desviación estándar	1.88
Mínimo	3
Máximo	12

En la tabla se puede observar la estadística descriptiva sobre las políticas del uso de la tecnología en la empresa como un apoyo o una dificultad desde la percepción de los trabajadores en el ambiente laboral, presenta un promedio de 4.33 de un total de 12. La desviación estándar es de 1.90. El puntaje mínimo de 3 y el máximo de 12. Se puede notar que desde la percepción de los trabajadores las políticas del uso de la tecnología en la empresa son un apoyo en el ambiente laboral.

Luego de presentar los resultados obtenidos se puede establecer que para los sujetos del presente estudio se pudo identificar una actitud favorable ante las políticas del no uso de la tecnología en la empresa. Por lo que es importante mencionar que las políticas son un beneficio para los colaboradores en su ambiente laboral y pueden realizar de una mejor manera sus tareas laborales.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Luego del análisis e interpretación de los resultados obtenidos durante la investigación, es indispensable realizar una comparación entre los datos obtenidos previamente y los diversos estudios relacionados al tema, lo que contribuye enormemente al enriquecimiento de la actual investigación.

El fin por el cual se llevó a cabo el presente estudio fue para conocer la actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar tecnología en la empresa. Los resultados obtenidos luego de aplicar el instrumento a 64 personas, de ambos géneros, comprendidos entre las edades de 19 a 40 años, muestran que la actitud de los colaboradores es favorable hacia las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa.

Con base en los resultados antes expuestos, es importante destacar estudios realizados en Guatemala que tienen relación con la presente investigación, tal como el realizado por Barguelli (2013) en donde da a conocer la influencia que tiene la red social *Facebook* en las relaciones interpersonales de jóvenes de 13 a 18 años, estudiantes de primero a quinto bachillerato de un colegio privado. La relación con la presente investigación radica en que en ambos estudios se busca conocer si el uso de la tecnología afecta negativamente las relaciones interpersonales, concluyendo que el uso de la tecnología no interviene en las relaciones que establecen con los jóvenes con las personas los rodean.

Por su parte, Gálvez (2012) investigó acerca del uso del celular y sus efectos en el rendimiento académico de los y las alumnas del Colegio Montesquieu. A través de las encuestas se comprobó que la mayoría de alumnos poseen teléfono móvil; y los entrevistados manifestaron que el celular puede afectar su desempeño y aprendizaje. Todos conocen el reglamento de la

institución en donde se restringe el uso del celular, sin embargo hacen caso omiso del mismo, presentando problemas de indisciplina. Estos resultados difieren con los resultados del presente estudio, ya que en este se pudo determinar que sí existe en los trabajadores aceptación de las políticas del no uso de la tecnología, y en el estudio realizado por Gálvez no existe respeto alguno por el reglamento de la institución donde se restringe el uso del celular.

Es importante tomar en cuenta que los avances de la tecnología se encuentran íntimamente relacionados con el acceso a la comunicación, lo que se puede identificar en el estudio que realizó Vides (2011) quien buscó conocer las relaciones interpersonales de los jóvenes de 18 a 22 años, que utilizan las redes sociales. Los jóvenes manifiestan utilizar este medio para mantener y en algunos casos incrementar la comunicación con amigos, familiares, compañeros de estudio y pareja. Sin embargo manifestaron que el encuentro personal sigue manteniendo una gran importancia en las relaciones interpersonales. Lo anterior, tiene semejanza con la presente investigación ya que se pudo determinar que en ambos estudios los sujetos indicaron utilizar la tecnología como un medio para tener comunicación con las personas que los rodean.

En la actualidad el uso de la tecnología facilita enormemente las gestiones administrativas de las empresas como se puede observar en el artículo publicado por Salgado y Ávila (2009) en el que señalan en una agencia dedicada a la investigación a nivel mundial. Hay varios aspectos que son abordados en este estudio exploratorio, entre los cuales se analizó como las redes sociales pueden facilitar el reclutamiento y selección de personal, provocar mejoras en la transferencia y consolidación de conocimientos en la organización, mejorar la fluidez en los canales de comunicación internos de la organización; y por último, cómo las redes sociales mejoran el trabajo en equipo dentro de la organización. A pesar de la importancia que constituye

para las empresas la tecnología, en muchas de estas optan por restringir accesos para el uso de múltiples páginas web o redes, las cuales, tienen el fin de evitar que la productividad de los colaboradores se vea afectada por el uso de las mismas. Es por esta razón que en el presente estudio se le resta importancia a la efectividad de la tecnología en procesos administrativos y se valora más evitar el uso de la misma, lo que difiere completamente de la publicación antes mencionada ya que para ellos la tecnología es vista como una herramienta de crecimiento y de desarrollo empresarial.

Similar a lo anterior, Lorenzo, Gómez y Alarcón (2011) realizaron un estudio cuyo objetivo principal consiste en desarrollar un modelo de relaciones causales que explique las variables que influyen o predicen el uso de las redes sociales virtuales. Los resultados muestran que la actitud hacia las redes sociales virtuales influye positiva y significativamente sobre la intención de usarlas. Entre sus conclusiones estableció que desde una perspectiva de oferta, las redes sociales virtuales presentan varios beneficios para las empresas, ya que poseen infinitas posibilidades de comunicación y poder de influencia. Debido a que la tecnología en las empresas no es utilizada en beneficio y desarrollo económico de las mismas cada día son más las empresas que buscan restringir y controlar el uso que le dan los colaboradores a la tecnología. Es por esta razón que las empresas establecen políticas para no utilizar la tecnología de una manera inadecuada durante la jornada laboral, como se puede identificar en la presente investigación; es por ello que los resultados identificados en el actual estudio no coinciden con los estudios efectuados como el antes descrito.

Morales y Trianes (2013) realizaron un estudio cuyo objetivo fue aportar los resultados del cuestionario “Actitudes e intereses hacia las TIC” que ha sido contestado por una muestra de 57 estudiantes. Las cuestiones que refleja el cuestionario hacen referencia a los conocimientos

que se tienen a nivel informático, hasta qué punto consideran útil el Internet, desde dónde suelen acceder, con qué frecuencia lo hacen y hasta qué punto consideran útil en su proceso de aprendizaje la utilización de la tecnología. El alumnado muestra una actitud muy positiva hacia las TIC tanto como herramienta de comunicación (con un claro predominio del uso del correo electrónico) así como para actividades relacionadas con la búsqueda, transmisión y presentación de la información. Lo anterior coinciden con los resultados obtenidos en la presente investigación, ya que ambos grupos de estudio coinciden y admiten a su vez que utilizan la tecnología como herramienta para comunicarse con los demás, sin embargo, se pudo detectar que en el estudio actual la tecnología no constituye un factor negativo que intervengan en el desarrollo de las actividades debido a que el grupo evita la utilización de las herramientas tecnológicas como respeto ante la política de no utilizar la tecnología en la empresa.

Uno de los beneficios que los ejecutivos de las empresas encuentran en los *smartphones* es que permiten ingresar de manera inmediata al correo electrónico de la empresa y a su vez al correo electrónico personal. Las funciones de estos aparatos se han ido desarrollando cada vez más, ya que se han presentado ante la sociedad como una de las herramientas tecnológicas más eficaces y accesibles ya que permite visualizar y editar documentos que son útiles para la productividad y el desarrollo de las actividades en el trabajo. Para los empleados que viajan constantemente es de beneficio ya que estos aparatos tienen funciones como traducir algún idioma, conversiones de monedas o descargar documentos para alguna tarea laboral (Macano, 2012). Sin embargo, con base en los resultados obtenidos en esta investigación se puede notar que los trabajadores aceptan las políticas del no uso de la tecnología debido a que muchas personas utilizan la tecnología para actividades personales estando en su horario laboral. Lo que afecta en gran medida la productividad en el trabajo, ya que incluso pueden interferir

negativamente en las actividades que realizan sus compañeros de trabajo. Lo que significa que la presente investigación no presenta relación alguna con el estudio de Macano ya que los sujetos no concuerdan en lo favorable o desfavorable que puede ser el uso de la tecnología en el trabajo.

Debido al abuso que existe ante el uso de los teléfonos celulares dentro de las empresas, Vázquez (2009) menciona que para toda empresa es indispensable la existencia de una política por escrito que muestre los derechos, las obligaciones y las normas en relación al uso del teléfono celular, esto con el objetivo de asegurar igualdad y justicia ante posibles sanciones que enfrenten las personas que no cumplan con las reglas establecidas, además es importante mencionar que las políticas escritas y redactadas de una forma clara y precisa, evita que se generen conflictos laborales entre patronos y trabajadores. Lo anterior admite determinar que las políticas para evitar el mal uso de la tecnología permiten sancionar de forma justa todas aquellas acciones que efectúen o realicen las personas contradiciendo lo establecido por la empresa a través de dichas normas. Es por esta razón que el grupo de estudio de la presente investigación ha aceptado favorablemente las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa, ya que se han concientizado en el beneficio mutuo (empresa-colaborador) que trae consigo dichas políticas.

Luego de comparar los estudios mencionados con anterioridad, se pudo identificar similitudes y diferencias en los resultados de las investigaciones. No obstante, se puede establecer que la actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa es favorable.

VI. CONCLUSIONES

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el presente estudio se pudo identificar que la actitud que los trabajadores han tomado hacia las políticas del no uso de la tecnología en la empresa, ha sido favorable.
- Se estableció que desde la percepción de los trabajadores las políticas del uso de la tecnología en la empresa son un apoyo para contar con un adecuado ambiente laboral.
- De acuerdo a las respuestas de los trabajadores y a los datos obtenidos, poseen un grado de aceptación a las políticas del no uso de la tecnología en la empresa.
- Se determinó que aunque los trabajadores aceptan las políticas del no uso de la tecnología, tienen una necesidad media de comunicarse por medio de la misma en su ambiente laboral.
- Se identificó que la utilidad de la política del no uso de la tecnología en el puesto de trabajo para el grupo de personas encuestadas no constituye un factor negativo que intervengan desfavorablemente en el desarrollo de sus actividades diarias.
- Se estableció que el no utilizar la tecnología en la empresa como parte de una política interna, no influye en las relaciones interpersonales laborales de los sujetos utilizados en la presente investigación.

VII. RECOMENDACIONES

A la empresa en la cual se realizó la investigación:

- Tomar en cuenta la percepción positiva de los colaboradores ante la política del no uso de la tecnología para difundir la educación del buen uso de la misma a través de múltiples capacitaciones que permitan concientizar a las personas ante la importancia de utilizar la tecnología única y exclusivamente para el desarrollo de actividades laborales.
- Informar a los colaboradores de recién ingreso cuando reciben la inducción, sobre la existencia de las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa durante las horas de trabajo. Asimismo indicarle cuales son las medidas internas ante el incumplimiento de las normas establecidas.

A los colaboradores:

- Mantener un equilibrio ante el uso de la tecnología ya que en la actualidad la utilización de la misma es indispensable. Esto se logrará a través del interés, el compromiso y la fidelidad que presente cada colaborador ante la empresa.

A otros investigadores:

- Realizar estudios con un mayor número de personas y en empresas con un giro distinto del negocio para determinar si dichos factores influye en la percepción que tienen los colaboradores ante las políticas del no uso de la tecnología en la empresa durante las horas de trabajo.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aced, C. (2010). *Redes sociales en una semana* (1 ed.). España: Centro Libros PAPF, S.L.U.

Recuperado de

http://books.google.es/books?id=_9G1C3UgVWcC&printsec=frontcover&dq=redes+sociales&hl=es&sa=X&ei=h8UxU8y4J4qEkQenPIHYAw&sqi=2&ved=0CF8Q6AEwBQ#v=onepage&q=redes%20sociales&f=false

Aiken, L. (2003). *Test psicológicos y evaluación* (11ma. Ed.). México: Pearson Educación.

Recuperado de

<http://books.google.com.gt/books?id=2LvyL8JEDmQC&pg=PA294&dq=actitud&hl=es&sa=X&ei=BLdWU6-xL6mvsASO5YHYAQ&ved=0CCoQ6AEwADgU#v=onepage&q=actitud&f=false>

Álvarez, R. (2012). *Linkedin: saque el máximo provecho a la red social profesional con más seguidores del mundo*. España: Profit Editorial. Recuperado de

http://books.google.com.gt/books?id=5XreRds9hxcC&printsec=copyright&hl=es&source=gbs_pub_info_r#v=onepage&q&f=false

Araujo, J. y Brunet, I. (2012). *Compromiso y competitividad en las organizaciones*. Tarragona:

Publicaciones URV. Recuperado de

<http://books.google.com.gt/books?id=34GgAgAAQBAJ&pg=PA31&dq=politicas+empresariales&hl=es&sa=X&ei=zqtWU8HqBsPgsAS7i4LQCQ&ved=0CCoQ6AEwADgK#v=onepage&q=politicas%20empresariales&f=false>

Área tecnología (s.f.). *Qué es un Smartphone*. Recuperado de

<http://www.areatecnologia.com/Que-es-un-smartphone.htm>

- Arrarte, G. (2011). *Las tecnologías de la información en la enseñanza del español*. España: Editorial ARCO/LIBROS, S.L. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=v9oItUO5IGMC&pg=PA35&dq=telefonos+inteligentes+o+smartphones&hl=es&sa=X&ei=hS9nUbDCN4zm8gSLvIHAAQ&ved=0CEAQ6AEwBA#v=onepage&q=telefonos%20inteligentes%20o%20smartphones&f=false>
- Barguelli, M. (2013). *Influencia de la red social Facebook en las relaciones interpersonales en jóvenes de 13 a 18 años*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/2013/05/42/Bargelli-Mariana.pdf>
- Barra, C. (2011). *Las redes más populares 2010 - 2011*. [Mensaje de blog] Recuperado de <http://tecnoark.com/las-redes-sociales-mas-populares-2010-2011/3174/>
- Blake, I. (s.f.). *Maneras de combatir el abuso del teléfono celular en el lugar de trabajo*. Recuperado de <http://pyme.lavoztx.com/maneras-de-combatir-el-abuso-del-telfono-celular-en-el-lugar-de-trabajo-9023.html>
- Bravo, A. (2008). *Redes sociales: una nueva forma de relacionarte*. Recuperado de <http://www.mujerhoy.com/Especiales/Redes,sociales,nueva,forma,62107,09,2008.html>
- Cegarra, J. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnología*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=8SA8KZyurk4C&pg=PA19&dq=tecnologia%2Bdefinicion&hl=es-419&sa=X&ei=KJEPu57mF5CukAfhvoHIBw&ved=0CDcQ6AEwAg#v=onepage&q=tecnologia%2Bdefinicion&f=false>

- Cegarra, J. (2012). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=0UccK9bD5gsC&printsec=frontcover&dq=tecnologia&hl=es&sa=X&ei=1LIWU82GCMWg8gH34IGABA&sqi=2&ved=0CDYQ6AEwAA#v=onepage&q=tecnologia&f=false>
- Correa, D. (2011). *Reportaje escrito: Facebook y los jóvenes, ¿moda o necesidad?*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Recuperada de <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/05/01/Correa-Dany/Correa-Dany.pdf>
- Cristi, S. (2013). *¿Cómo afecta al trabajo la moda del texteo?* Recuperado de <http://www.guioteca.com/e-business/como-afecta-al-trabajo-la-moda-del-texteo/>
- Curbelo, A. (s.f.). *Políticas de uso redes sociales en el área laboral*. Recuperado de <http://sas-origin.onstreammedia.com/origin/isaca/LatinCACS/cacs-lat/forSystemUse/papers/I212.pdf>
- Démaret, L. (2012). *Outlook 2010: Administrar eficazmente el correo electrónico*. España: Ediciones ENI. Recuperado de http://books.google.com.gt/books?id=DLCqnbDithMC&pg=PT15&dq=correo+electronico&hl=es&sa=X&ei=fy5ZU6O_NYuhsQTwlICABA&ved=0CGoQ6AEwCQ#v=onepage&q=correo%20electronico&f=false
- El-Sahili, L. (2014). *Psicología de Facebook: vislumbrando los fenómenos psíquicos, complejidad y alcance de la red social más grande del mundo*. México: Universidad de Guanajuato. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=zgLSAgAAQBAJ&pg=PA158&dq=que+es+faceb>

ook&hl=es&sa=X&ei=OBxZU_bQCvOzsATGrIGACw&ved=0CFEQ6AEwBg#v=onepage&q=que%20es%20facebook&f=false

Escudero, F. (s.f.). *Por qué es aceptable usar Facebook en el trabajo*. Recuperado de <http://redessociales.about.com/od/FacebookProfesionalesEmpresas/a/Por-Que-Es-Aceptable-Usar-Facebook-En-El-Trabajo.htm>

Fernández, B. (2010). *Las redes sociales, lo que hacen sus hijos en internet*. España: Editorial Club Universitario. Recuperado de <http://books.google.es/books?id=2hqYuk5sLu4C&printsec=frontcover&dq=redes+sociales&source=bl&ots=eCUvqnJEg5&sig=rFBNEhAsz5X5Ht1fNEKBSDrhyYs&hl=es&sa=X&ei=tDuEULa-EpLu8ASa2YGYBw&ved=0CDMQ6AEwAA#v=onepage&q=redes%20sociales&f=false>

Fernández, P. (2012). *Cómo usar Facebook en el trabajo y conservar el empleo*. [Mensaje de blog] Recuperado de <http://www.pabloburgueno.com/2012/02/como-usar-facebook-en-el-trabajo-y-conservar-el-empleo/>

Finkel, M. (2012). *Análisis de la transculturación que producen las redes sociales en la juventud universitaria y su impacto en la era de la identidad planetaria*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/01/Finkel-Michael.pdf>

Forrester Consulting (2012). *La creciente importancia de la movilidad en el puesto de trabajo*. Recuperado de http://38.66.66.22/CiscoCollabBreakawayPlus/pages/es_cbplus_forrester_wp.pdf

Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson Educación. Recuperado de http://books.google.com.gt/books?id=kpj-H4TukDQC&pg=PA240&dq=politic+corporativas+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ei=z7BWU_XDFumxsQSmwYDwCA&ved=0CDsQ6AEwAw#v=onepage&q=politic+corporativas%20de%20una%20empresa&f=false

Fundació factor humà. (2011). *Prohibido prohibir las redes sociales*. Recuperado de http://www.factorhumana.org/index.php?option=com_content&view=article&id=9124%3Aprohibido-prohibir-las-redes-sociales&catid=4%3Anoticias&Itemid=11&lang=es

Gálvez, N. (2012). *Uso del celular y sus efectos en el rendimiento académico de los y las alumnas del colegio Mostesquieu*. (Tesis de licenciatura). Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1035.pdf

García, A., Cruz, M. y García, B. (2013). Hábitos de uso en internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 41, 21-2013. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=41-2013-19>

Gómez, C. (s.f.). *¿Es legal que mi jefe me prohíba llevar mi teléfono celular al trabajo?*. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/legal-jefe-prohiba-llevar-telefono-celular-trabajo-info_453057/

Gómez, M., Roses, S. y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar*, 1-3. DOI: 10.3916/C38-2011-03-04

- Guembe, J. (2011). *Twitter para Dummies*. España: CEAC. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=uFUm0-mdnwwC&pg=PR13&dq=que+es+twitter&hl=es&sa=X&ei=xCNZU5byN5WzsQS05oDYDw&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=que%20es%20twitter&f=false>
- Hernández, R. Fernández, C. y Batista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (10 ed.). México: McGraw-Hill.
- Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. y Zavala, D. (2010). *La Adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales*. Psicología Iberoamericana. Universidad Iberoamericana, A.C. Ciudad de México. Recuperado de <http://www.uia.mx/web/files/publicaciones/ripsic/ripsic18-1.pdf>
- Hogg, M. y Vaughan, G. (2010). *Psicología Social* (5 ed.). España: Editorial Médica Panamericana.
- Ibáñez, T., Botella, M., Domènech, M., Feliu, J., Martínez, L., Pallí, C., Pujal, M. y Tirado, F. (2004) *Introducción a la psicología social* (1 ed.). España: Eureka Media, SL. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=-n33QfqZa9YC&pg=PA188&dq=actitud+psicologia&hl=es-419&sa=X&ei=pCBHU5uSJsTp0QHlv4DQCA&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=actitud%20psicologia&f=false>
- Jungar, J. (2000). *Todo sobre internet*. España: Marcombo S, A. Recuperado de http://books.google.com.gt/books?id=IvFV0zoRWA8C&pg=PA153&dq=correo+electronico&hl=es&sa=X&ei=fy5ZU6O_NYuhsQTwiICABA&ved=0CGAQ6AEwBw#v=onepage&q=correo%20electronico&f=false

- Kaplan, B. (2001). *Educación tecnológica*. México: Ediciones novedades educativas.
Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=NtL07wVloWkC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Llavina, X. (2011). *Facebook: mejore sus relaciones conociendo la red social que conecta al mundo*. España: Recuperado de http://books.google.com.gt/books?id=ZUYc-ffp4DgC&printsec=frontcover&dq=que+es+facebook&hl=es&sa=X&ei=OBxZU_bQCvOzsATGrIGACw&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=que%20es%20facebook&f=false
- Lorenzo, C., Gómez, M. y Alarcón, M. (2011). *Redes sociales virtuales, ¿de qué depende su uso en España?* Marketing. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v21n41/21n41a11.pdf>
- Macano, H. (2012). *Smartphone y tablets*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/humbertomacano180/trabajo-final-sobre-smartphone>
- Martínez, L. (2014). *Las redes sociales nos hacen menos inteligentes*. Recuperado de: <http://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/las-redes-sociales-nos-hacen-menos-inteligentes-371392389123>
- MEDIAactive (2012). *Aprender las mejores aplicaciones para Android con 100 ejercicios prácticos*. Barcelona: Marcombo, S, A. Recuperado de http://books.google.com.gt/books?id=of4K_1LzZAQC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

- Minchinton, J. (2008). *¡Mejora esa actitud!* Barcelona: Editorial Sirio S, A. Recuperado de http://books.google.com.gt/books?id=c_H-jmgjGm8C&printsec=frontcover&dq=actitud&hl=es&sa=X&ei=MrZWU7mPFek1sATbg4GwAw&ved=0CDEQ6AEwAQ#v=onepage&q=actitud&f=false
- Morales, F. y Trianes, M. (2013). *Aprendizaje interactivo mediante el uso de TIC en estudiantes del máster de educación secundaria*. Recuperado de http://www.uma.es/ieducat/new_ieducat/IV_Jornadas_Comunicaciones/3_07.pdf
- Nacional financiera. (s.f.). *La pequeña empresa y la tecnología*. Recuperado de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3527/La-peque%C3%B1a-empresa-y-la-tecnolog%C3%ADa>
- Noriega, E. (2002). *Actitud que provoca en personal administrativo la implementación de nueva tecnología, sistemas de información y comunicación en los ingenios azucareros*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio4.url.edu.gt/Tesis/V20/2002/05/43/Noriega-Ernesto.pdf>
- Olvera, E. (2011). *Uso de las redes sociales en las empresas – México*. Recuperado de <http://socialrecruitment.com.mx/uso-de-redes-sociales-en-las-empresas-mexico/>
- Ordozgoiti, R., Rodríguez, D., Olmos, A. y Miranda, J. (2010). *Publicidad on line: las claves del éxito en internet*. España: ESIC Editorial. Recuperado de http://books.google.com.gt/books?id=t4e912pfHjMC&pg=PA139&dq=redes+sociales+profesionales+linkedin&hl=es&sa=X&ei=ui1ZU_OILqzisATB8YGQAw&ved=0CF4Q6AEwCTge#v=onepage&q=redes%20sociales%20profesionales%20linkedin&f=false

Orellana, P. (2014). WhatsApp y sus 500 millones de usuarios. *Prensa Libre*, 20,941, 58.

Prato, L. (2010). *Utilización de la WEB 2.0 para aplicaciones educativas de la U.N.V.M.* (1 ed.)

Villa María: Eduvim. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=iqdulye2vWEC&pg=PA27&dq=no+usar+redes+sociales+en+el+trabajo&hl=es-419&sa=X&ei=RFNNU7GcCYXB0AGr7YHIAQ&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=no%20usar%20redes%20sociales%20en%20el%20trabajo&f=false>

Prensa Libre. (2010). *El 46% de las empresas conquista clientes en las redes sociales.*

Recuperado de http://www.prensalibre.com/noticias/empresas-redes_sociales-clientes_0_298770278.html

Quijada, B. (2013). *Desconectados de un mundo adictivo.* Recuperado de

http://www.prensalibre.com/tecnologia/DESCONECTADOSDE-MUNDO-ADICTIVO_0_946705395.html

Ramírez, R. (2008). *El teléfono móvil y la vida cotidiana, análisis del caso de las personas mayores en la ciudad de Barcelona.* (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de

Barcelona. Bellaterra. Recuperado de <file:///D:/Archivos%20Guardados/Documents/LUIS%20PABLO/NOVENO%20ciclo/TE SIS%20I/documentos%20para%20tesis/rrp1de1.pdf>

Rodríguez, E. (2010). *Las políticas corporativas sobre redes sociales.* [Mensaje de blog]

Recuperado de <http://www.internetadvantage.es/blog/marketing-social/las-politicas-corporativas-sobre-redes-sociales/>

- Ruiz, P. (2006). *Barreras que causa el uso inadecuado del teléfono celular en las relaciones interpersonales*. (Tesis de licenciatura). Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0466.pdf
- Salanova, M., Grau, R. y Peiró, J. (2001). *Nuevas tecnologías y formación continua en la empresa un estudio psicosocial*. España: Universitar Jaume I. Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=DQsQurzdaSUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Salgado, J. y Ávila, R. (2009). *Aplicación de las redes sociales en la gestión de los recursos humanos*. Universidad de Concepción Chile. Recuperado de <http://www.udec.cl/exalumnos/node/1727>
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación* (3ª .ed.). (Versión electrónica). Recuperado de <http://books.google.com.gt/books?id=3uIW0vVD63wC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Santo, C. (2014). *¿Existen riesgos ante el uso de las redes sociales en el trabajo?* Recuperado de <http://www.puromarketing.com/16/19152/existen-riesgos-ante-redes-sociales-trabajo.html#>
- Smith, E. (s.f.). *Maneras de combatir el abuso de teléfonos celulares en el trabajo*. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/maneras-combatir-abuso-del-telefonos-celulares-info_540854/

- UNIMER Centroamérica. (2010). *Estudio de Redes Sociales Guatemala 2010*. Slideshare. Recuperado de <http://www.slideshare.net/UnimerCA/estudio-de-redes-sociales-guatemala-2010-6840408>
- Universia Honduras (2012). *Descubre las ventajas y desventajas del uso de las redes sociales*. Recuperado de <http://noticias.universia.hn/en-portada/noticia/2012/08/21/960187/descubre-ventajas-desventajas-uso-redes-sociales.html>
- Vides, M. (2011). *Relaciones interpersonales de jóvenes que utilizan las redes sociales*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/05/42/Vides-Maria/Vides-Maria.pdf>
- Villalobos, S. (2014). *Uso de redes sociales podría provocarle el despido*. Recuperado de http://www.prensalibre.cr/la_economia/97560-usoderedessociales.html
- Vázquez, S. (2009). *El uso de celulares en ámbitos de trabajo*. Recuperado de http://www.centralamericadata.com/es/article/home/El_uso_de_celulares_en_ambitos_de_trabajo
- Whatsapperos. (2014). *¿Pueden despedirme por WhatsApp?* Recuperado de <http://whatsapperos.com/2014/01/20/pueden-despedirme-por-whatsapp/>

Anexos

Ficha técnica para evaluación de Actitud ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa

Nombre	Escala de evaluación de actitud ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa								
Autor	Luis Pablo Santos Santos								
Objetivo	Evaluar la actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar las redes sociales en la empresa								
¿Qué mide?	Este cuestionario se divide en 15 ítems y mide la actitud de los trabajadores a través de los siguientes indicadores Apoyo o dificultad Utilidad Aceptación Comunicación Relaciones Interpersonales								
Tiempo de resolución	Sin límite de tiempo, aproximadamente 10 minutos.								
Forma de aplicación	Auto aplicación.								
Forma de calificación	<p>Se suma cada columna según las respuestas de los sujetos utilizando una escala que se clasifica de la siguiente manera: Totalmente de acuerdo: 4 De acuerdo: 3 En desacuerdo: 2 Totalmente en desacuerdo: 1 Donde la puntuación máxima es de 60 y la mínima de 15 puntos. Por lo tanto, el puntaje final se clasifica según los siguientes rangos: 46 – 60 puntos. Actitud desfavorable ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa 31 – 45 puntos. Actitud media ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa 15 – 30 actitud: Actitud favorable ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa Para cada indicador se toma en cuenta la siguiente calificación</p> <p align="center">Comunicación:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Punteo</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td align="center">9-12</td> <td>Necesidad alta en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral.</td> </tr> <tr> <td align="center">8-5</td> <td>Necesidad media en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral</td> </tr> <tr> <td align="center">3-4</td> <td>Necesidad baja en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral</td> </tr> </tbody> </table>	Punteo	Descripción	9-12	Necesidad alta en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral.	8-5	Necesidad media en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral	3-4	Necesidad baja en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral
Punteo	Descripción								
9-12	Necesidad alta en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral.								
8-5	Necesidad media en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral								
3-4	Necesidad baja en comunicarse por medio de la tecnología en su ambiente laboral								

	Aceptación:	
	Punteo	Descripción
	8-12	Rechazo a las políticas del no uso de la tecnología en la empresa.
	3-7	Aceptación a las políticas del no uso de la tecnología en la empresa.
	Utilidad:	
	Punteo	Descripción
	8-12	Sí constituye un factor negativo que intervengan desfavorablemente en el desarrollo de sus actividades diarias.
	3-7	No constituye un factor negativo que intervengan desfavorablemente en el desarrollo de sus actividades diarias.
	Relaciones interpersonales:	
	Punteo	Descripción
	8-12	Consideran que sí influye en las relaciones interpersonales el no utilizar la tecnología en la empresa.
	3-7	Consideran que no influye en las relaciones interpersonales el no utilizar la tecnología en la empresa.
	Apoyo:	
	Punteo	Descripción
	8-12	Consideran que son una dificultad en el ambiente laboral.
3-7	Consideran que son un apoyo en el ambiente laboral.	
Reactivos	15 ítems.	
Puntaje Máximo y puntaje mínimo	Puntaje máximo: 60 puntos. Puntaje mínimo: 15 puntos.	
Juicio de expertos	Lic. Manuel Arias Licda. Beatriz Peña Licda. Karla Roldán de Rojas	

Escala de evaluación de actitud ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa

Mi nombre es Luis Pablo Santos soy estudiante de Psicología Industrial/Organizacional de la Universidad Rafael Landívar. Actualmente estoy realizando la investigación de campo para la elaboración de mi tesis acerca de la “actitud de los trabajadores ante las políticas de no utilizar la tecnología en la empresa”, por lo que agradezco su colaboración respondiendo el siguiente cuestionario:

Puesto: Receptor Pagador: Secretaria/Atención al cliente:

Edad: _____ Sexo: M F Estado civil: _____

Años de laborar en la empresa: _____ Grado académico: _____

Instrucciones: Marque con una “X” la respuesta que mejor refleje su forma de pensar

No.		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Comunicación					
1	Tengo mayor comunicación con mis compañeros de trabajo desde que ya no uso celular en el horario laboral	1	2	3	4
2	Las restricciones de ingresar a las redes sociales en mi horario laboral me impiden comunicarme con mis familiares y amigos.	4	3	2	1
3	Me ayudaría en mis actividades laborales que pudiera comunicar lo que necesito en las redes sociales.	1	2	3	4
Aceptación					
4	Tengo una actitud negativa al prohibirme el ingreso a la tecnología en la empresa	4	3	2	1
5	Considero que es correcto que prohíban el uso del celular y redes sociales durante el horario de trabajo.	1	2	3	4
6	Desarrollo eficazmente mis tareas laborales al impedirme ingresar a las redes sociales en mi horario de trabajo.	1	2	3	4
Utilidad					
7	Mi productividad en el trabajo ha disminuido por la falta de ingresar a las redes sociales	4	3	2	1
8	Creo que sería más productivo en mi trabajo si me permitieran usar el celular	4	3	2	1
9	Considero que el uso del celular en el trabajo provoca hábitos <u>favorables</u> en mis tareas laborales	4	3	2	1
Relaciones interpersonales					
10	Mi relación familiar ha disminuido por no poder utilizar celular y redes sociales en mi horario laboral.	4	3	2	1

11	Mis relaciones interpersonales se ven afectadas por impedirme ingresar a las redes sociales en mi horario laboral.	4	3	2	1
12	Tengo un comportamiento de aislamiento en mi trabajo al prohibirme utilizar mi celular en mi lugar de trabajo.	4	3	2	1
Apoyo o dificultad					
13	Cometo errores en mis tareas laborales por no poder ingresar a las redes sociales	4	3	2	1
14	Me hace la vida laboral más difícil el que me prohíban ver mis mensajes en el celular dentro de la empresa	4	3	2	1
15	En mi horario laboral pienso mucho en lo que necesito comunicar en las redes sociales.	4	3	2	1