

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA - CIEPs-
“MAYRA GUTIÉRREZ”**

**“REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE
COLABORADORES DE RECURSOS HUMANOS”**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO AL HONORABLE
CONSEJO DIRECTIVO
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS**

POR

VIOLETA CRIZTINA ESTRADA HERNÁNDEZ

**PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE
PSICÓLOGA**

**EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA**

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2017

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large circular emblem in the background. It features a central shield with a figure on horseback, surrounded by various heraldic symbols like castles, lions, and columns. The Latin motto "CETERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter.

CONSEJO DIRECTIVO
Escuela de Ciencias Psicológicas
Universidad de San Carlos de Guatemala

M.A. Mynor Estuardo Lemus Urbina
DIRECTOR

Licenciada Julia Alicia Ramírez Orizábal
SECRETARIA

Licenciada Karla Amparo Carrera Vela
Licenciada Claudia Juditt Flores Quintana
REPRESENTANTES DE LOS PROFESORES

Pablo Josue Mora Tello
Mario Estuardo Sitaví Semeyá
REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Licenciada Lidey Magaly Portillo Portillo
REPRESENTANTE DE EGRESADOS

C.c. Control Académico
CIEPs.
UG
Archivo
Reg.055-2016
CODIPs. 1611-2017

De Orden de Impresión Informe Final de Investigación

28 de julio de 2017

Estudiante
Violeta Criztina Estrada Hernández
Escuela de Ciencias Psicológicas
Edificio

Estudiante:

Para su conocimiento y efectos consiguientes, transcribo a usted el Punto TERCERO (3º) del Acta CUARENTA Y SEIS GUIÓN DOS MIL DIECISIETE (46-2017), de la sesión celebrada por el Consejo Directivo el 28 de julio de 2017, que copiado literalmente dice:

“**TERCERO:** El Consejo Directivo conoció el expediente que contiene el Informe Final de Investigación, titulado: “**REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE COLABORADORES DE RECURSOS HUMANOS**”, de la carrera de Licenciatura en Psicología , realizado por:

Violeta Criztina Estrada Hernández

CARNÉ: 2011-15266
CUI: 2222-58098-0101

El presente trabajo fue asesorado durante su desarrollo por el Licenciado Jorge Eduardo Castellanos Guzmán y revisado por la Licenciada Iris Janeth Nolasco. Con base en lo anterior, el Consejo Directivo **AUTORIZA LA IMPRESIÓN** del Informe Final para los trámites correspondientes de graduación, los que deberán estar de acuerdo con el Instructivo para Elaboración de Investigación de Tesis, con fines de graduación profesional.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Licenciada Julia Alicia Ramírez Orizabal
SECRETARIA

/Gaby

UG-243-2017
Guatemala, 19 de julio de 2017

Señores
Miembros del Consejo Directivo
Escuela de Ciencias Psicológicas

Señores Miembros:



Deseándoles éxito al frente de sus labores, por este medio me permito informarles que de acuerdo al Punto Trigésimo cuarto (34°) de Acta No.: 11-2016 de sesión ordinaria, celebrada por el Consejo Directivo de esta Unidad Académica el 19 de febrero de 2016, la estudiante **VIOLETA CRIZTINA ESTRADA HERNÁNDEZ**, carné No. **2222580980101**, Registro Académico No. **2011-15266**, Expediente de Graduación No. **L-10-2017-I**, ha completado los siguientes Créditos Académicos de Graduación, para la carrera de Licenciatura en Psicología:

- 10 créditos académicos del Área de Desarrollo Profesional
- 10 créditos académicos por Trabajo de Graduación
- 15 créditos académicos por haber aprobado Examen Técnico Profesional Privado

Por lo antes expuesto, con base al Artículo 53 del **Normativo General de Graduación**, solicito sea extendida la **ORDEN DE IMPRESIÓN** del Informe Final de Investigación **“REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE COLABORADORES DE RECURSOS HUMANOS”**, mismo que fue aprobado por la coordinación del Centro de Investigaciones en Psicología – CIEPs – “Mayra Gutiérrez” el 25 de mayo de dos mil diecisiete.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Mayra Luna de Alvarez
Coordinación
Unidad de Graduación



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
COORDINACIÓN
UNIDAD DE GRADUACIÓN

C.C. Archivo
Luisa F.

Documentos adjuntos, según anexo.

CIEPs. 027-2017
REG: 055-2016

INFORME FINAL

Guatemala, 31 de mayo de 2017

Señores
Consejo Directivo
Escuela de Ciencias Psicológicas
Centro Universitario Metropolitano

Me dirijo a ustedes para informarles que la licenciada **Iris Janeth Nolasco** ha procedido a la revisión y aprobación del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN** titulado:

“REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE COLABORADORES DE RECURSOS HUMANOS”.

ESTUDIANTES:
Ana Gricelda Haydeé Alarcón Vivar
Violeta Criztina Estrada Hernández

CARNE No.
2010-10617
2011-15266

CARRERA: Licenciatura en Psicología

El cual fue aprobado el 25 de mayo del año en curso por el Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs. Se recibieron documentos originales completos el 31 de mayo del 2017, por lo que se solicita continuar con los trámites correspondientes.

“ID Y ENSEÑADA A TODOS”



Licenciado Rafael Estuardo Espinoza Méndez
Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs.
“Mayra Gutiérrez”



Centro Universitario Metropolitano –CUM- Edificio “A”
9ª. Avenida 9-45, zona 11 Guatemala, C.A. Teléfono: 24187530



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS**



**CIEPs. 027-2017
REG. 055-2016**

Guatemala, 31 de mayo de 2017

**Licenciado Rafael Estuardo Espinoza Méndez
Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs
Escuela de Ciencias Psicológicas**

De manera atenta me dirijo a usted para informarle que he procedido a la revisión del INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, titulado:

“REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE COLABORADORES DE RECURSOS HUMANOS”.

**ESTUDIANTES:
Ana Gricelda Haydeé Alarcón Vivar
Violeta Criztina Estrada Hernández**

**CARNÉ No.
2010-10617
2011-15266**

CARRERA: Licenciatura en Psicología

Por considerar que el trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, emito **DICTAMEN FAVORABLE** el 25 de mayo de 2017, por lo que se solicita continuar con los trámites respectivos.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


**Licenciada Iris Janeth Nolasco
DOCENTE REVISORA**



**Centro Universitario Metropolitano -CUM- Edificio “A”
9ª. Avenida 9-45, zona 11 Guatemala, C.A. Teléfono: 24187530**

c. archivo

Guatemala, 12 de febrero de 2017

Licenciado. Rafael Estuardo Espinoza
Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología
-CIEPs- "Mayra Gutiérrez".


Por este medio me permito informarle que he tenido bajo mi cargo la asesoría de contenido del informe final de investigación titulado "REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE COLABORADORES DE RECURSOS HUMANOS" realizado por las estudiantes VIOLETA CRIZTINA ESTRADA HERNÁNDEZ, CARNÉ 201115266 Y ANA GRICELDA HAYDEE ALARCÓN VIVAR, CARNÉ 201010617.

El trabajo fue realizado a partir del 02 de noviembre de 2016 hasta el 07 de febrero de 2017.

Esta investigación cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, por lo que emito DICTAMEN FAVORABLE y solicito se proceda a la revisión y aprobación correspondiente.

Sin otro particular, me suscribo,

Atentamente,



Licenciado Jorge Eduardo Castellanos Guzmán
Psicólogo
Colegiado No. 01501
Asesor de Contenido

Guatemala, 12 de febrero de 2017

Licenciado Rafael Estuardo Espinoza
Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología
-CIEPs- "Mayra Gutiérrez".

Deseándole éxito al frente de sus labores, por este medio le informo que las estudiantes Violeta Criztina Estrada Hernández, carnet 201115266 y Ana Gricelda Haydee Alarcón Vivar, carnet 201010617 realizaron en esta institución, encuestas y entrevistas a personal y clientes del departamento de recursos humanos como parte del trabajo de investigación titulado: "REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE COLABORADORES DE RECURSOS HUMANOS" en el periodo comprendido del 21 de noviembre de 2016 al 31 de enero del año 2017.

Las estudiantes en mención cumplieron con lo estipulado en su proyecto de investigación, por lo que agradecemos la participación en beneficio de nuestra institución.

Sin otro particular, me suscribo,



Erika Flores
Coordinadora Administrativa, Recursos Humanos
Banco Industrial
Teléfono: 24129494



7a. Avenida 5-10, zona 4,
Centro Financiero
Apartado Postal 744
Guatemala, C.A. 01004

PBX: (502) 2420-3000
Centro Bi: (502) 1717
SWIFT: INDLGTGC
www.bi.com.gt



PADRINOS DE GRADUACIÓN

POR ANA GRICELDA HAYDEE ALARCON VIVAR

FREDY BOLAÑOS
MEDICO Y CIRUJANO
COLEGIADO No. 6668

POR VIOLETA CRIZTINA ESTRADA HERNÁNDEZ

SARA YUNGARY THAYLOR GALINDO
LICENCIADA EN PSICOLOGIA
COLEGIADO No. 7982

NADYA AMPARO LEMUS RODAS
LICENCIADA EN PSICOLOGIA
COLEGIADO No.1926

DEDICATORIA

A:

DIOS, por brindarme una vida plena llena de personas maravillosas y grandes oportunidades.

Mis padres, José Estrada y Violeta Hernández, por su apoyo incondicional y corrección en cada etapa de mi vida.

Las licenciadas Nadia Lemus por ser un ejemplo en mi carrera profesional, Sara Thaylor por ser una mentora y amiga, Nancy Osorio por ser más que una amiga mi confidente, al licenciado Jorge Castellanos por apoyarme en este proyecto.

Erika Flores por ser un ángel y amiga en mi camino personal y profesional.

Todos mis amigos, que estuvieron allí en los momentos buenos y malos de mi vida animándome de una u otra manera con sus ocurrencias, consejos y risas sacando lo mejor de cada situación.

Por Violeta Criztina Estrada Hernández

DEDICATORIA

A:

Dios por brindarme sabiduría, entendimiento y pasión a lo largo de esta meta, ser mi fuerza cada día; Virgencita por siempre guiarme y cuidarme; gracias por haberme permitido llegar a esta punto y brindarme salud para lograr mis objetivos.

Mis padres porque siempre me brindaron su apoyo incondicional. Mamá, gracias por ser mi inspiración, por siempre estar pendiente de mí, luchar cada día para darme lo mejor y sobre todo amarme como lo haces; Papá, gracias por ser un luchador y esforzarte día a día. Esto sin ustedes no lo hubiera logrado. Los amo.

Mi hermano, para que siga luchando por cumplir sus sueños y metas, ser un hombre para mi excepcional.

Mi familia, Tia Core, Maina, Sergio, Guillermito, Juanpi y Doña Lucy gracias por siempre apoyarme, animarme y ser parte de mi inspiración para lograr esta meta, los amo. Sin su apoyo incondicional esto no sería hoy una meta cumplida.

Todos mis amigos, gracias por siempre estar pendiente y animarme en momentos difíciles, ser ejemplo de lucha constante y paciencia. A todas las personas que me acompañaron en este camino y que fueron y serán parte de mi vida siempre, gracias. Gracias Violeta Estrada por ser una amiga paciente y luchar juntas para cumplir uno de nuestros grandes sueños.

Un hombre excepcional, Dr. Fredy Bolaños, gracias por ser un hombre trabajador, luchador, ejemplo de perseverancia diaria, gracias por convertirse en un angelito en mi vida, en la de mi familia y ser ese gran apoyo para continuar con mis sueños. Infinitas gracias.

Por: Ana Gricelda Haydeé Alarcón Vivar

AGRADECIMIENTOS

A:

El licenciado Jorge Castellanos y Sara Thaylor por su apoyo y esfuerzo incondicional en el transcurso de la investigación.

La escuela de Psicología por prepararnos durante este tiempo para poder ayudar a nuevos profesionales y población guatemalteca.

El personal de recursos humanos de Banco Industrial quienes nos apoyaron en todo momento en este proyecto.

ÍNDICE

| | Pág. |
|--|------|
| Resumen | |
| Prólogo | |
| CAPÍTULO I | |
| 1.1. Planteamiento del problema | 4 |
| 1.2. Objetivos de la investigación | 7 |
| 1.3. Marco teórico | |
| 1.3.1. Antecedentes | 8 |
| 1.3.2. Comunicación | 9 |
| 1.3.2.1. La comunicación humana | 9 |
| 1.3.2.2. Lenguaje | 9 |
| 1.3.3. El proceso de la comunicación | 10 |
| 1.3.4. Funciones de la comunicación lingüística | 11 |
| 1.3.5. Comunicación y cultura | 12 |
| 1.3.6. Inicio de la era electrónica | 13 |
| 1.3.6.1. Los teléfonos móviles o celulares | 13 |
| 1.3.6.2. Internet | 14 |
| 1.3.6.3. Las redes sociales online | 15 |
| 1.3.6.4. Tipos de usuarios | 18 |
| 1.3.7. Desempeño laboral | 20 |
| 1.3.7.1. Evaluación del desempeño | 22 |
| 1.3.7.2. Métodos tradicionales de evaluación del desempeño | 25 |
| 1.3.7.3. Métodos modernos de evaluación del desempeño | 26 |
| 1.3.7.4. Indicadores del desempeño | 27 |
| 1.3.7.5. Productividad | 28 |
| 1.3.8. Impacto de las redes sociales en el ámbito laboral | 30 |

CAPÍTULO II

Técnicas e instrumentos

| | |
|---|----|
| 2.1. Enfoque y modelo de investigación | 32 |
| 2.2. Técnicas | 33 |
| 2.2.1. Técnicas de muestreo | 33 |
| 2.2.2. Técnicas de recolección de datos | 33 |
| 2.2.3. Técnicas de análisis de datos | 34 |
| 2.3. Instrumentos | 34 |
| 2.4. Operativización de objetivos | 36 |

CAPÍTULO III

Presentación, análisis e interpretación de los resultados

| | |
|--|----|
| 3.1. Características del lugar y de la muestra | 37 |
| 3.1.1. Características del lugar | 37 |
| 3.1.2. Características de la muestra | 37 |
| 3.1.3. Análisis e interpretación de resultados | 37 |
| 3.2. Presentación cuantitativa de los datos | 38 |
| 3.3. Análisis general | 60 |

CAPÍTULO IV

Conclusiones y recomendaciones

| | |
|----------------------|----|
| 4.1. Conclusiones | 62 |
| 4.2. Recomendaciones | 63 |
| Bibliografía | 64 |
| Anexos | |

RESUMEN

“Redes sociales y su impacto en el desempeño laboral de colaboradores de recursos humanos”

Investigadoras: Ana Gricelda Haydeé Alarcón Vivar

Violeta Criztina Estrada Hernández

La presente investigación de índole laboral tuvo como propósito determinar el grado y tipo de impacto que tienen los celulares y redes sociales en el área de trabajo y desempeño de los colaboradores. Se llevó a cabo en el departamento de recursos humanos de Corporación Banco Industrial ubicado en la 7ª avenida 11-15 zona 1 en el mes de noviembre del año 2016.

Esta investigación se realizó con una muestra intencional de 52 personas (hombres y mujeres), en rangos de edad de 18 a 55 años. Las técnicas de recolección de datos utilizados fueron: la observación indirecta, encuestas. Los instrumentos: encuestas: diseñadas para recopilar los diferentes puntos de vista sobre el uso de celular en el área de trabajo. La guía de entrevista, con la cual se profundizó en respuestas brindadas en las encuestas. Además se hizo uso del consentimiento informado y la presentación de la política.

Si bien el uso de celular en el lugar de trabajo aún se encuentra en debate en nuestro país las medidas a tomarse dependen del contexto organizacional y pueden estar inmersas dentro del reglamento interno de trabajo. La investigación presenta como principal conclusión que el uso del teléfono celular y redes sociales hoy en día es algo que compete tanto a jóvenes como adultos ya que vivimos en la era de la tecnología sin embargo en el ámbito laboral es importante implementar políticas que regulen su uso.

PRÓLOGO

La comunicación es un fenómeno social que concierne a todo ser vivo, las formas de comunicarse entre los seres humanos son tan variados que va desde textos, diálogos hablados, hasta el lenguaje de gestos en diferentes idiomas; a nivel mundial la manera de comunicarse ha ido cambiando con el pasar del tiempo. Gracias a la globalización se han ido descubriendo nuevas y diferentes formas de poder transmitir un mensaje, en la actualidad contamos con correo electrónico, mensajes de texto o chats, el teléfono celular, sin embargo esto solo fue el inicio de una nueva era en el campo de la comunicación.

En Guatemala se estima que existen más teléfonos celulares que habitantes y esto debido a que ya no es únicamente una herramienta para realizar llamadas y comunicarse con otra persona, sino que ha sido tal el avance en la tecnología, que un teléfono celular de los ahora llamados teléfonos inteligentes, tienen la capacidad de poder tener diversas aplicaciones desde la habitual cámara, hasta poder revisar el correo electrónico, chatear, realizar video llamadas; en los últimos años luego de la aparición de la plataforma virtual Facebook los teléfonos pasaron a ser una mini computadora portátil, lo práctico del uso del celular para poder revisar y utilizar las diferentes redes sociales a través del mismo ha dado una nueva perspectiva a las empresas sobre el uso del teléfono celular en el trabajo.

En el ámbito laboral las opiniones acerca del uso del celular y las redes sociales son variadas, desde las que opinan que esto ayuda al aumento en la motivación de los trabajadores y hay otros que sostienen que el uso de redes sociales como tal, afectan la productividad de la empresa. Si bien el uso de celulares en el lugar de trabajo aún se encuentra en debate en nuestro país, especialistas como la psicóloga Suarez indican que las medidas que pueden ser

tomadas dependen del contexto organizacional y podrían estar inmersas dentro del reglamento interno de trabajo.

La presente investigación permitió determinar el grado y tipo de impacto que tienen los celulares y redes sociales en el área de trabajo y desempeño de colaboradores; también se presentaron las políticas creadas sobre el uso de redes sociales en el área de trabajo, a través de las cuales se logró regular el uso del teléfono celular y redes sociales en horario laboral y medir el impacto que tienen en el desempeño laboral.

El tener un normativo que regule el uso del teléfono celular y especialmente las redes sociales en la corporación, representará un gran beneficio ya que contarán con una herramienta diseñada en base a diferentes perspectivas: colaborador, jefe y cliente, que ayudarán a brindar un servicio de excelencia tanto a clientes internos como externos, de las diferentes áreas de servicio.

Agradecemos el apoyo brindado por el personal de recursos humanos de Corporación Banco Industrial, por permitirnos cumplir los objetivos trazados. Gracias por abrirnos las puertas y formar parte de esta gran experiencia que sin duda contribuirá tanto al desarrollo de los colaboradores y de futuros trabajos de investigación.

CAPÍTULO I

PLATEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación es un fenómeno social que concierne a todo ser vivo, las formas de comunicarse entre los seres humanos son tan variados que va desde textos, diálogos hablados hasta el lenguaje de gestos en diferentes idiomas, a nivel mundial la manera de comunicarse ha ido cambiando con el pasar del tiempo, hace algunos años cuando sucedía algo trascendental en algún país de oriente la noticia llegaba a los países de occidente días o incluso semanas después, dichas noticias se transmitían a través de cartas enviadas por familiares, telégrafo, telegrama y en el caso de personas con mejor posibilidad económica por medio telefónico; sin embargo la globalización ha ido abarcando mayor campo en el mercado de la tecnología, se han ido descubriendo nuevas y diferentes formas de poder transmitir un mensaje, en la actualidad contamos con correo electrónico el cual vino a tomar el lugar del correo postal, los mensajes de texto o chats en vez de telegramas, y el teléfono celular que vino a ocupar el lugar de un teléfono fijo, sin embargo esto solo fue el inicio de una nueva era en el campo de la comunicación.

En Guatemala se estima que existen más teléfonos celulares que habitantes, lo cual es un dato alarmante cuando vemos estos datos con la cantidad de personas que tienen la posibilidad de poder pagar y mantener dicha herramienta, debido a que en la actualidad el teléfono celular, ya no es únicamente una herramienta para realizar llamadas y comunicarse con otra persona, sino que ha sido tal el avance en la tecnología que un teléfono celular de los ahora llamados teléfonos inteligentes, tienen la capacidad de poder tener diversas aplicaciones desde la habitual cámara, hasta poder revisar el correo electrónico, chatear, realizar video llamadas, escanear documentos, realizar

pagos en supermercados entre muchas otras utilidades; en los últimos años luego de la aparición de la plataforma virtual Facebook los teléfonos pasaron a ser una mini computadora portátil, lo práctico del uso del celular para poder revisar y utilizar las diferentes redes sociales a través del mismo ha dado una nueva perspectiva a las empresas sobre el uso del teléfono celular en el trabajo.

En el ámbito laboral las opiniones acerca del uso del celular y las redes sociales son variadas, desde las que opinan que esto ayuda al aumento en la motivación de los trabajadores y hay otros que sostienen que el uso de redes sociales como tal, afectan la productividad de la empresa. *“Según la firma Learnstuff.com se dice que uno de cada diez trabajadores se concentra por más tiempo navegando en Internet que en las labores para la que fue contratado. Indica que los trabajadores interrumpen su actividad laboral cada 10.5 minutos para actualizar sus perfiles sociales, bien sea tuiteando, actualizando su estado en Facebook, o enviando mensaje a sus amigos y amigas.”*¹

Si bien el uso de celulares en el lugar de trabajo aún se encuentra en debate en nuestro país, en países como Colombia ya existe un caso de despido por uso del celular en su trabajo durante la jornada laboral esto según varios expertos se debe a que el abuso del teléfono celular puede llegar a generar pérdidas financieras por menor producción, plazos perdidos y horas extras de trabajo, también dificulta el alcance de metas y productividad en las empresas.

Según Gina Patricia Suárez, Psicóloga especialista en Gestión del Desarrollo Humano y Bienestar Social Empresarial, las medidas que pueden ser tomadas dependen del contexto organizacional y podrían estar inmersas dentro del reglamento interno de trabajo. *“La compañía puede hacer un análisis previo del impacto del uso del celular en el desarrollo de la gestión para así desarrollar*

¹ LA NACIÓN. [En línea] [Citado el: 13 de 06 de 2016.] http://www.nacion.com/opinion/foros/Usos-redes-sociales-trabajo_0_1395860403.html

*políticas coherentes y sensatas frente al tema. Es importante retroalimentar al colaborador del por qué se toman estas medidas, cómo afecta el uso su desempeño y a la organización para que las medidas que se tomen no sean impositivas ni restrictivas, sino procesos de mejora en la gestión organizacional”.*²

La decisión sobre el uso del celular y los ámbitos para poder utilizarlo es lo que se determinó por medio de políticas establecidos de acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación la cual se realizó en el departamento de recursos humanos de Corporación Banco Industrial, departamento que recibe alrededor de 200 personas al día, llegan buscando una oportunidad laboral en dicha corporación, en edades de 18 a 55 años, algunos residentes de la capital y algunos otros provenientes del interior del país.

Se dio respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué impacto tienen el uso de las redes sociales en el desempeño del colaborador?
2. ¿Qué clase de políticas debe implementar la empresa para el uso de redes sociales?
3. ¿Qué efectividad y aceptación tiene la implementación de políticas sobre el uso de redes sociales?

² EMPLEO [En línea] [Citado el: 27 de 08 de 2016.] http://www.eempleo.com/colombia/pulso_laboral/se-debe-usar-el-celular-en-el-trabajo-----/16517269

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

General:

Determinar el grado y tipo de impacto que tienen los celulares y redes sociales en el área de trabajo y desempeño de los colaboradores en edades de 18 a 55 años del departamento de recursos humanos de Corporación Banco Industrial, en los meses de noviembre, diciembre 2016 y enero 2017.

Específicos:

- ✓ Identificar el impacto que tiene el uso de teléfonos celulares y redes sociales en el desempeño del colaborador, a través de encuestas a los colaboradores de recursos humanos, en el mes de noviembre de 2016.
- ✓ Crear y dar a conocer las políticas sobre el uso de redes sociales, a través de comunicados internos del departamento, en el mes de noviembre de 2016.
- ✓ Medir la efectividad de las políticas sobre el uso de redes sociales, a través del número de amonestaciones por falta a la política, en el mes de enero de 2017.

1.3. MARCO TEÓRICO

1.3.1. Antecedentes

Entre las investigaciones en la Escuela de Psicología sobre redes sociales se encontró la investigación presentada en el año 2015, titulada: “El impacto de las redes sociales cibernéticas en el psiquismo de los trabajadores del centro de pagos de la empresa Claro”. Las autoras: Clara Ortiz y Nancy Álvarez analizan el impacto que las redes sociales cibernéticas provocan en la psique de los trabajadores del Centro de Pagos de CLARO, S.A. Los instrumentos utilizados fueron una entrevista semi-estructurada, la cual constaba de 10 ítems que buscaban conocer la frecuencia con que los colaboradores ingresaban a las redes sociales virtuales. También se identificaron las razones por las que lo hacían, cuanto tiempo permanecían conectados y como ese tiempo afectaba al desempeño laboral; adicional a ello incluía preguntas que permitieron al colaborador indicar como consideraban ellos que el uso de redes sociales afectaba temas como el clima laboral y la psique de cada uno de ellos.

Una de las conclusiones que se menciona en dicha investigación es la siguiente: La importancia de las redes sociales cibernéticas para los usuarios radica en determinar la importancia y/o popularidad delante de los demás, así como la aceptación que tienen sus ideas y modus vivendi por sus pares; el valor que otorga el ojo social a ellos como individuos y parte de determinado círculo social.

Dentro de las recomendaciones se puede mencionar: Las publicaciones hechas en redes sociales obedecen únicamente a ideas personales y no a leyes universales, por lo que no se debe permitir que las mismas influyeran o modifiquen el estado de ánimo.

1.3.2. Comunicación

“La comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias. Este intercambio se realiza fundamentalmente a través de símbolos, señas y signos.”³

La ciencia que estudia los signos es la semiótica. Los signos pueden tener diversa naturaleza. Por una parte, aquellos considerados naturales, es decir, los que no han sido creados artificialmente, sino que son una expresión espontánea y forman parte de la naturaleza, como la risa, que normalmente es un signo de alegría. En contraste con los anteriores, existen otros signos artificiales creados o utilizados para que al percibirlos, obligadamente tengan una significación específica, ejemplo: los sonidos de las alarmas, timbres entre otros.

1.3.2.1. La comunicación humana

El hombre es por naturaleza un ser gregario, requiere de la interacción con sus semejantes para su existencia. En este sentido, la comunicación ocupa un lugar privilegiado en la creación y el desarrollo de las sociedades. Para llevar a cabo la comunicación se requiere de lenguajes. En este sentido, lenguaje es todo aquello que nos permite realizar la comunicación.

1.3.2.2. Lenguaje

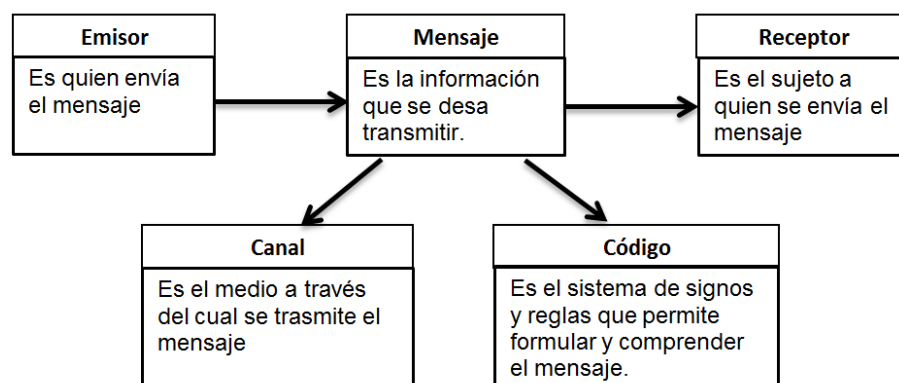
Es la facultad o don humano que permite la creación individual y la comunicación social. Es potencia exclusivamente humana. El hombre no se relaciona de manera inmediata y directa con el mundo o con los demás hombres; solo se relaciona con el mundo a través del lenguaje, que permite la formulación de los

³ LEON MEJÍA, Alma. Estrategia para el desarrollo de la comunicación profesional. México:. Editorial Limusa. 2008. P.11

conceptos que, al referirse tanto a los sujetos como a los objetos, hacen posible el pensamiento y la comunicación; en términos generales, el lenguaje incluye dos funciones: la cognoscitiva, que nos permite razonar, adquirir conocimiento y desarrollarlo, y la comunicativa orientada hacia la transmisión de mensajes de toda índole. Estas dos funciones aparecen en el hombre de manera simultánea.

1.3.3. El proceso de la comunicación

“La comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias. Este intercambio se realiza fundamentalmente a través de símbolos, señales y signos. Existen dos tipos de comunicación: verbal y no verbal. Dentro de la primera se considera a la comunicación oral y escrita; la segunda incluye a la comunicación que se establece mediante el lenguaje corporal y gestual, además de algunas expresiones artísticas como la música, pintura, danza y la comunicación basada en otros códigos auditivos y visuales: sonidos, luces, banderas. Toda comunicación verbal o no verbal, precisa una serie de requisitos o elementos básicos: emisor, mensaje y receptor.”⁴



⁴ Ídem. Pág. 16-17

1.3.4. Funciones de la comunicación lingüística

“En la comunicación lingüística – cuando hablamos -, tanto la participación del emisor como del receptor, así como los matices que adquiere el mensaje, definen un tipo de relación asociada a una función específica del lenguaje, que tiene que ver con la intención o propósito que predomina durante la comunicación. Roman Jakobson definió las siguientes funciones de la comunicación lingüística”⁵:

- **Función referencial o informativa:** mediante esta función se le asigna significado y sentido a los mensajes, con esta función el mensaje cumple su papel de procesar información acerca de la realidad.
- **Función sintomática o emotiva:** se refiere a la relación que el emisor establece con el mensaje, es decir el sello personal que imprime a lo que está diciendo. Es la función que proyecta los estados anímicos del hablante, *ejemplo:* Me gustó esta película.
- **Función apelativa:** está orientada hacia el tipo de relación que pretende establecer el emisor con el receptor a través del mensaje. Esta función predomina en los mensajes cuya principal propósito es convencer o persuadir al receptor, *ejemplo:* ¿Serías tan amable de prestarme los apuntes de la clase pasada?.
- **Función fática:** tiene la finalidad de establecer, mantener o interrumpir la comunicación por parte del emisor, mediante el empleo de expresiones que no aportan información significativa, como sería el caso de los

⁵ Ídem. P.31

“clichés” o frases hechas y las muletillas, *ejemplo: ..este, .. osea..., ajá..., vamos...*

- ***Función metalingüística:*** cuando se tratan temas relacionados con el empleo del código o lengua se realiza la función metalingüística. Esta función implica una reflexión sobre la lengua y la manera como se utiliza, *ejemplo:* El adverbio modifica al *verbo* y al *adjetivo*.
- ***Función poética (artística o estética):*** esta función establece la prioridad en el valor expresivo del lenguaje. Su finalidad es producir un placer estético en el receptor mediante las imágenes y las construcciones discursivas que el artista logra crear.

1.3.5. Comunicación y cultura

“Las ciencias sociales establecen cultura como el conjunto de actividades y productos materiales y espirituales que distinguen a una sociedad de otra; todo elemento cultural es el resultado de una dinámica social específica y responde a necesidades colectivas. La cultura no es solo el resultado y producto de la evolución humana, sino también un factor de la misma. Es preciso subrayar el carácter fundamental simbólico de la transmisión cultural, que se realiza esencialmente por medio del lenguaje. De hecho, la aparición del lenguaje fue el factor decisivo que permitió la extraordinaria complejidad de la cultura humana.”⁶

Los grandes avances del conocimiento aparecen siempre vinculados con el desarrollo de los sistemas de comunicación. La invención de la escritura, apenas hace unos 5,000 años, hizo posible la traducción de las ideas y del lenguaje hablado en símbolos gráficos. Asimismo, la invención de la imprenta por Gutenberg constituyó la gran aportación tecnológica, gracias a la cual fue

⁶ Ídem. P. 22

posible la difusión masiva del conocimiento, lo que propicio un importante intercambio ideológico que permitió el desarrollo acelerado de la ciencia y el arte. De esta manera la palabra escrita se transformó en el medio más poderoso para el fomento y la evolución de la cultura.

Los adelantos tecnológicos de los medios electrónicos de comunicación, la radio, la cinematografía, la computadora y el uso de los satélites, han definido una nueva era en cuanto a las posibilidades de comunicación.

1.3.6. Inicio de la era electrónica

1.3.6.1. Los teléfonos móviles o celulares

Estos terminales, que hasta hace algunos años solo disponían de las funcionalidades básicas de telefonía y mensajes SMS, han vivido un desarrollo que ha revolucionado totalmente las comunicaciones, hasta el punto de generar incluso nuevos hábitos culturales.

“A partir del 2005 los teléfonos celulares comenzaron a reproducir MP3, a tener agendas, recordatorios y alarmas complejas e incorporaron sistemas operativos y conexión a internet, como es el caso de los BlackBerry, y en el 2007 se añadieron los servicios de GPS”.⁷

La llegada de los Smartphones (teléfonos inteligentes) representa, en realidad, un nuevo modelo de terminal que integra distintas tecnologías, como su interface táctil Multi-touch, bluetooth, el GPS, los gráficos 3D en directo, navegación y aplicaciones web como Facebook y Twitter, y distintos tipos de sincronizaciones

⁷ Grupo Océano. Biblioteca de Comunicación: Expresión y Comunicación 2.0. 1ª edición. Madrid España: 2012. P.755

con computadoras u otros dispositivos. Este espectacular desarrollo convierte a los teléfonos celulares en los terminales más dinámicos.

1.3.6.2. Internet

“Internet inicio con el fin de propiciar las comunicaciones militares y estatales entre ordenadores de Estados Unidos, Gran Bretaña y Noruega, en 1973 y después amplio su ámbito a las comunicaciones científicas y educativas. Más adelante, las comunicaciones comerciales y económicas tomaron un lugar importante en las transacciones de la Red y una vez que las modernas tecnologías la pusieron al alcance de todo tipo de usuarios fueron las comunicaciones humanas las que se situaron en primer lugar.”⁸

Internet ha supuesto una revolución en la transmisión y manejo de la información mundial en las pocas décadas de su existencia. Su uso se ha generalizado a cualquier ámbito personal o social en las sociedades tecnológicamente más avanzadas. Cada vez aparecen nuevos desarrollos y aplicaciones, hasta el punto de que “la Red” ya forma parte de cualquier actividad cotidiana, con independencia de que el ciudadano sea usuario personal o no, porque la importancia de internet en la sociedad es mucho mayor a la que supone que cada persona sea un cliente o cibernauta. Actualmente los servicios básicos, la actividad de las empresas, ni la mayor parte de la actividad social funcionarían sin Internet; el número de internautas crece continuamente en los países más desarrollados económicamente y, especialmente en las economías emergentes.

Una de las últimas revoluciones ha sido la web 2.0, que ha dado un paso más en el proceso de transmisión de la información, al permitir que cualquier

⁸ MARTOS RUBIO, Ana. Redes Sociales. Ediciones Amaya Multimedia. Madrid, España: 2010. Pág. 7.

persona no solo pueda acceder a la información, sino introducirla de forma sencilla e inmediata, convirtiéndose en un agente activo en el proceso de comunicación. La aparición de *blogs* y redes sociales ha supuesto que muchas más personas se encuentren interesadas en la utilización de Internet, especialmente los jóvenes y adolescentes, a quienes les resulta fascinante compartir información personal o ser visibles socialmente.

1.3.6.3. Las redes sociales online

En la actualidad las redes sociales son la herramienta de Internet más utilizada por jóvenes y adolescentes. La posibilidad de establecer contacto con grupos numerosos de personas y de ampliar el círculo (cada vez mayor) de gente con la que comunicarse, compartir experiencias e información o, simplemente, saber algo de ellos, es lo que ha hecho que esta herramienta haya mostrado un auge espectacular en unos pocos años. *“Hay que tener en cuenta que la primera red social en Internet apareció en 1997, si bien el crecimiento espectacular no se produjo, al menos en España, hasta 2005”*⁹. En la actualidad son ya millones de personas las que tienen un perfil en alguna red social en Internet.

*“El termino red social es acuñado principalmente a los antropólogos ingleses John Barnes y Elizabeth Bott, ya que, para ellos resultaba imprescindible considerar lazos externos a los familiares, residenciales o de pertenencia a algún grupo social”*¹⁰.

Las redes sociales se basan en la teoría de los seis grados, seis grados de separación, es la teoría de que cualquiera en la tierra puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que

⁹ CHOLIS Mariano y MARCO Clara. Adicción a internet y redes sociales. Madrid: Alianza Editorial, S.A., 2012. P.31.

¹⁰ ORTIZ Clara y ÁLVAREZ Nancy. El impacto de las redes sociales cibernéticas en el psiquismo de los trabajadores del centro de pagos de la empresa CLARO. Tesis (Licenciatura en Psicología). Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala, 2015. P. 15.

no tiene más de seis intermediarios. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada Chains.

Existen redes sociales que pueden considerarse genéricas y otras más especializadas por los contenidos que se representan o las características de los internautas. De entre las genéricas encontramos: Tuenti, Facebook o Twitter. No obstante el extraordinario dinamismo de estas, así como los cambios en los procesos de relación social (en muchos casos favorecidos por las propias redes sociales) hacen que se trate de una realidad cambiante.

El atractivo de las redes sociales es la interactividad. El internauta deja de ser un mero receptor o buscador de información para convertirse en agente activo en el proceso de comunicación.

Entre las principales y más utilizadas redes sociales encontramos¹¹:

- **Facebook:** En la actualidad es la red que tiene más usuarios en el mundo. Nació en 2004 en la Universidad de Harvard como una forma de presentar los estudiantes de dicha institución a los recién llegados (*Facebook* significa, literalmente, “libro de caras”); uno de sus servicios es el denominado *muro*, es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Solo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. A partir del 2011 paso de ser llamado muro a ser denominado Biografía.
- **Twitter:** Creada en el año 2006, es un microblog que permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados *tweets*, que se muestran en la página principal del

¹¹ ¹¹ Ibid. Cholis y Marco. P. 69

usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros usuarios – a esto se le llama “seguir” y a los usuarios abonados se les llama “seguidores”, “followers” y a veces “tweeps”

- **Instagram:** Red social creada en el año 2010, es una red social y aplicación para subir fotos y videos. Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter. Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada a las fotografías en honor a Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid. En la versión 4.0 la aplicación permite al usuario tomar video con una duración máxima de 1 minuto.
- **Snapchat:** Creada en el año 2010, permite a los usuarios tomar fotografías, grabar videos, añadir textos y dibujos y enviarlos a una lista de contactos limitada. Estos videos y fotografías se conocen como “Snaps” y los usuarios pueden controlar el tiempo durante el que estos serán visibles tras los cuales desaparecerán de la pantalla del destinatario y serán borrados del servidor de snapchat, en noviembre del 2014 añadió la función “Snapcash” la cual permite el envío de dinero a través de la aplicación.
- **LinkedIn:**¹² es un sitio web orientado a negocios. Fundado en 2002 y lanzado en 2003, puede ser considerado una red social por la interacción entre sus usuarios, los cuales son principalmente profesionales; en mayo de 2011 fue la primera red social estadounidense en poner acciones en la bolsa de valores. Uno de los propósitos es que los usuarios registrados puedan mantener una lista con información de contactos de las personas con quienes tienen algún nivel de relación llamado “Conexión”.

¹² WIKIPEDIA [En línea] [Citado el: 27 de 08 de 2016.] <https://es.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>

- **Tumblr:** es una plataforma de microblogging que permite a los usuarios publicar textos, imágenes, videos, enlaces de manera de tumblelog, los usuarios pueden seguir a otros usuarios registrados y ver las entradas de estos conjuntamente.
- **Kik:** es un servicio de mensajería de texto instantáneo que permite a los usuarios compartir mensajes, fotos, bocetos, mensajes de voz y otros contenidos. El sistema requiere que cada usuario registre un nombre de usuario como forma de identificación. Fue fundado en 2009.
- **Whatsapp:** es una aplicación de mensajería instantánea, actualmente gratuita, para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante internet, complementando servicios de correo electrónico, mensajería instantánea, servicios de mensajes. Además de utilizar la mensajería en modo de texto, los usuarios de la libreta de contactos pueden crear grupos y enviarse mutuamente, imágenes, videos y grabaciones de audio.

1.3.6.4. Tipos de usuarios¹³:

- **Activos:** participan de forma enérgica en la red, comentando permanentemente las actualizaciones de estado más reciente de sus amistades.
- **Aduladores:** en Facebook les gustan todos los estados de sus conocidos y en Twitter, “retuitean” lo que sus amigos escriben.
- **Afectivos:** intervienen en la red manifestando permanentemente muestras de afecto a sus amistades.
- **Aplicadictos:** prueban todos los tipos de aplicaciones que encuentran.

¹³ Grupo Océano. Biblioteca de Comunicación: Expresión y Comunicación 2.0. 1ª edición. Madrid España: 2012.p. 800

- **Autorreferenciales:**¹⁴ publican todo lo que tenga que ver con una valoración positiva de sus egos, en muchos casos haciendo uso de la exageración.
- **Bebe-obsesivos:** padres o madres que solo intervienen en la red para hablar y colgar fotos de sus hijos.
- **Colaboradores:** poseen conciencia social y apuestan por las creaciones y logros colectivos. Pueden incluso participar en actividades políticas on line, y priorizan los intereses del grupo antes que los individuales.
- **Coleccionistas:** tienen varias suscripciones RSS y son muy aficionados a votar en los rankings de sitios web.
- **Comentaristas:** comentan la mayoría de los contenidos que ven. Puede ser verborrágicos o reflexivos.
- **Conectores:** informan de todo aquello que les parece interesante en la Red. En algunos casos conforman verdaderas usinas de información.
- **Cotillas o chismosos:** solo les interesa información relacionada con chismes o cotilleos.
- **Creadores:** generan numerosos contenidos
- **Esencialistas:** utilizan la red para comunicarse con familiares y amistades.
- **Espectadores:** consumen cualquier tipo de contenido y no generan ninguno. No se comprometen con ningún tipo de actividad.
- **Exigentes:** entran en las redes sociales con el único objetivo de solucionar determinados conflictos.
- **Hiperconectados:** adictos a las redes sociales.
- **Inactivos:** no consumen ningún tipo de contenido. Apenas utilizan su perfil en las redes sociales.

¹⁴ Ibid. P. 800

- **Líderes de opinión:** poseen una fuerte identidad y generan contenidos e interacciones.
- **Netpreneurs:** acceden a las redes sociales con la única intención de generar lucro.
- **Pasivos:** se mantienen en el anonimato. También llamados “fantasmas”.
- **Paranoicos:** temerosos, se limitan en exceso en sus acciones por temor a dejar huellas. No revelan ningún tipo de información personal, ni publican fotos personales.
- **Scene breaking:** utilizan la red como simple novedad.
- **Spammers o Trolls:** producen daños o molestias a las comunidades en las que participan.
- **Suscriptores:** participan en numerosas redes sociales, pero nunca interactúan con nadie.
- **Transumers:** siempre siguen a un líder y se unen a grupos con sus mismos intereses.

1.3.7. Desempeño laboral

El Desempeño Laboral se puede definir como el *“nivel de ejecución alcanzado por el trabajador en el logro de las metas dentro de la organización en un tiempo determinado”*¹⁵. Chiavenato, expone que el desempeño es: *“eficacia del personal que trabaja dentro de las organizaciones, la cual es necesaria para la organización, funcionando el individuo con una gran labor y satisfacción laboral en este sentido, el desempeño laboral de las personas va a depender de su comportamiento y también de los resultados obtenidos”*¹⁶. Otro aporte importante en la conceptualización del desempeño laboral es dada por Stoner, quien afirma

¹⁵ P. ROBBINS, Stephen, Fundamentos de comportamiento organizacional: Pearson Educación; 1998. p. 41

¹⁶ CHIAVENATO, Idalberto. Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones. McGraw-Hill/Interamericana; 2007. P. 125

que el desempeño laboral es: *“la manera como los miembros de la organización trabajan eficazmente, para alcanzar metas comunes, sujeto a las reglas básicas establecidas con anterioridad”*¹⁷. Así, se puede notar que esta definición plantea que el Desempeño Laboral está referido a la manera en la que los empleados realizan de una forma eficiente sus funciones en la empresa, con el fin de alcanzar las metas propuestas.

*Milkovich y Boudreau*¹⁸, mencionan el desempeño laboral como algo ligado a las características de cada persona, entre las cuales se pueden mencionar: las cualidades, necesidades y habilidades de cada individuo, que interactúan entre sí, con la naturaleza del trabajo y con la organización en general, siendo el desempeño laboral el resultado de la interacción entre todas estas variables.

Hoy en día, reconocemos el desempeño laboral como la forma en que los empleados realizan su trabajo. Éste se evalúa durante las revisiones de su rendimiento, mediante las cuales un empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo, la gestión del tiempo, las habilidades organizativas y la productividad para analizar cada empleado de forma individual. Las revisiones del rendimiento laboral por lo general se llevan a cabo anualmente y pueden determinar si es apto para ser promovido o incluso si debiera ser despedido.

El desempeño de un trabajador se encuentra en estrecha vinculación con el éxito de la empresa y esto es justamente porque su trabajo, sumado al del resto de los trabajadores, incide en el correcto funcionamiento de la misma, por tanto, es una práctica habitual que el área, sector o profesional que corresponda realice un pormenorizado seguimiento del desempeño de los trabajadores, para de este modo conocer si están rindiendo como debería ser o si por el contrario

¹⁷ STONER, James A.F. Administración; Editorial Prentice – Hall Hispanoamericana S.A. 1994. P. 51

¹⁸ MILKOVICH Y BOUDREAU. Dirección y administración de recursos humanos. McGraw-Hill Internacional. 1994. P. 81.

no lo están haciendo y es necesario impulsar su rendimiento a través de determinadas variables como por ejemplo si el uso de celular realiza algún tipo de alteración positiva, negativa o neutral en el desempeño laboral.

Según Chiavenato, *“los principales atributos de los equipos de alto desempeño son: participación, responsabilidad, claridad, interacción, flexibilidad, focalización, creatividad, rapidez”*.¹⁹

1.3.7.1. Evaluación del desempeño

*“Las organizaciones tienen la necesidad de evaluar el desempeño de los más diferentes desempeños: financiero, operacional, técnico, de ventas y de marketing y, principalmente, como es el desempeño humano, puesto que son las personas quienes dan vida a la organización y constituyen la piedra angular de la dinámica organizacional.”*²⁰

Por otro lado la evaluación del desempeño es un proceso que debe integrar en sí los siguientes elementos: *“Misión, Visión y objetivos estratégicos, cultura organizacional, competencias laborales de los cargos, la formación y desarrollo del capital humano en función de la mejora permanente de su desempeño integral.”*²¹

La evaluación de desempeño es un proceso de revisar la actividad productiva del pasado para evaluar la contribución que el trabajador hace para que se logren objetivos del sistema administrativo. Existen seis preguntas fundamentales en la evaluación de desempeño:²²

¹⁹ **CHIAVENATO**, Idalberto. Gestión del talento Humano. McGraw-Hill/Interamericana. 2007. p. 173

²⁰ Ibid. P.81

²¹ **PUCHOL**, Luis. Dirección y gestión de recursos humanos. Diz D´ santos. 2004. p.304

²² **CHIAVENATO**, Opcit. P. 245

²⁰ Ibid. Chiavenato. P.247

1. ¿Por qué se debe evaluar el desempeño?
2. ¿Qué desempeño se debe evaluar?
3. ¿Cómo se debe evaluar el desempeño?
4. ¿Quién debe evaluar el desempeño?
5. ¿Cómo se debe comunicar la evaluación de desempeño?

El desempeño humano en el cargo es extremadamente situacional y varía de una persona a otra, y de situación en situación, pues depende de innumerables factores condicionantes que influyen bastantes. Cada persona evalúa la relación costo-beneficio para saber cuánto vale la pena de hacer determinado esfuerzo. A su vez el esfuerzo individual depende de las habilidades y capacidades de la persona y de su percepción del papel que debe desempeñar.

La evaluación del desempeño en resumen es definición de criterios y estándares de desempeño para evaluar los ocupantes, las metas y los resultados que se deben alcanzar, entre otros. Toda persona debe recibir retroalimentación respecto de su desempeño, para saber cómo es su trayectoria o rendimiento en el trabajo. Sin esta retroalimentación, las personas caminan a ciegas.

Principales razones para que las organizaciones se preocupen por evaluar el desempeño de sus empleados son:

- Proporciona un juicio sistemático para fundamentar aumentos salariales, promociones, transferencias y, en muchas ocasiones, despido de empleados.

- Permite comunicar a los empleados como marchan en el trabajo, que deben cambiar en el comportamiento, en las actitudes, las habilidades o los conocimientos.
- Posibilita que los subordinados conozcan lo que el jefe piensa de ellos. La evaluación es utilizada por los gerentes como base para guiar y aconsejar a los subordinados respecto de su desempeño.

“La evaluación de desempeño debe proporcionar beneficios a la organización y a las personas; en consecuencia, se debe tener en cuenta las siguientes líneas básicas”²³.

- La evaluación debe abarcar no solo el desempeño en el cargo ocupado, sino también el alcance de metas y objetivos.
- La evaluación debe hacer énfasis en el individuo que ocupa el cargo y no en la impresión respecto de los hábitos personales observados en el trabajo.
- La evaluación se debe concentrar en un análisis objetivo del desempeño y no la apreciación subjetiva de hábitos personales. Empeño y desempeño son cosas distintas.
- La evaluación debe ser aceptada por ambas partes: evaluador y evaluado. Ambos deben estar de acuerdo en que la evaluación debe traer algún beneficio para la organización y para el empleado.

²³ Ibid., Chiavenato P.247

- La evaluación de desempeño se debe utilizar para mejorar la productividad del individuo en la organización, equipándolo mejor para producir con eficacia y eficiencia.

“Un proceso eficaz de evaluación del desempeño permite a los gerentes evaluar y medir el rendimiento individual y documentarlo, alinear las labores del día a día de los empleados con los objetivos estratégicos del negocio, determinar si las expectativas de desempeño laboral fueron satisfactorias, apoyar las decisiones de planificación del recurso humano y planes de carrera, identificar las fortalezas y debilidades en los desempeños para diseñar programas de capacitación y medir la relación directa entre el desempeño y la productividad.”²⁴

1.3.7.2. Métodos tradicionales de evaluación del desempeño.

“Existen diversos métodos para evaluar el desempeño humano. Evaluar el desempeño de un gran número de personas dentro de las organizaciones, mediante criterios que produzcan equidad y justicia y al mismo tiempo estimulen a las personas no es tarea fácil. Por ello, muchas organizaciones construyen sus propios sistemas de evaluación, que se ciñen a sus características peculiares”²⁵.

Los métodos tradicionales de evaluación del desempeño más utilizados son:

- Escalas gráficas: es una tabla de doble asiento, donde se registran, en los reglones, los factores de evaluación y en las columnas las calificaciones de la evaluación del desempeño. Los factores de la evaluación representan los criterios relevantes o los parámetros básicos para evaluar el desempeño de los trabajadores.

²⁴ Ibid., PUCHOL, Luis. p. 315

²⁵ CHIAVENATO, Opcit. P. 253

- Elección forzada: consiste en evaluar el desempeño de las personas por medio de bloques de frases descriptivas que se enfocan en determinados aspectos del comportamiento.
- Investigación de campo: es uno de los métodos tradicionales más completos para evaluar el desempeño. Requiere de entrevistas entre un especialista en evaluación (*staff*) y los gerentes (línea) para, en conjunto, evaluar el desempeño de los respectivos trabajadores. El método se desarrolla en cuatro etapas: entrevista inicial de evaluación, entrevista de análisis complementario, planificación de las medidas y seguimiento posterior de los resultados.
- Método de los incidentes críticos: el método no se ocupa del desempeño normal, sino de desempeños excepcionales, sean positivos o negativos.
- Listas de verificación: es un método tradicional de evaluación del desempeño a partir de una relación que enumera los factores de la evaluación a considerar (*check – lists*) de cada trabajador.

1.3.7.3. Métodos modernos de evaluación del desempeño.

“Las limitaciones de los métodos tradicionales de evaluación del desempeño llevaron a las organizaciones a buscar soluciones creativas e innovadoras. Ahora surgen nuevos métodos de evaluación del desempeño que se caracterizan por una posición nueva ante el asunto”²⁶:

- Evaluación participativa por objetivos (EPPO): resurge la vieja administración por objetivos (APO), pero ahora con nueva vestimenta y

²⁶ Ídem. P.258

sin los traumas que provocaban la antigua. Esta nueva evaluación sigue seis etapas: 1. *El formulario de los objetivos consensuados.* 2. *El compromiso personal para alcanzar los objetivos que se formularon en conjunto.* 3. *La aceptación del gerente respecto de la asignación de los recursos y los medios necesarios para alcanzar los objetivos.* 4. *El desempeño.* 5. *El monitoreo constante de los resultados y su comparación con los objetivos.* 6. *La realimentación intensiva y la evaluación conjunta.*

- *Evaluación de 360°*: se refiere al contexto en general que envuelve a cada persona. Se trata de una evaluación circular de todos los elementos que tienen alguna interacción con el evaluado. Así, el superior, los compañeros y pares, los subordinados, los clientes internos y externos, los proveedores y todas las personas que giran en torno del evaluado participan. Proporciona condiciones para que el colaborador se ajuste a las distintas demandas que le imponen su contexto de trabajo o sus diferentes asociados. Se trata de una herramienta de desarrollo profesional y personal porque identifica potencialidades y áreas neurálgicas del evaluado. El enfoque es predominantemente administrativo y conductual. Cada evaluador inclusive el colaborador evaluado recibe un formulario en el cual registra sus respuestas sobre lo evaluado. El gerente, dos o más compañeros del mismo nivel y dos o más subordinados alimentan el proceso.

1.3.7.4. Indicadores de desempeño

Los indicadores de desempeño son instrumentos de medición de las principales variables asociadas al cumplimiento de los objetivos, busca responder interrogantes claves. *“Una variable cuantitativa o cualitativa que permite verificar*

*los cambios generados por una intervención pública, relativos a lo que estaba planeado inicialmente.*²⁷

Entre los beneficios de establecer indicadores de desempeño laboral son:

- Apoya el proceso de planificación (definición de objetivos y metas) y de formulación de políticas de mediano y largo plazo.
- Posibilita a partir del análisis de la información entre el desempeño efectuado y el programado, realizar ajustes en los procesos internos y readecuar cursos de acción eliminando inconsistencias entre el quehacer de la institución y sus objetivos prioritarios.

El desempeño laboral nos conduce a profundizar en mayor medida en un concepto utilizado en la actualidad, *productividad*.

1.3.7.5. Productividad

Según el diccionario de la Real Academia Española, la productividad es un concepto que describe la capacidad o el nivel de producción por unidad de superficies de tierras cultivadas, de trabajo o de equipos industriales.

*“La productividad laboral es un objetivo y un indicador. Es la mejora continua del logro colectivo, la consecuencia de la eficiencia con que se administra el talento humano en su conjunto. Tener el valor de medirla inducirá a accionistas, y profesionales a dirigir los esfuerzos en invertir sin cuestionar que los recursos financieros que se inviertan en el capital humano tendrán un retorno, a tasas significativas y en menor tiempo.”*²⁸

²⁷ MILKOVICH Y BOUDREAU, Dirección y administración de recursos humanos, McGraw-Hill Internacional; 1994. p. 147

²⁸ DELGADO, Juan Pablo; Dirección de RRHH, Mc Garde, 2011. P. 24

Hoy en día es importante tomar responsabilidad sobre cómo aumentar día con día la productividad, según Puchol es importante conocer los siguientes factores:

Las empresas deben marcar rutinas de trabajo. La entidad conoce así la ocupación que desempeña el empleado, de esta manera será más fácil percibir los tiempos y la dificultad de cada tarea. Por su parte, el trabajador debe conocer claramente en que consiste su actividad y poder hacer uso de las herramientas necesarias que faciliten su trabajo. Será la entidad la encargada de marcar estas pautas de forma clara y eficaz. Para ello la organización puede hacer uso de formaciones o cursos. Poner en marcha las actividades que se fijan y finalizarlas.

El flujo de información y comunicación interna entre los departamentos es imprescindible para mejorar la productividad de la empresa. Mediante formación ante posibles crisis el trabajador será capaz de evaluar, tomar decisiones y solucionar incidencias de forma apropiada.

Las empresas deben invertir en material apropiado para que sus trabajadores lleven a cabo sus tareas correctamente. Es una manera de construir puentes entre departamentos mediante estructuras horizontales en las que todos se conocen, y así acabar con el concepto de empresa jerárquica.

Las empresas son cada vez más conscientes de la importancia de la racionalización de horarios. Dar la oportunidad al empleado de organizar sus horas de trabajo le aportará autogestión y confianza.

Las recompensas por el trabajo bien hecho son un aliciente ya que aumenta la moral de los trabajadores. Delegar trabajo es una responsabilidad

que motiva al empleado ya que percibe la confianza y le da mayor autonomía en la toma de decisiones algo positivo para aumentar su vínculo con la empresa.

1.3.8. Impacto de las redes sociales en el ámbito laboral

En la actualidad para obtener un puesto de trabajo se solicita ser de preferencia joven, o bien algunos otros puestos se solicita contar con experiencia específica y preparación adquirida para el trabajo; sin embargo ya sea joven o adulto el colaborador, es un fenómeno común que cuente con un teléfono móvil, en algunas empresas el uso del mismo es permitido, por considerarse puestos de confianza; pero también existen aquellas en las cuales el uso del teléfono móvil en el puesto de trabajo es limitado o bien prohibido.

Sin embargo la utilidad que se le da al teléfono celular es diversa, hay quienes lo utilizan como medio de comunicación por medio de llamadas o bien mensajes de texto, pero en mayor número están aquellos que utilizan el teléfono celular para comunicarse con otros por medio de chats, redes sociales y diferentes plataformas sociales; esto para las empresas ha representado un nuevo reto.

Algunos consideran que el uso del teléfono móvil y más específicamente el uso de redes sociales en el lugar de trabajo contribuyen a que los colaboradores se sientan motivados, que realicen mejor sus actividades así como les permite tener una vía de comunicación inmediata. Sin embargo están también aquellos que consideran que el uso del teléfono y las redes sociales afectan la productividad de la empresa, pues los empleados dedican parte de su jornada laboral a la actualización de perfiles sociales y esto no beneficia el fin comercial perseguido por la compañía y que mientras las personas están

distraídas en su navegación por la red, realmente no están trabajando, aunque estén presencialmente, en su puesto de trabajo.

Sin embargo el uso de las redes sociales son actividades normales y saludables, totalmente inofensivas si se hace de ellas un uso prudente y mesurado. Y eventualmente son actividades positivas. Enrique Etxebarua, advierte que *“de las conductas normales se puede pasar a los usos anormales en función de la intensidad, de la frecuencia o de la cantidad, en función del grado de interferencia en las relaciones familiares, escolares, sociales o laborales de las personas implicadas”*.²⁹

Por ello es que muchas empresas han optado por establecer normas, políticas y estándares para poder equilibrar el uso de estas herramientas al menos en el lugar de trabajo; empresas cuyo nivel de vulnerabilidad es alto, por ejemplo: empresas bancarias, entidades gubernamentales y en algunos casos empresas en donde se almacena y se maneja información. Esto con la finalidad de permitir al colaborador realizar su trabajo y hacer uso de su teléfono móvil en espacios establecidos así como brindar la tranquilidad a sus clientes de la seguridad ya sea de información, monetaria o de alguna otra índole.

²⁹ CASTELLS, Paulino y IGNASI de Bofarull. “Enganchados a las pantallas”, televisión, videojuegos, Internet y móviles. 2ª Edición, Editorial Planeta: Barcelona, España. 2002. P.33

CAPÍTULO II

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.1. Enfoque y modelo de investigación

La investigación sostiene un modelo mixto con la integración del enfoque cualitativo - cuantitativo, se estudió la realidad de los colaboradores en un entorno natural laboral, con el objetivo de determinar el impacto que tiene el uso de teléfonos celulares y redes sociales en el desempeño de cada uno de ellos. Se utilizó la observación indirecta para identificar la frecuencia de uso del teléfono celular por parte de los colaboradores en horario laboral así como los comentarios al respecto, por parte de los candidatos, las encuestas y entrevistas fueron de utilidad para conocer aspectos específicos referente a los puntos de vista de los colaboradores, jefes y candidatos sobre el uso de celular en el área de trabajo, el número de amonestaciones realizadas por falta a la política permitieron conocer el nivel de efectividad sobre la implementación de una política que rija el uso de celular en el departamento.

El modelo mixto cualitativo – cuantitativo permitió tener una perspectiva más amplia acerca del tema de investigación; el enfoque cualitativo permitió comprender los sentimientos, entender contextos, o puntos de vista de los actores sociales. El enfoque cuantitativo permitió establecer políticas que permitan mejorar el desempeño de los colaboradores e incrementar la satisfacción de los candidatos que visitan el departamento.

2.2. Técnicas

2.2.1. Técnicas de muestreo:

2.2.1.1. Muestra: La muestra fue de tipo intencional de 52 personas, conformado por colaboradores del departamento y candidatos aspirantes a un puesto laboral en la corporación que cuentan con el perfil deseado para lograr los objetivos planteados.

2.2.2. Técnicas de recolección de datos: Los datos se obtuvieron por medio de las siguientes técnicas de recolección:

- ✓ Observación indirecta: Se llevó a cabo en el área de selección del departamento de recursos humanos de Corporación Banco Industrial en la primera semana de noviembre 2016, la cual fue aplicada de manera grupal y realizada por una de las investigadoras, en la que se buscó identificar el comportamiento actitudinal que tenían los candidatos acerca de que los colaboradores usaran el celular en el área de trabajo, esto a través del lenguaje corporal, comentarios y actitudes.
- ✓ Encuestas: Se le entregó una encuesta a todos los colaboradores de recursos humanos durante la segunda semana del mes de noviembre 2016; para poder identificar aspectos cruciales sobre el uso del celular en el área de trabajo, así también se les hizo entrega de otra encuesta a los jefes para que pudieran brindar respuestas sobre el punto de vista como encargado de sus colaboradores, y una última encuesta se les entregó a candidatos ya seleccionados para conocer su punto de vista en aspectos puntuales sobre el uso de celular por parte de colaboradores que les atienden.

- ✓ Entrevista: se realizó en la tercera semana del mes de noviembre 2016, a colaboradores del departamento de recursos humanos para poder profundizar en algunos puntos importantes sobre el uso del teléfono celular.

2.2.3. Técnicas de análisis de datos

- 2.2.3.1. Análisis de entrevista:** Análisis sobre preguntas clave de la entrevistas realizadas a los colaboradores previamente seleccionados, preguntas que brindaron información relevante para la investigación

2.3. Instrumentos: Para poder obtener datos referentes a las perspectivas de cada uno de los participantes, se aplicaron:

- ✓ Consentimiento informado: Documento en el cual cada participante es consciente de su participación voluntaria en el proceso de investigación el cual se les hizo entrega antes de trasladarles las encuestas y realizar las entrevistas. (ver anexo 1)
- ✓ Encuestas: Diseñadas y realizadas con el fin de conocer los diferentes puntos de vista tanto de colaboradores, jefes y clientes acerca del tema del uso del celular en el lugar de trabajo los cuales fueron considerados para poder establecer e implementar la política en el departamento. Se realizaron con respuestas cerradas para una medición objetiva, la encuesta fue aplicada de manera individual a cada uno de los colaboradores y candidatos seleccionados. (ver anexo 2, 3, 4).

- ✓ Guía de entrevista semi-estructurada: La cual estaba compuesta por las preguntas realizadas previamente a los participantes, sin embargo las preguntas permitieron profundizar en las respuestas de cada participante. Se aplicó de manera individual a cada colaborador. (ver anexo 7,8)

- ✓ Normativo para el uso de teléfonos celulares y redes sociales: Se reunió al personal del departamento de recursos humanos y por medio de una presentación se presentó el documento elaborado por parte de las investigadoras y la coordinadora administrativa de recursos humanos; y se dieron a conocer las políticas que contenía el normativo en relación a el uso de redes sociales en el área de trabajo y las medidas a tomar al momento de incumplir alguna de dichas políticas, las cuales fueron implementadas a partir del mes de diciembre de 2016. (ver anexo 6)

- ✓ Amonestaciones: Se diseñaron para uso interno del departamento de recursos humanos sin que afecte su record laboral, sin embargo se les indicó que al recurrir en faltas a la política se procedería a colocarlo en el expediente laboral, por medio de las amonestaciones se midió la efectividad de la política y poder establecerla de manera permanente; se hizo del conocimiento de esta medida a los colaboradores, luego de finalizada las entrevistas. El registro de amonestaciones estuvo a cargo de una de las encargadas de la investigación, sin embargo el colocar una amonestación era responsabilidad de cada jefe de personal. (ver anexo 5)

2.4. Operativización de objetivos específicos:

| Objetivo | Categoría | Indicadores | Técnica | Instrumento |
|--|--|--|---|---|
| Identificar el impacto que tiene el uso de redes en el desempeño del colaborador. | Impacto del uso de las redes sociales. | Tiempo de utilización de celular en área de trabajo. | • Observación indirecta. | • Encuestas • Entrevistas |
| Crear y dar a conocer las políticas sobre el uso de teléfono celular y redes sociales. | Políticas sobre el uso de redes sociales. | Políticas existentes en el departamento. | | • Presentación de política a implementar. |
| Medir la efectividad en el desempeño laboral, de las políticas sobre el uso de redes sociales. | Efectividad en el desempeño laboral, de las políticas implementadas. | Cantidad de faltas a la política implementada. | Numero de amonestaciones por falta a la política. | • <i>Amonestaciones</i> |

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Características de lugar y de la muestra

3.1.1. Características del lugar: el proyecto se desarrolló en el departamento de recursos humanos de Corporación Banco Industrial ubicado en la 7ª avenida 11-15 zona 1 de la ciudad, departamento encargado del reclutamiento, selección, contratación, inducción y capacitación de colaboradores de nuevo ingreso a la corporación. En la cual se utilizó la sala de reuniones y una de las oficinas de entrevistas durante el proceso de investigación.

3.1.2. Características de la muestra: Se trabajó con un grupo de 52 personas conformado por colaboradores y candidatos (hombres y mujeres) siendo la selección de población una muestra intencional, quienes se encuentran en edades de 18 a 55 años.

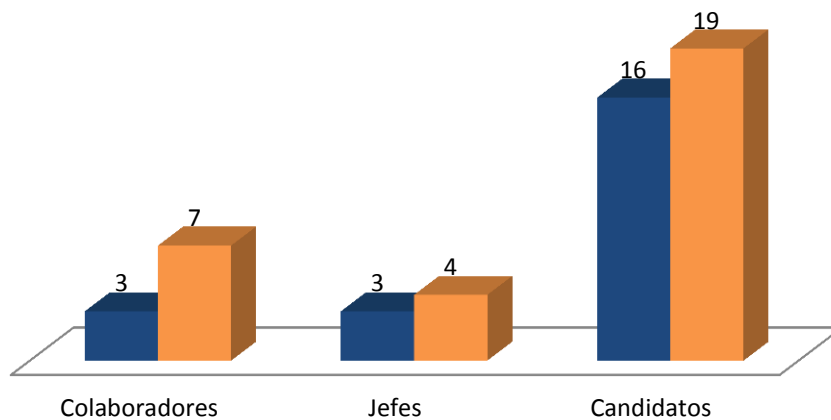
3.1.3. Análisis e interpretación de resultados: a continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas. Los mismos son representados en gráficas de barras y al pie la descripción de las mismas; así como el análisis de las entrevistas realizadas.

3.2. Presentación cuantitativa de los resultados

A continuación, se presentan los resultados cuantitativos de las encuestas realizadas en el departamento de recursos humanos, presentados en gráficas de barras y al pie una descripción de las mismas

Gráfica No 1

Tipos de participantes



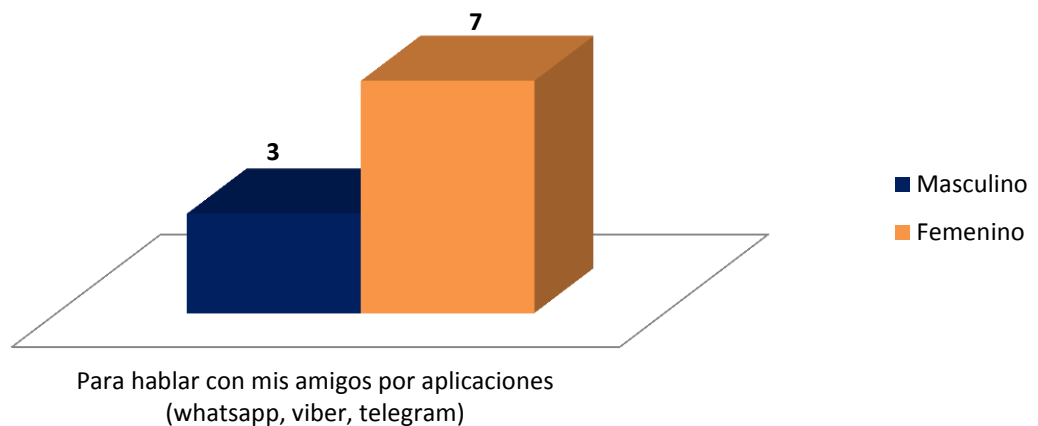
Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales, Noviembre 2016

Descripción: se observa que la muestra intencional estaba dividida en 10 colaboradores, 7 mujeres y 3 hombres; 7 jefes, 4 mujeres y 3 hombres; 35 candidatos, 19 mujeres y 16 hombres; siendo un total de 52 personas. Las mujeres representan un 57% de la muestra intencional.

Encuesta uso de celular y redes sociales a colaboradores:

Gráfica No. 2

¿Cuál es el uso más frecuente que le das a tu celular?

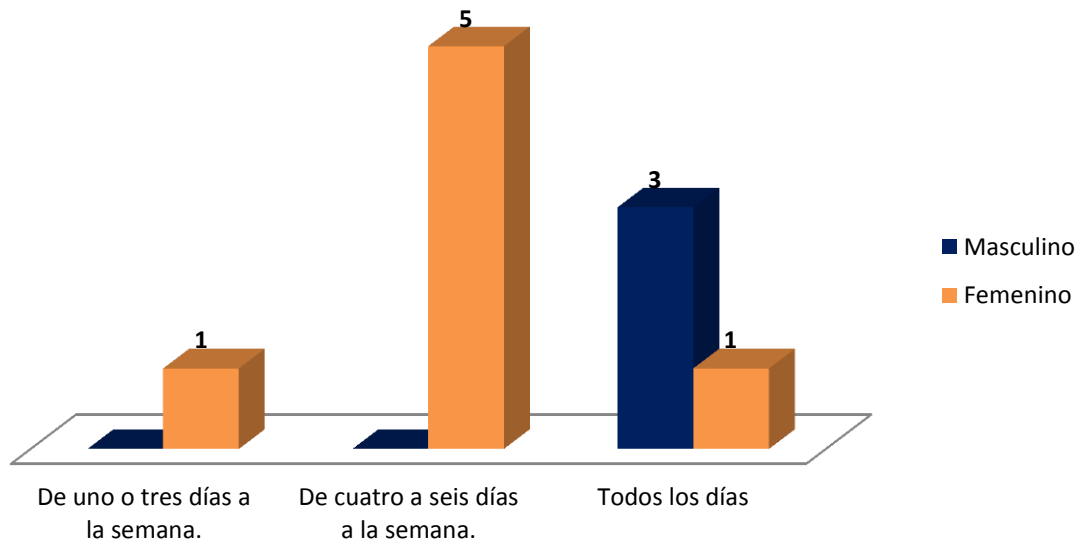


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales, Noviembre 2016

Descripción: se observan los resultados hacia la pregunta ¿Cuál es el uso más frecuente que le das a tu celular?, los datos muestran que, de los 10 colaboradores encuestados, 3 colaboradores hombres y 7 colaboradoras mujeres indicaron que utilizan el teléfono celular para hablar con amigos por medio de diferentes aplicaciones. (whatsapp, viber, telegram). Ninguna persona eligió las otras dos opciones: Para realizar, recibir llamadas y mensajes de texto o para tomar fotografías.

Gráfica No. 3

¿Con qué frecuencia utilizas internet en tu celular?

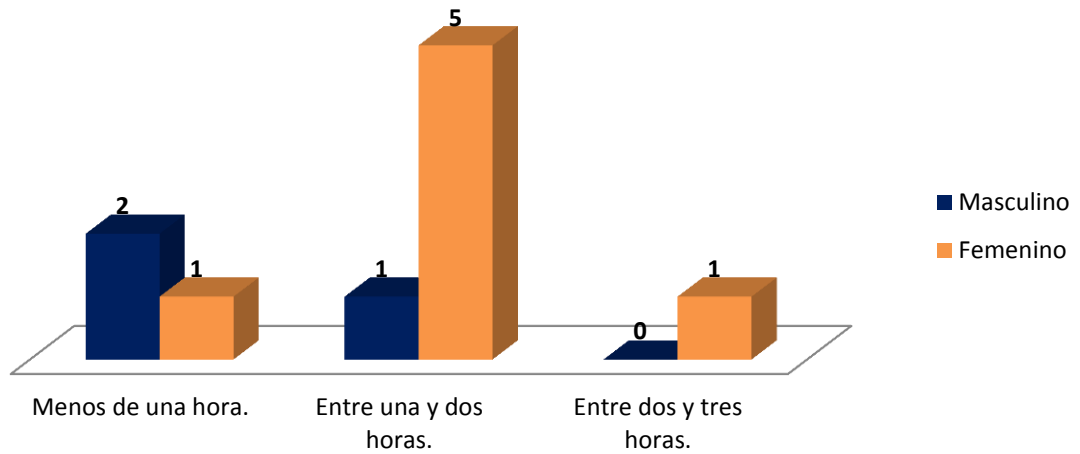


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales, Noviembre 2016

Descripción: se observan los resultados hacia la pregunta ¿Con qué frecuencia utilizas internet en tu celular?, los datos muestran que, de los 10 colaboradores encuestados, 1 colaboradora mujer utiliza internet de uno a tres días a la semana, 5 colaboradoras mujeres lo utilizan de cuatro a seis días a la semana, 3 colaboradores hombres y 1 colaboradora mujer lo utilizan todos los días. Ninguna persona eligió las opciones: Casi nunca utilizo el internet del teléfono celular y Mi teléfono no utiliza internet.

Gráfica No. 4

¿Cuánto tiempo dedicas a tu celular en horario laboral?

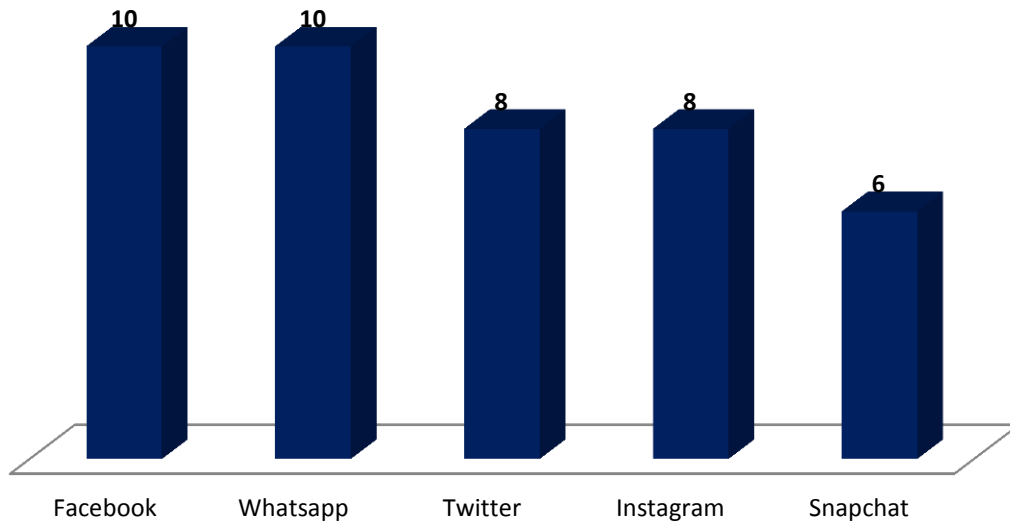


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales, Noviembre 2016

Descripción: muestra que, de los 10 colaboradores encuestados, 2 colaboradores hombres y 1 colaboradora mujer utilizan su celular menos de una hora en su jornada laboral; 1 colaborador hombre y 5 colaboradoras mujeres lo utilizan entre una y dos horas en su jornada laboral; 1 colaboradora mujer lo utiliza entre dos y tres horas en su jornada laboral. Ninguna persona eligió la opción de: tres horas o más utilizó el teléfono en horario laboral.

Gráfica No. 5

¿En que redes sociales tienes una cuenta, perfil?

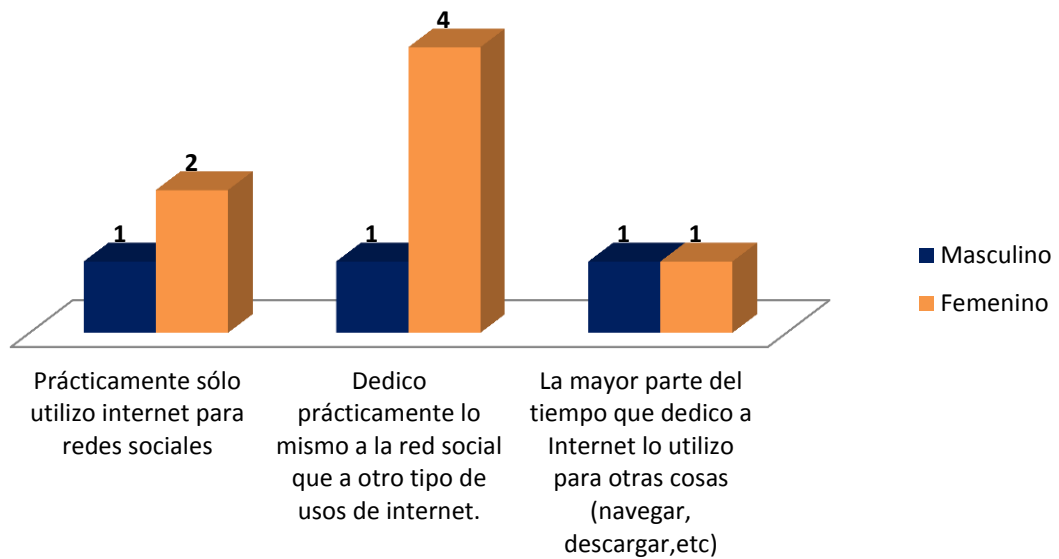


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales, Noviembre 2016

Descripción: se observan los resultados en relación a la pregunta ¿en qué redes sociales tienes una cuenta, perfil?, de los 10 colaboradores encuestados, todos indicaron tener una cuenta o perfil en más de una de red social; los datos muestran que 10 colaboradores tienen un perfil en Facebook; 10 colaboradores tienen un perfil en Whatsapp; 8 colaboradores tienen un perfil en Twitter; 8 colaboradores tienen una cuenta en Instagram; 6 colaboradores tienen una cuenta en Snapchat. La gráfica muestra que las dos redes más utilizadas son Facebook y Whatsapp.

Gráfica No. 6

¿Cuánto tiempo dedicas a ellas, en comparación con el resto de Internet?

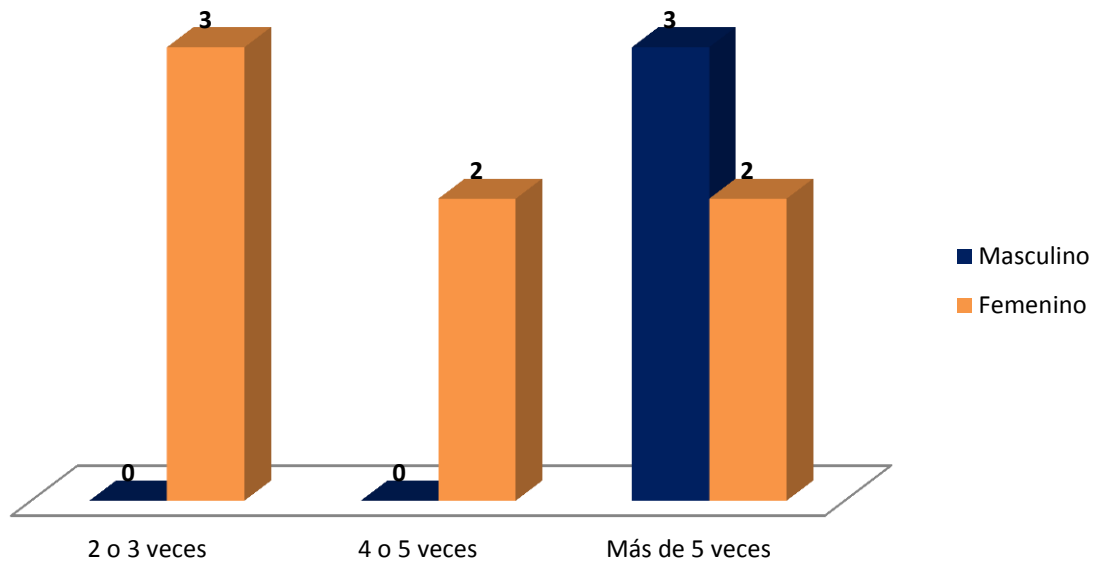


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales, Noviembre 2016

Descripción: muestra que de los 10 colaboradores encuestados, 1 colaborador hombre y 2 colaboradoras mujeres indicaron que utilizan únicamente internet para revisar y actualizar sus redes sociales; 1 colaborador hombre y 4 colaboradoras mujeres indicaron que el tiempo invertido en revisar y actualizar sus redes sociales es el mismo que el que utilizan para navegar en internet; 1 colaborador hombre y 1 colaboradora mujer indicaron utilizar la mayor parte del tiempo internet para realizar otras actividades como navegar o descargar, en comparación con el tiempo dedicado a sus redes sociales.

Gráfica No. 7

¿Cuántas veces te conectas al día para ver tu/s red/es social/es?

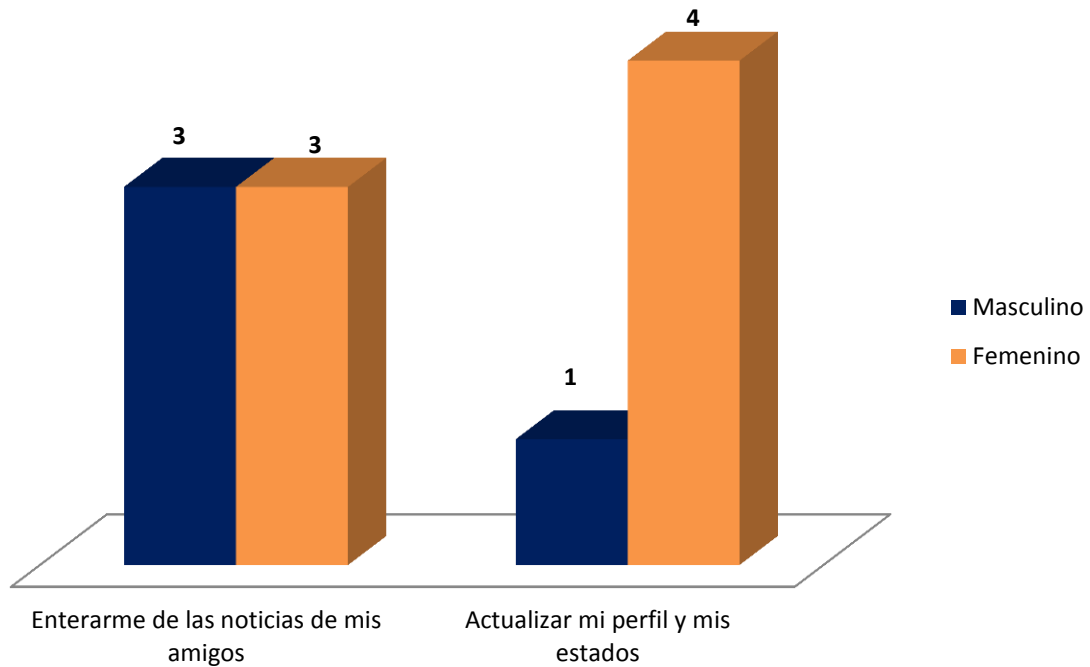


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales, Noviembre 2016

Descripción: se observan los resultados hacia la pregunta ¿Cuántas veces te conectas al día para ver tus redes sociales?, los datos muestran que de los 10 colaboradores encuestados, 3 colaboradoras mujeres revisan de dos a tres veces sus redes sociales al día; 2 colaboradoras mujeres revisan entre cuatro y cinco veces sus redes sociales al día; 3 colaboradores hombres y 2 colaboradoras mujeres revisan más de 5 veces sus redes sociales al día.

Gráfica No. 8

¿Para que utilizas las redes sociales?



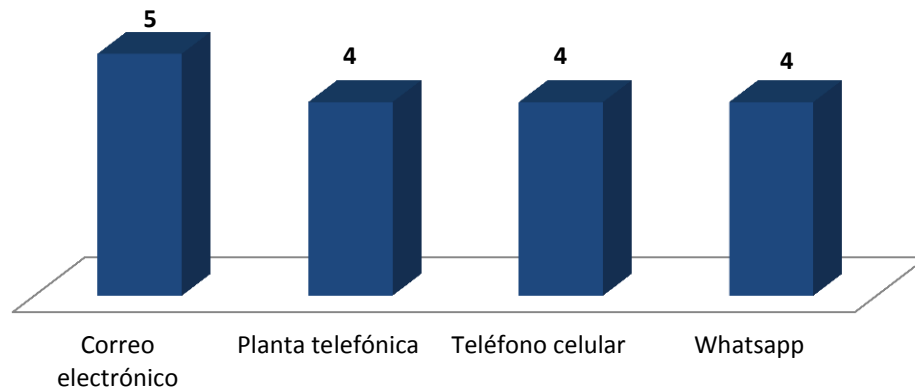
Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales, Noviembre 2016

Descripción: muestra que de los 10 colaboradores encuestados, 3 colaboradores hombres y 3 colaboradoras mujeres indicaron que utilizan sus redes sociales para poder conocer las noticias de sus amigos; 1 colaborador hombre y 4 colaboradoras mujeres indicaron que utilizan sus redes sociales para actualizar su perfil y estados. Ningún colaborador encuestado eligió entre las siguientes opciones: conocer nuevas personas; por temas laborales; por grupos de estudio.

Encuesta uso de celular y redes sociales a jefes:

Gráfica No. 9

¿Del personal que tiene a cargo cuál es el medio de comunicación más utilizado?

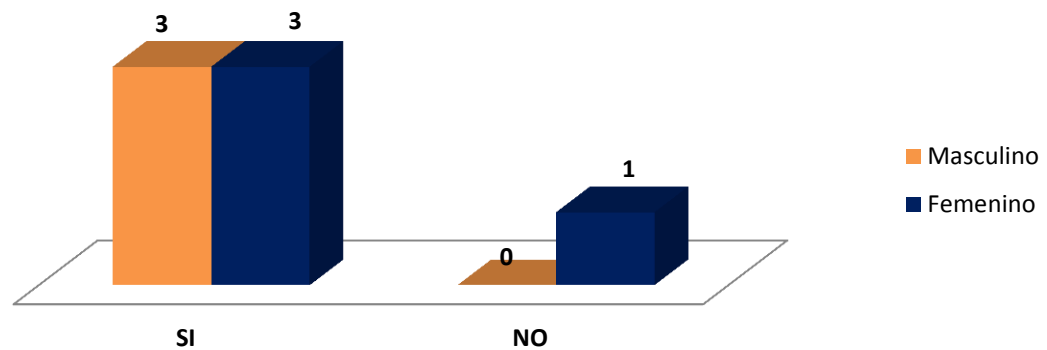


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales de mis colaboradores, Noviembre

Descripción: muestra que, de los 7 jefes encuestados, indican que utilizan más de un medio de comunicación con su personal; 5 jefes indicaron utilizar el correo electrónico como herramienta principal de comunicación; 4 jefes indicaron utilizar la planta telefónica; 4 jefes indicaron utilizar el celular como medio de comunicación con su personal; 4 jefes indicaron utilizar la red social Whatsapp como medio de comunicación con su personal. Ningún jefe entrevistado indica que se comunica por medio de Facebook que era otra opción de la encuesta realizada.

Gráfica No. 10

¿Considero como herramienta indispensable que mis colaboradores tengan cerca su teléfono celular?

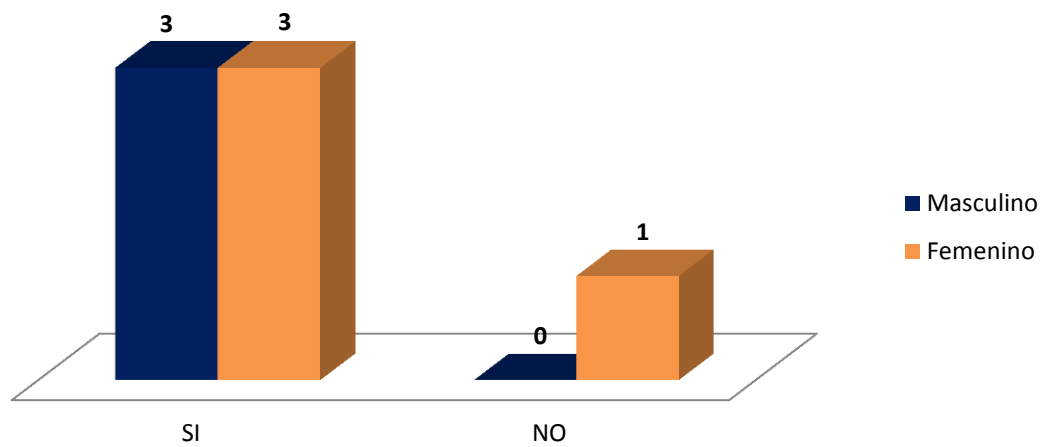


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales de mis colaboradores, Noviembre 2016

Descripción: se observan los resultados hacia la pregunta ¿Considero como herramienta indispensable que mis colaboradores tengan cerca su teléfono celular?, los datos muestran que, de los 7 jefes encuestados, 3 jefes hombres y 3 jefes mujeres consideran que si es necesario que sus colaboradores tengan cerca su teléfono celular; 1 jefe mujer considera que no es indispensable que su personal tengan cerca el teléfono celular.

Gráfica No. 11

¿Considera que el uso del teléfono celular afecta el rendimiento de sus colaboradores?

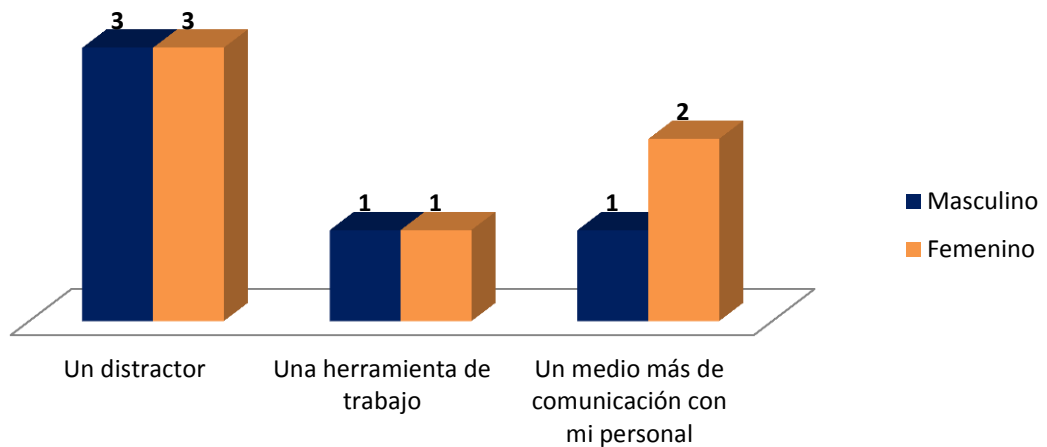


Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales de mis colaboradores, Noviembre 2016

Descripción: muestra que, de los 7 jefes encuestados, 3 jefes hombres y 3 jefes mujeres indican que el uso del teléfono celular SI afecta el rendimiento de sus colaboradores en el área de trabajo; 1 jefe mujer indica que el uso del teléfono celular NO afecta el rendimiento de sus colaboradores en el área de trabajo.

Gráfica No. 12

¿Cómo considera el teléfono celular y las redes sociales en el área de trabajo?



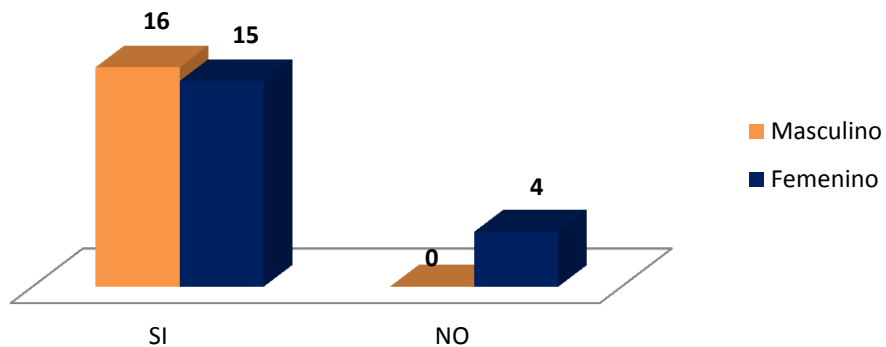
Fuente: Encuesta uso de celular y redes sociales de mis colaboradores, Noviembre 2016

Descripción: muestra que de los 7 jefes encuestados, 3 jefes hombres y 3 jefes mujeres consideran el celular como un distractor en el área de trabajo; 1 jefe hombre y 1 jefe mujer considera el celular como una herramienta de trabajo; 1 jefe hombre y 2 jefes mujeres consideran el celular como un medio más de comunicación con su personal.

Encuesta uso de celular y redes sociales a candidatos:

Gráfica No. 13

¿Es la primera vez que aplica a una plaza en Banco Industrial?

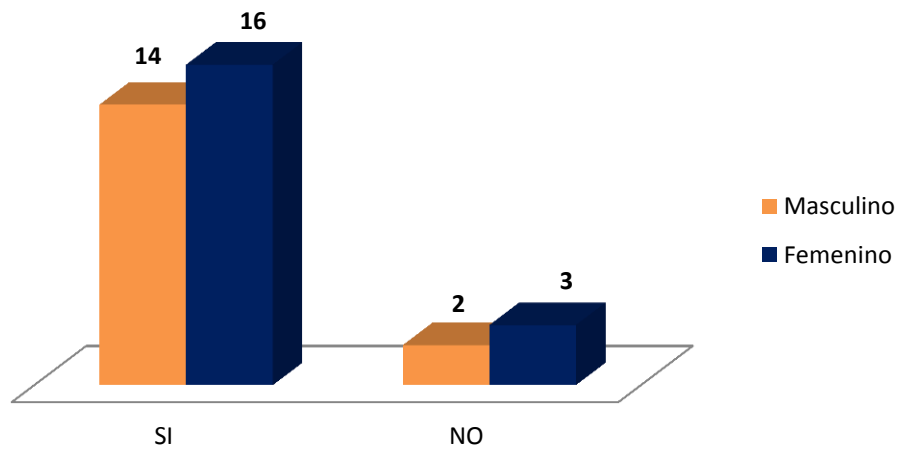


Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: se observan los resultados hacia la pregunta ¿Es la primera vez que aplica a una plaza en Banco Industrial?, los datos muestran que de los 35 candidatos encuestados, 16 candidatos hombres es la primera vez que aplican en Banco Industrial; 15 candidatos mujeres aplican por primera vez a una plaza en Banco Industrial, sin embargo 4 candidatos mujeres habían aplicado anteriormente a una plaza.

Gráfica No. 14

¿Lo atendieron a la hora indicada?

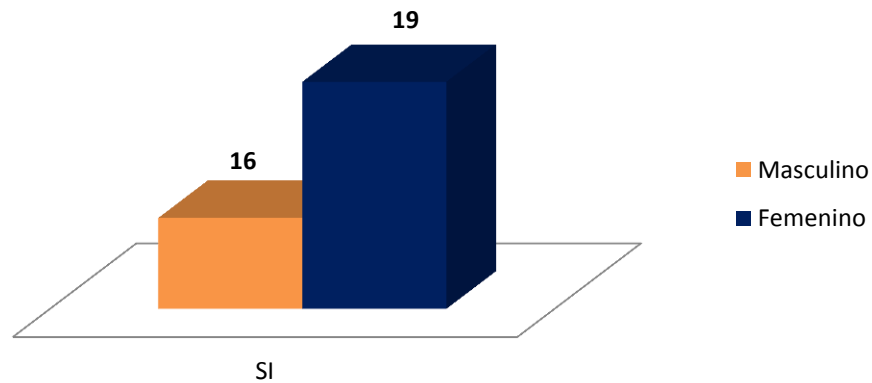


Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: muestra que de los 35 candidatos encuestados, 12 candidatos hombres indican que SI fueron atendidos en el horario indicado, 2 candidatos hombres indican que NO se les atendió en el horario indicado; 16 candidatos mujeres indicaron que SI fueron atendidas a la hora indicada; y 3 candidatos mujeres respondieron que NO fueron atendidas a la hora indicada.

Gráfica No. 15

¿La personas que lo atendieron, le prestaron la atención esperada?

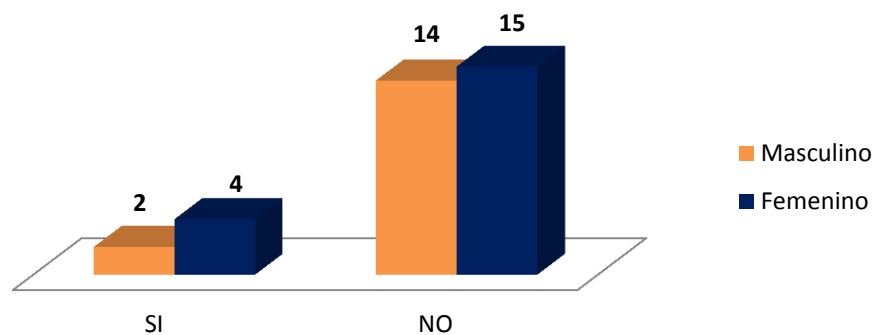


Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: muestra que, de los 35 candidatos encuestados, 16 candidatos hombres consideran que las personas que los atendieron en recursos humanos le brindaron la atención esperada; 19 candidatos mujeres respondieron que la atención recibida por parte del personal de recursos humanos que las atendieron fue la esperada.

Gráfica No. 16

¿El día de sus evaluaciones observó que las personas a cargo utilizaran el celular?

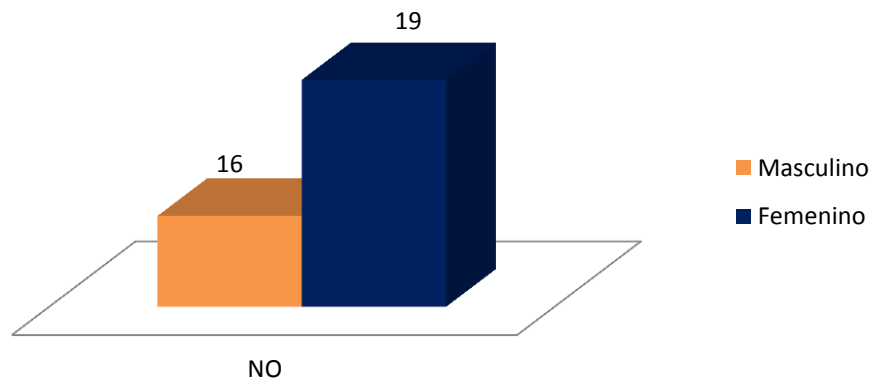


Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: muestra que de los 35 candidatos encuestados, 6 candidatos observaron que las personas encargadas del proceso de evaluación utilizaban el celular en horario laboral, siendo 2 candidatos hombres y 4 candidatos mujeres quienes lo observaron; 29 candidatos indican no haber observado que las personas a cargo de las evaluaciones utilizaran su teléfono celular, de ellos 14 candidatos hombres y 15 candidatos mujeres.

Gráfica No. 17

¿La señorita de selección utilizó el celular mientras lo atendía?

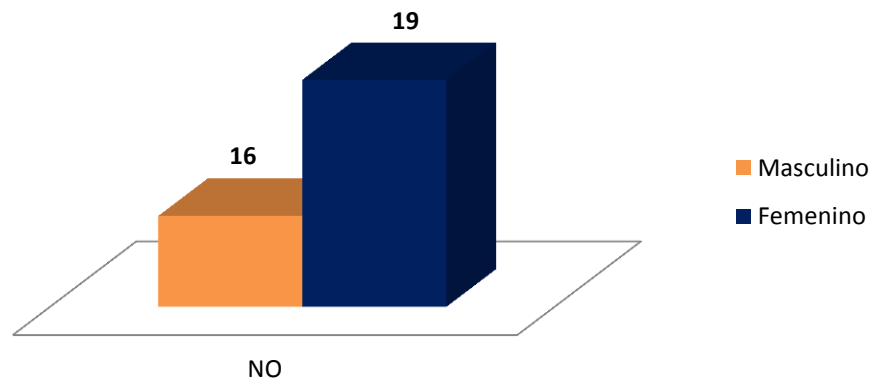


Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: muestra que, de los 35 candidatos encuestados, 16 candidatos hombres respondieron que la persona que los atendió en el área de selección NO hizo uso del celular mientras lo atendía; 19 candidatos mujeres contestaron que la señorita de selección NO utilizó el celular mientras la atendía.

Gráfica No. 18

¿El psicólogo (a) utilizó el celular mientras lo atendía?

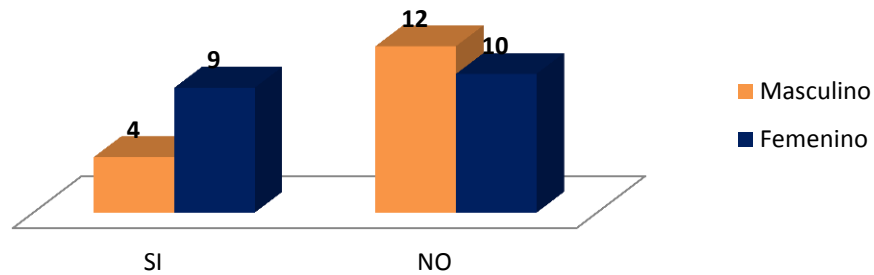


Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: se observan los resultados hacia la pregunta ¿El psicólogo utilizó el celular mientras lo atendía?, los datos muestran que de los 35 candidatos encuestados, 16 candidatos hombres indicaron que el psicólogo NO hizo uso de celular mientras lo atendía; 19 candidatos mujeres contestaron que el psicólogo no hizo uso de su celular mientras las atendía.

Gráfica No. 19

¿Durante su proceso ha observado a algún otro colaborador utilizando el celular?

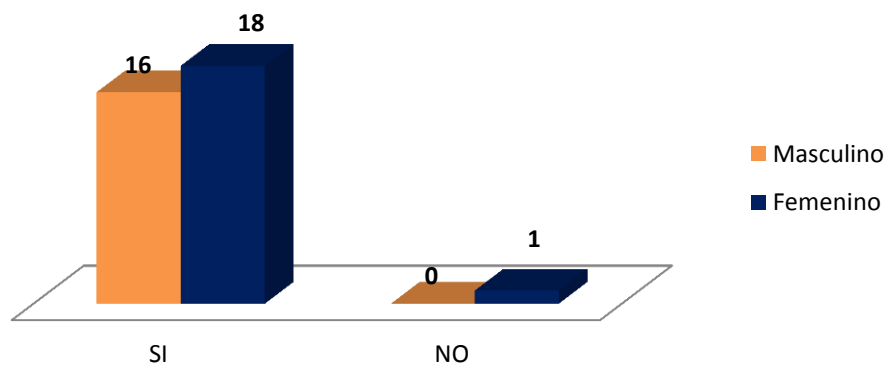


Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: muestra que de los 35 candidatos encuestados, 13 candidatos observaron que algunos colaboradores utilizan el celular en el área de trabajo 4 candidatos hombres y 9 candidatos mujeres; 22 candidatos indican no haber observado a algún otro colaborador haciendo uso del teléfono celular en el área de trabajo; de ellos 12 candidatos hombres y 10 candidatos mujeres.

Gráfica No 20

¿Se siente seguro brindándonos su información?

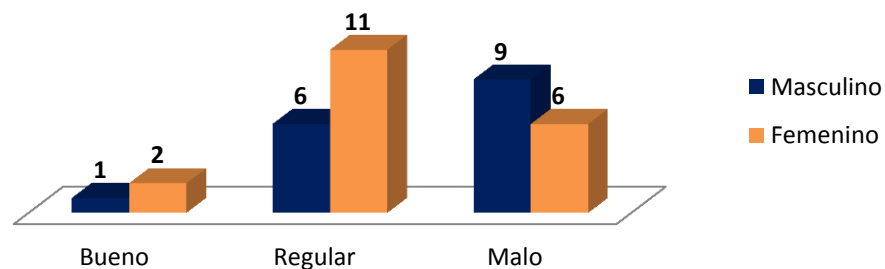


Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: muestra que de los 35 candidatos encuestados, 16 candidatos hombres se sienten seguros brindando su información al personal de recursos humanos; 18 candidatos mujeres indicaron sentirse seguras y no tener inconvenientes con brindar información a recursos humanos; sin embargo 1 candidato mujer indicó no sentirse segura brindando su información.

Gráfica No. 21

¿Cómo considera las acciones de los colaboradores que utilizan el celular en el lugar de trabajo?



Fuente: Encuesta de opinión, Noviembre 2016

Descripción: se observan los resultados hacia la pregunta ¿Cómo considera las acciones de los colaboradores que utilizan el celular en el lugar de trabajo?, los datos muestran que de los 35 candidatos encuestados, 3 candidatos consideran como BUENO el que los colaboradores utilicen el celular en el área de trabajo, de ellos 1 candidato hombre y 2 candidatos mujer; 17 candidatos calificaron como REGULAR el que los colaboradores utilicen el celular en el área de trabajo; y 15 candidatos calificaron como MALO el que los colaboradores utilicen el celular en el área de trabajo.

3.3. ANÁLISIS GENERAL

El teléfono celular en sus inicios únicamente podía ser utilizado en vehículos debido a su tamaño luego paso a ser una unidad portátil y finalmente se convirtieron en los teléfonos celulares que hoy en día conocemos; sin embargo no solo ha cambiado en su presentación también lo ha hecho en sus funcionalidades, inicialmente el celular era utilizado únicamente para comunicarse con otras personas por medio de llamadas telefónicas, luego se agregó la mensajería, posteriormente la cámara, bluetooth y así cada vez más aplicaciones hasta llegar a tener lo que hoy conocemos como teléfonos inteligentes. Fredy Ortiz, de la liga guatemalteca de higiene mental, expone que la tecnología ha crecido y lo que antes era un simple teléfono para llamar se ha convertido en un objeto que tiene que estar en nuestro diario vivir, para facilitarnos la existencia.

Han sido tantos los avances que se han ido presentando en la tecnología al punto que el teléfono celular se ha convertido en una mini computadora portátil y esto se debe a la gran cantidad de aplicaciones y funcionalidades con las que cuenta, dentro de estas aplicaciones se encuentran las plataformas conocidas como redes sociales; las cuales han pasado a ser el medio de comunicación más utilizado desplazando así a las llamadas telefónicas y no solamente son utilizadas en grupos de amigos o familia, también han ido ganando campo en el ámbito laboral, muchas empresas empezaron a utilizar las redes sociales como medio de publicidad, servicio al cliente entre otras funcionalidades, para sus colaboradores también se convirtieron en plataformas por medio de las cuales se encuentran conectados con sus compañeros; sin embargo existen empresas o áreas en las cuales es prohibido el uso del celular por motivos de seguridad.

En muchas empresas cuentan con códigos de ética, políticas de seguridad, entre muchos otros normativos, sin embargo la importancia de poder contar con una política que norme el uso del teléfono celular y por ende las redes sociales por parte de sus colaboradores en todas las áreas de la empresa es un tema que concierne principalmente a los directivos o encargados de departamentos, el servicio que se brinda en cada departamento es la imagen con la que se quedará la persona que lo visite y de ella dependerá la recomendación que dé a sus amigos y conocidos, independientemente si es un área de servicio al cliente o bien un área administrativa o jefatura.

La red social Facebook actualmente es considerada una de las más grades y con mayor número de usuarios, seguida por Whatsapp ambas cuentan con la opción de mensajería y esto permite que las personas estén enteradas y comunicadas de manera inmediata y estén constantemente revisando su teléfono celular ya sea en horario laboral o no laboral; durante las entrevistas y a través de los resultados obtenidos por medio de las encuestas, se pudo determinar que los encargados de personal consideran como un distractor el uso del teléfono celular por parte de sus colaboradores en horario de trabajo ya que esto afecta el desempeño laboral; y no solamente los jefes tienen esta visión de la situación de igual manera los clientes califican como mala, la práctica de utilizar el teléfono celular por parte de los colaboradores en el área laboral y/o mientras se encuentra tendiendo a alguna persona.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- El uso del teléfono celular y redes sociales hoy en día es algo que compete tanto a jóvenes como adultos ya que vivimos en la era de la tecnología sin embargo en el ámbito laboral es importante implementar políticas que regulen su uso.
- No fue necesario el uso de las amonestaciones debido a que los colaboradores del departamento cumplieron con las normas indicadas en la política, haciendo uso del celular en los lugares y horarios indicados; lo cual nos permitió determinar que en determinados ambientes laborales es necesario únicamente hacer de conocimiento a los colaboradores los reglamentos para mejorar el servicio.
- Las redes sociales han ido ganando campo en el mundo de la comunicación ya que han pasado de ser plataformas a través de las cuales las personas expresaban sus ideas a medios por los cuales se comunican noticias, se hacen ofertas, entre muchas otras funcionalidades.
- Es importante que las empresas tomen en cuenta que la atención que se brinda a los clientes ya sea en áreas de servicio al cliente o áreas administrativas es relevante debido a que quien visita la empresa la calificará y recomendará por la atención recibida.

4.2. Recomendaciones

- La institución, implementar políticas internas que regulen el uso del teléfono celular en horario laboral con la finalidad de no afectar el servicio brindado por la institución y el desempeño del colaborador.
- El departamento de recursos humanos, lograr la concientización en relación al uso adecuado del teléfono celular en el área de trabajo enfatizando el impacto que tiene en el desempeño laboral.
- El colaborador, ser consciente del impacto que genera el uso del teléfono celular en el lugar de trabajo, y no solo por la imagen que brinda de la funcionalidad de la empresa; si no que también pueda darse cuenta que el tiempo invertido utilizando su teléfono móvil en horario laboral afecta su desempeño laboral al momento de ser calificado por la calidad de sus labores realizadas.
- La Escuela de Psicología, implementar cursos, programas que instruyan a los estudiantes a poder crear, desarrollar e implementar herramientas en las empresas y que las mismas aporten al desarrollo tanto económico como profesional de cada uno de los colaboradores que conforman las diferentes empresas.

BIBLIOGRAFÍA

1. **CASTAÑEDA YANES**, MARGARITA. *Los medios de la comunicación y la tecnología educativa*. 2ª edición. México: Editorial Trillas S.A. 1979.184 p.
2. **CASTELLS**, PAULINO Y **IGNASI DE BOFARULL**. “*Enganchados a las pantallas*”, *televisión, videojuegos, Internet y móviles*. 2ª Edición, Editorial Planeta: Barcelona, España. 2002. 234 p. ISBN 9702606454.
3. **CHIAVENATO**, IDALBERTO. *Administración de Recursos Humanos*. Traducido por Pilar Mascaró Sacristán. México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A. 2,009. ISBN 978-970-10-7349-7. 586 pp.
4. **CHIAVENATO**, **Idalberto**. **2008**. *Gestión del Talento Humano*. México : Mc Graw Hill, 2008. ISBN 978-970-10-7340-7.
5. **CHOLIZ**, MARIANO Y **MARCO CLARA**. *Adicción a internet y redes sociales*. 1ª edición. Madrid España: Alianza Editorial S.A., 2,012. ISBN 978-84-206-6962-5. 211 pp.
6. **DAVIS**, KEITH. *Comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A., 1,983. ISBN 970-102538-5. 622 pp.
7. **DELGADO**, JUAN PABLO. *Dirección de RRHH*. Mc Graw Hill: 2008. Argentina: 2011. 124 p.
8. **FAERMAN**, JUAN. *Faceboom: Facebook, el nuevo fenómeno de masas*. 1ª edición. Argentina: Ediciones B Argentina, S.A., 2,009. ISBN 978-84-92414-14-7

9. **GARCÍA KLEE**, DAYRIN. *Los medios periodísticos y el internet*. Tesis (Licenciatura en Comunicación). Guatemala: Universidad Mariano Gálvez de Guatemala; 2,001. 49 pp.
10. **GRUPO OCEANO**. *Biblioteca de Comunicación: Expresión y Comunicación 2.0*. Diccionario. 1ª edición. Madrid España: 2012. 596 p. ISBN 978- 84-494-4795-2
11. **KNAPP**, MARK L. *La comunicación no verbal, el cuerpo y el entorno*. Traducción Marco Aurelio Galmarini. España: Edición Paidós Ibérica S.A.:1982. 360 p. ISBN 978-84-7509-185-3.
12. **LEÓN MEJÍA**, ALMA BERTHA. *Estrategia para el desarrollo de la comunicación profesional*. 2ª ed. México: Editorial Limusa. 2008. 252 p. ISBN 13:978-968-18-6754-6
13. **LULL**, JAMES. *Medios, comunicación, cultura, Aproximación global*; Barcelona España: Editorial Planeta, 1,988; 243 pp.
14. **MARTOS RUBIO**, ANA. *Redes sociales*. Madrid España: Edición Anaya Multimedia, 2,010. ISBN 9788441527249. 127 pp.
15. **MILKOVICH Y BOUDREAU**, *Dirección y administración de recursos humanos*. McGraw-Hill Internacional; 1994. 180 p.
16. **NUÑEZ**, RODOLFO ALBERTO. *Redes comunitarias; afluencias teórico metodológicas y crónicas de intervención profesional*. 1ª edición. Buenos Aires: Espacio Editorial, 2,008. 128 p. ISBN 978-950-802-279-0.

17. **ORTIZ CLARA Y ÁLVAREZ NANCY.** *El impacto de las redes sociales cibernéticas en el psiquismo de los trabajadores del centro de pagos de la empresa CLARO.* Tesis (Licenciatura en Psicología). Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala, 2015. 69 p.
18. **PUCHOL, Luis. 2004.** *Dirección y gestión de recursos humanos : Díaz de Santos,* 2004. 139 p.
19. **ROBBINS, STEPHEN.** *Fundamentos de comportamiento organizacional.* Pearson Educación. México: 1998.752p.
20. **STONER, JAMES A.F.** *Administración.* 6ª edición. Editorial Prentice – Hall Hispanoamericana S.A. México: 1994. 700 p. ISBN: 013-1087479

ANEXOS



Anexo 1.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN¹

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por:
 _____,
 de la Universidad:
 _____.
 La meta de este estudio es:

 _____.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente _____ minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los cassettes con las grabaciones se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

¹ Centro de Investigaciones en Psicología. 2015, "Consentimiento Informado para participantes de investigación". S.E.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA
-CIEP's- "MAYRA GUTIÉRREZ"

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por:

_____.

He sido informado (a) de que la meta de este estudio es:

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente _____ minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a:

_____ a los teléfonos:

_____.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a _____ al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha (En letras de imprenta)



Anexo 2.

Encuesta uso de celular y redes sociales

Nombre: _____

Edad: _____ Sexo: Hombre Mujer

Área: _____ Puesto: _____

1 ¿Cuál es el uso mas frecuente que le das a tu celular?

- Para realizar y recibir llamadas y mensajes de texto
- Para hablar con mis amigos por aplicaciones (whatsapp, viber, telegram)
- Para tomar fotografías

2 ¿Con qué frecuencia utilizas internet en tu celular?

- Mi teléfono no utiliza internet
- Casi nunca
- De uno o tres días a la semana.
- De cuatro a seis días a la semana.
- Todos los días

3 ¿Cuánto tiempo dedicas a tu celular en los días laborales?

- Menos de una hora.
- Entre una y dos horas.
- Entre dos y tres horas.
- Tres horas o más.

****Contesta a las siguiente preguntas en el caso de que utilices redes sociales****

1 ¿En que redes sociales tienes una cuenta, perfil?

- Facebook
- Instagram
- Tumblr
- Twitter
- Snapchat
- Kik
- Whatsapp
- LinkedIn
- Otra/s ¿Cuál/es?

2 ¿Cuánto tiempo dedicas a ellas, en comparación con el resto de Internet?

- Prácticamente sólo utilizo internet para redes sociales
- Dedico prácticamente lo mismo a la red social que a otro tipo de usos de internet.
- La mayor parte del tiempo que dedico a Internet lo utilizo para otras cosas (navegar, descargar, etc)

3 ¿Cuántas veces te conectas al día para ver tu/s red/es social/es?

- Una o ninguna
- 2 o 3 veces
- 4 o 5 veces
- Más de 5 veces

4 ¿Para que utilizas las redes sociales?

- Enterarme de las noticias de mis amigos
- Actualizar mi perfil y mis estados
- Conocer a nuevas personas
- Por temas laborales
- Por grupos de estudio



Anexo 3.

Encuesta uso de celular y redes sociales de mis colaboradores

Nombre: _____

Edad: _____ Sexo: Hombre Mujer

Área: _____ Puesto: _____

1 ¿Cuántas personas tiene a cargo?

De 1 a 3

De 4 a 6

Más de 7

2 ¿Del personal que tiene a cargo cual es el medio de comunicación mas utilizado?

Planta telefónica

Correo electrónico

Teléfono celular

Facebook

Whatsapp

3 ¿Considero como herramienta indispensable que mis colaboradores tengan cerca su telefono celular?

Si

No

4 ¿Considera que el uso del telefono celular afecta el rendimiento de sus colaboradores?

Si

No

5 ¿Cómo considera el telefono celular y las redes sociales en el área de trabajo?

Un distractor

Una herramienta de trabajo

Un medio más de comunicación
con mi personal



Anexo 4. Encuesta opinión

Edad: _____ Sexo: Hombre Mujer

Fecha: Guatemala, _____

1 ¿Es la primera vez que aplica a una plaza en Banco Industrial?

Sí No

2 ¿Lo atendieron a la hora indicada?

Sí No

3 ¿La persona que lo atendio, le presto la atención esperada?

Sí No

4 ¿El día de sus evaluaciones observo que las personas a cargo utilizaran el celular?

Sí No

5 ¿La señorita de selección utilizó el celular mientras lo atendía?

Sí No

6 ¿El psicólogo (a) utilizó el celular mientras lo atendía?

Sí No

7 ¿Durante su proceso ha observado a algún otro colaborador utilizando el celular?

Sí No

8 ¿Se siente seguro brindandonos su información?

Sí No

9 ¿Cómo considera las acciones de los colaboradores que utilizan el celular en el lugar de trabajo?

Bueno Regular Malo

10 Algún comentario o sugerencia que quiera brindarnos para mejorar el servicio

Ficha Técnica¹

1. Nombre Completo de las encuestas:

- a. Evaluación de uso de internet;
- b. Cuestionario de Nomofobia y redes sociales

2. Autor:

- a. Mariano Chóliz y Clara Marco
- b. Mario Ramiro Sanchez Arevalo

3. Fecha de elaboración:

- a. 2012
- b. 2013

4. Objetivo:

- a. Identificar el nivel de dependencia de internet.
- b. Determinar el nivel de nomofobia y adicción a las redes sociales existente.

5. Utilidad

La encuesta de uso de celular y redes sociales; encuesta de uso de celular y redes sociales de mis colaboradores; encuesta de opinión; brindan un conocimiento más preciso en aspectos como:

- Uso adecuado del celular
- Atención brindada a candidatos
- Tiempos productivos
- Impacto en operación de la empresa.

6. Población a Utilizar:

Jóvenes y adultos a partir de 18 años

¹ Las encuestas son resultado de una adaptación de dos evaluaciones de diferentes autores de los cuales se colocó la información en la presente ficha.

7. Edad de inicio de aplicación:

De 18 años en adelante.

8. Material a utilizar:

Lápiz o lapicero

9. Número de ítems a evaluar:

Entre 6 y 10



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA
-CIEP's- "MAYRA GUTIÉRREZ"

Anexo 5.

Amonestación por falta a política¹

Guatemala, Junio de 2016

Nombre:
Puesto:
Corporativo:
Motivo: Llamada de atención

A través de la presente nos dirigimos a ud, "*nombre del colaborador*", "*nombre del puesto*", para hacer de su conocimiento lo siguiente: En nuestro departamento hemos implementado una política sobre el uso del teléfono celular, el cual entro en vigencia a partir del día 11 de julio del año 2016 y fue comunicada por medio de correo electrónico el día 7 de julio del año 2016.

Se nos fue notificada una falta al numeral "*numero de norma de la política*" de la política antes mencionada. Por tal motivo le recordamos que esta amonestación no dañara su record laboral, sin embargo la acumulación de amonestaciones o reincidencia en la misma significara una llamada de atención escrita en su expediente laboral.

Esperamos pueda tomar las medidas del caso.

Atentamente

*Nombre y firma de la persona
asignada de la empresa*

*Nombre y firma de la persona
asignada de la investigación*

Nombre y firma del colaborador

¹ ESTRADA Violeta y ALARCON Ana. "Amonestación por falta a la política" Guatemala, S.E.

Anexo 6.

NORMATIVO PARA EL USO DE: TELÉFONO CELULAR Y REDES SOCIALES, RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL 2016¹

¹**ESTRADA** Violeta y **ALARCON** Ana. “Normativo para el uso de: teléfono celular y redes sociales, reclutamiento, selección y contratación de personal 2016”. Guatemala, S.E.

INDICE

| | Pág. |
|------------------------------|-------|
| 1. Descripción..... | 3 |
| 2. Alcance..... | 3 |
| 3. Glosario de términos..... | 3 |
| 4. Normas..... | 4 |
| 5. Anexos..... | 6 - 5 |

1. Descripción

Este normativo indica los lineamientos sobre el uso de teléfonos celulares y redes sociales para los colaboradores en el lugar de trabajo.

2. Alcance

Todo lo descrito en este procedimiento aplica a cada colaborador que conforma el departamento de reclutamiento, selección y contratación de recursos humanos (auxiliares, analistas, coordinadores y especialistas).

3. Glosario de términos

- **Aspirante:** Persona que acude al departamento de Recursos Humanos de Corporación BI a solicitar empleo, por iniciativa propia o a través de los distintos medios de reclutamiento con el objetivo de ocupar una plaza dentro de Corporación BI.
- **Candidato:** Persona seleccionada para iniciar y realizar el proceso correspondiente para obtener el puesto solicitado.
- **Teléfono celular:** Dispositivo móvil de uso personal para realizar y recibir llamadas, dentro de otras funcionalidades.
- **Red social:** Plataforma virtual o sitio de internet formados por comunidades de personas con intereses o actividades en común (amistad, parentesco, trabajo).
- **Planta telefónica:** Teléfono asignado para uso laboral según el puesto ocupado.

Normas:

1. Los colaboradores podrán atender llamadas y contestar mensajes personales únicamente: en el área de comedor, bodega, sanitarios y gradas.
2. Los auxiliares de las áreas de selección y contratación podrán hacer uso del teléfono celular por motivos personales con previa autorización del jefe inmediato, quien les brindará un pase de permiso el cual debe ser colocado en un área visible a los colaboradores más no a los candidatos.
3. Los analistas y gestores del departamento podrán mantener el teléfono celular en su lugar de trabajo por razones laborales, cuidando que al momento de atender alguna llamada personal no se encuentre presente.
4. Los especialistas y coordinadores podrán mantener y utilizar el teléfono celular en su lugar de trabajo cuidando que no se encuentre presente algún candidato al momento de utilizarlo por motivos personales.
5. El uso del teléfono celular en los pasillos visibles a la agencia queda prohibido por seguridad hacia los clientes y usuarios que visitan la agencia.
6. En caso de que algún colaborador utilice el teléfono celular por razones personales en su lugar de trabajo y no cuente con el pase de autorización será motivo para el levantamiento de una amonestación.
7. Cualquier coordinador, especialista o bien el jefe del departamento están autorizados para indicar al colaborador que guarde el teléfono celular, así también podrá levantar la amonestación por la falta a la política.



RRHH – AMONESTACION201606161

* código conformado por el año, mes, día y correlativo correspondiente

Anexo 1.

Amonestación por falta a política

Guatemala, 2016

Nombre:
Puesto:
Corporativo:
Motivo: Llamada de atención

A través de la presente nos dirigimos a usted, "*nombre del colaborador*", "*nombre del puesto*", para hacer de su conocimiento lo siguiente: En nuestro departamento hemos implementado una política sobre el uso del teléfono celular, el cual entro en vigencia a partir del día 08 de noviembre del año 2016 y fue comunicada por medio de correo electrónico el día 08 de noviembre del año 2016.

Se nos fue notificada una falta al numeral "*numero de norma de la política*" de la política antes mencionada. Por tal motivo le recordamos que esta amonestación no dañara su record laboral, sin embargo la acumulación de amonestaciones o reincidencia en la misma significara una llamada de atención escrita en su expediente laboral.

Esperamos pueda tomar las medidas del caso.

Atentamente

Nombre y firma de jefe inmediato

Nombre y firma de colaborador

Autorización uso de teléfono celular en el lugar de trabajo



RRHH – ATORIZACION201606161

* código conformado por el año, mes, día y correlativo correspondiente

Nombre colaborador: _____
Puesto: _____
Jefe Inmediato: _____
Fecha solicitud: _____

Motivo

Firma Colaborador

Firma autorización jefe inmediato



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA
-CIEP's- "MAYRA GUTIÉRREZ"

Anexo 7.

Entrevista estructurada a colaboradores

Buen día, mi nombre es **Ana Alarcón** quisiera profundizar en algunas respuestas sobre la encuesta que nos respondió la semana pasada, estamos abiertos a comentarios y queremos conocer su opinión en relación a cada una de las preguntas.

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. ¿Cuántos años tiene?
3. ¿Qué puesto ocupa actualmente en el departamento?
4. ¿Cuénteme cuál es el uso más frecuente que le da a su celular?
5. ¿De uno a diez que tan frecuente utiliza el internet en su celular?
6. ¿Cuánto tiempo dedica a su celular en el trabajo y porque?
7. ¿En qué redes sociales tiene cuenta? ¿la utiliza?
8. ¿Podría indicarme, en comparación con el resto de plataformas en internet cuanto tiempo le dedica a las redes sociales?
9. ¿Cuántas veces considera que revisa su celular para actualizar sus redes sociales?
10. Ya para terminar ¿podría indicarme para que utiliza sus redes sociales?



Anexo 8.

Entrevista estructurada a jefes

Buen día, mi nombre es **Ana Alarcón** quisiera profundizar en algunas respuestas sobre la encuesta que nos respondió la semana pasada, estamos abiertos a comentarios y queremos conocer su opinión en relación a cada una de las preguntas.

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. ¿Cuántos años tiene?
3. ¿Qué puesto ocupa actualmente en el departamento?
4. ¿Cuántas personas tiene a cargo?
5. De los medios de comunicación disponibles en el departamento ¿Cuál de ellos considera que utiliza con mayor frecuencia con su equipo?
6. ¿Considera usted que sus colaboradores deban tener cerca su teléfono celular? ¿Por qué?
7. ¿Según su opinión el uso de celular afecta el rendimiento de sus colaboradores? ¿Cómo considera que afecta?
8. ¿Cuál es su opinión respecto a que los colaboradores utilicen el teléfono celular en el área de trabajo?