



USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL LUGAR DE TRABAJO

*Sergio Manuel Madero-Gómez
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
Escuela de Negocios
Departamento de Gestión Empresarial y Talento Humano
Ave. Garza Sada 2501 sur 64849
Monterrey, Nuevo León
Tel. 81-83-28-40-90
smadero@itesm.mx*

Fecha de envío: 19/Marzo/2015

Fecha de aceptación: 25/Mayo/2015

Resumen

Este proyecto de investigación analiza el impacto del uso de las redes sociales en el ambiente laboral. Se diseñó un cuestionario con 44 reactivos que se aplicó a una muestra de 294 trabajadores, de las cuales 251 (82%) usan las redes sociales en el trabajo y 43 (18%), no las utilizan. Con base a los resultados obtenidos, las personas usan las redes sociales en el trabajo para chatear con amigos y compañeros, (MD = 4.27), por lo que los responsables en las empresas o el área de recursos humanos deben establecer una serie de recomendaciones generales que fomenten el uso responsable y productivo de los sistemas de comunicación e internet (MD = 4.22), también se encontró una relación inversa entre el uso de las redes sociales en el trabajo y la evitación del trabajo $r(289) = -0.27$, $p < 0.001$.

Palabras Claves:

Redes sociales, ambiente laboral, productividad, Recursos Humanos

Abstract

This research analyzes the impact social media has in the workplace environment. A survey was designed with 44 items and applied on 294 workers, from which 251 (82%) use social media when working and 43 (18%), do not use it. Based on the results, people use social media at work to chat with friends and colleagues, (MD = 4.27), so the human resources managers should

establish a series of recommendations to promote the responsible and productive usage of communications systems and the internet (MD = 4.22), an inverse relationship between the use of social media at work and work aversion was also found, $r(289) = -0.27$, $p < 0.001$.

Introducción

Las redes sociales en Internet han cambiado la forma en que interactúan las personas, ya que ahora tienen menos diálogo verbal, recurriendo a utilizar medios digitales a través de dispositivos móviles que están al alcance de cualquier persona. Siendo tan sencillo poder acceder a ellas, que en cualquier momento los usuarios están al pendiente de sus teléfonos, tablets, etc, convirtiéndose en una tendencia y en una moda. Sin embargo, en el contexto profesional se percibe de una manera negativa, como una distracción y pérdida de tiempo de las personas al estar desempeñando sus actividades laborales.

Por lo que se han estado generando una serie de reflexiones principalmente en el área de recursos humanos para adaptarse a esta situación que se presenta con mayor énfasis, teniendo diversas interrogantes como por ejemplo: ¿El uso de las redes sociales en el centro de trabajo afectan la productividad?, ¿Son distractores permanentes de las personas?, ¿Realmente ayudan a alcanzar las metas y objetivos que se han trazado?, ¿La empresa está preparada para trabajar en un ambiente dinámico?, ¿El uso de las redes sociales puede ser causa de recisión laboral?, entre otros cuestionamientos más.

Pensando en conocer más sobre éstas preguntas iniciales, se ha decidido llevar a cabo esta investigación por la relevancia que tiene estos temas en el ambiente laboral. Dans (2015) menciona que actualmente las compañías están conscientes de la importancia de usar las redes sociales, ya que están observando su progresivo auge, por lo que están viendo la necesidad de

transmitir esa imagen de modernidad y adaptación a los tiempos actuales, aunque ha sido difícil porque muchas de ellas se contradecían de sus prácticas debido a la restricciones, envolviéndose en el rol activo de la conversación, el estar informado, aprendiendo a no privarlos, si quieren que se mantengan al tanto de lo que pasa en su entorno.

Marco Teórico

El uso del internet y las generaciones a través de la historia.

Según datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2014), México cuenta con 51.2 millones de usuarios que usan internet al 2014, teniendo México una población de 122.3 millones de habitantes, según el Banco Mundial en 2013, por lo tanto cerca del 42% de los habitantes tiene acceso a la web.

El promedio de antigüedad del internauta mexicano es de 6 años (AMIPCI, 2014), dando usos principales de acuerdo al siguiente orden: Utilizando correo electrónico, Realizando búsquedas de información, Utilizando redes sociales, Para el uso de videojuegos, Para el uso de electrodomésticos (televisores, estéreos, refrigeradores).

Haciendo un análisis de los estudios hechos por la AMIPCI, observamos que las redes sociales han tenido un gran aumento en estos últimos años, destacando el uso principal en el ocio y dentro de las mismas compañías como un medio de comunicación interna. Cabe mencionar que además del hogar, el trabajo es dónde más tienen acceso a internet, por lo tanto, gran parte del tiempo se convierte en uso potencial de estas plataformas.

Contrastando cómo la tecnología ha sido un parteaguas en esta nueva era digital, todo este comportamiento se debe a que las personas han recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, a lo que se le define como Generación, de acuerdo a la Real Academia Española, los cuales para fines prácticos se desglosan como las cinco generaciones, basados en el modelo de Crindle (2014) que son las siguientes Generación silenciosa-tradicionalista nacidos entre los años (1925-1945), los Baby Boomers nacidos entre 1946 y 1964, la Generación X para aquellos que nacieron entre 1965 y 1979, la Generación Y para los que nacieron entre 1980 y 1994 y finalmente la Generación Z que son los que nacieron entre 1995 y 2009.

¿Qué se plantea con las cinco generaciones?, demostrar que se han tenido diversas vivencias y acontecimientos que han influido en el crecimiento y en el desarrollo humano, permitiéndole acceder a mayor información de una manera más rápida, conocer su entorno y el avance del mundo en menores periodos de tiempo, generando y/o adaptando el estilo de vida que más se adecue, tal como lo mencionan Valerio y Valenzuela (2011).

Tomando en cuenta el estudio realizado por la IEMM (2011) y por Crindle (2014), podemos darnos cuenta que las generaciones X y Y, han sido las que tienen mayor influencia y relación han tenido en la transición digital y en las nuevas formas de comunicación. Actualmente, conviven las tres generaciones en el entorno laboral, por lo que tienen diferentes formas de pensar y actuar, siendo un reto constante para el área de recursos humanos. Bolton, Parasuraman, Hoefnagels, Migchels, Kabadayi, et al. (2013); Ababneh y Shrafat (2014); Laumer, Eckhardt y Weitzel (2010).

Una de las características que menciona Deloitte (2010), es que estas diferencias provocan turbulencia dentro de las empresas, siendo uno de los problemas generacionales ya que su percepción es: “lo diferente es percibido como erróneo”, por eso frecuentemente escuchamos en las empresas juicios de valor negativo por parte de las generaciones maduras respecto de los jóvenes que ingresan en el mundo del trabajo y viceversa, provocando choques, conflictos y problemas de liderazgo y retención de talento.

La manera de poder encontrar un equilibrio y poder lograr tener resultados es comprender las diferencias generacionales, de cómo se originan, cómo evolucionan y fundamentalmente a partir de la creencia de que las formas de trabajo deben evolucionar, implicando dar respuestas nuevas a situaciones nuevas, generando estrategias de Gestión de Talento que respondan a las necesidades actuales y que permitan comprometer a todas las generaciones en el entorno laboral Deloitte (2010).

Definitivamente, todas las generaciones tienen alguna característica en común que las diferencia. Sin embargo, el reto es poder adaptar las formas de trabajo, el estilo de aprendizaje y de vida, en conjunto para que podamos obtener mejores resultados. Levickaité (2010) hace un estudio de la generación X, Y, Z en tres categorías principales: lo social, tecnológico y su ambiente histórico, en el que menciona que las redes sociales son la herramienta de comunicación que usan, cambiando la interacción en un mundo donde no hay fronteras, siendo los principales enfoques en los que se deben analizar a las personas, con la finalidad de que podamos ayudarlos a que conozcan todos los recursos que tienen disponibles.

Redes sociales

¿Qué es una red social?, una red social se puede explicar de muchas formas, la cual claramente evolucionará en los años venideros así que las definiciones no son absolutas. Ibarra (2014) muestra la siguiente definición: “Puede decirse que son las evoluciones de las tradicionales maneras de comunicación del ser humano (radio, televisión, periódico, etc.) que han avanzado con el uso de nuevos canales y herramientas, y se basan en la correlación, conocimiento colectivo y confianza generalizada”

Fernández (2008) dice: “Las redes sociales no son sólo un juego para el encuentro inesperado y sorprendente, sino espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades de otra manera, poner en pie servicios que de otra manera no existirían, tomar decisiones en tiempos complejos y proyectarse hacia el mercado global usando toda la potencia de la virtualidad” Las redes sociales se han convertido en una extensión más de los usuarios, pues se levantan, comen, ríen y duermen con ellas, siempre están presentes y se han convertido en un estilo de vida.

Las redes sociales se encuentran dentro de una gran encrucijada en la que las empresas las ven como una pérdida de dinero, ya que muchos de sus trabajadores acceden a ellas en su horario laboral y esto afecta a la productividad¹.

La tendencia más reciente es el hecho de que la productividad puede incrementarse fomentando la relación entre los empleados, y en ello tienen mucho que ver las nuevas aplicaciones sociales y

¹

las herramientas colaborativas, porque, si tomamos una empresa como una “red”, también conforma una estructura “social”, Escobar (2014).

Jacoby (2015) menciona que el uso de las redes sociales puede causar riesgos para un negocio cuando los empleados comparten información confidencial de la compañía a través de Facebook, Twitter y otros sitios. También mencionan la gran necesidad de contar con una política de usos y restricciones y lo que debe de cubrir. "Proteja a su organización mediante la escritura y la publicación de una política de medios sociales en su manual del empleado, y advierta a los empleados que tiene la intención de controlar el uso de los medios sociales.

Ambiente laboral y Satisfacción en el trabajo

El impacto personal del uso de redes sociales, no se ha mostrado como una vertiente de la productividad del personal de las empresas. Sin embargo, la resistencia al cambio, ha sido el desaprobar la prohibición del uso de redes sociales de acuerdo a DiMicco y Millen (2007).

Es evidente que la fuerza laboral contemporánea en el mundo ha tenido que moverse en base a sus formas de comunicación, para operar de una manera más fluida según lo menciona Asunda (2010).

El compartir el conocimiento dentro del entorno laboral no es meramente una plataforma para el desarrollo del comportamiento en base a la innovación de los empleados, esto también conlleva a la mejora continua en base a la solución de problemas. Investigaciones empíricas dan como resultado que los empleados con cierto uso de redes de contacto pueden llegar en ciertos niveles administrativos a generar soluciones, Chang y Harrington Jr (2005).

La satisfacción laboral es de gran interés para las empresas porque “indica la habilidad de la organización para satisfacer las necesidades de los trabajadores” y porque “muchas evidencias demuestran que los trabajadores insatisfechos faltan al trabajo con más frecuencia y suelen renunciar más, mientras que los empleados satisfechos gozan de mejor salud y viven más años”, Alonso Martín (2006).

Evitación del trabajo

La evitación del trabajo, indica Littlewood (2009) que tiene efectos negativos tanto para la organización como para los trabajadores, ya que se trata de una ruptura psicológica de la relación laboral. El tipo de ruptura laboral más investigado es la rotación laboral o renuncia (Littlewood, 2006) y se ha prestado poca atención por parte de las organizaciones y los investigadores a la renuncia de tipo psicológica o evitación del trabajo.

Desde hace décadas la evitación ha sido implícitamente asociada con la rotación o la renuncia, e identificada como una reacción del individuo en contra del trabajo. Por ejemplo, March y Simon (1958) la propusieron como renuncia psicológica, aunque la evitación del trabajo es reconocida y tiene de alguna manera influencia en el desempeño del trabajador y en el proceso natural de la renuncia.

La evitación del trabajo es una reacción inmediata del individuo, tal como lo indican Hulin, Roznowski y Hachiya (1985). Los empleados que incurren en conductas de evitación no

renuncian, permanecen en su lugar de trabajo ya que éstas los ayudan a compensar la inequidad, insatisfacción o frustración laboral, Rosse y Hulin (1985).

De acuerdo con Hom y Kinicki (2001); Krauz, Koslowsky y Eiser (1998) y Sheridan (1985), los empleados descontentos que faltan y llegan tarde al trabajo, tienen una mayor probabilidad de separarse. En otras palabras, la evitación del trabajo debe considerarse como un aviso y antecedente de la renuncia. En consecuencia, como una forma temprana de separación. Por ejemplo, los supervisores pueden castigar a sus empleados por llegar tarde o faltar (evitan el trabajo), y éstos en consecuencia aumentan el nivel de insatisfacción y sentimientos hostiles experimentados. En nuestro caso la evitación del trabajo se puede relacionar con el uso de las redes sociales como parte de un distractor en las actividades a realizar.

Método

El alcance de esta investigación es de tipo correlacional, descriptiva no experimental, la muestra fue a conveniencia, formada por hombres y mujeres, trabajadores de las áreas administrativas y de apoyo que tuvieran acceso a equipo de cómputo y dispositivos inteligentes, en la zona fronteriza noroeste de México, en la frontera de Baja California y California principalmente en la ciudad de Mexicali B.C., se aplicaron 294 un total de cuestionarios. Por lo que los resultados que se muestran en seguida no pueden ser generalizados a toda la población, sí muestran información relevante para poder tener una idea del uso y aplicaciones de las redes sociales en el entorno laboral.

Se diseñó un instrumento de medición con 44 reactivos, de los cuales se desglosan en 6 variables con escala tipo Likert, donde 1 es completamente en desacuerdo y 5 completamente de acuerdo y son: Percepción del uso de internet en el trabajo (7 ítems), Apoyo Organizacional Percibido (4 ítems), Evitación del Trabajo (4 ítems), Evitación del Trabajo-autoreportada (4 ítems), Satisfacción y Motivación (5 ítems) y Redes Sociales (4 ítems). En cuanto a los datos demográficos fueron 6 ítems y los 9 ítems restantes fueron relacionados con el uso de las redes sociales en el lugar de trabajo.

Para aplicar los cuestionarios se les pidió a los participantes su colaboración anónima y se mencionó que era un proyecto de investigación con fines netamente académicos y que los datos iban a ser utilizados únicamente por el equipo de trabajo que realiza el proyecto, se tuvo una duración aproximada de 15 a 20 minutos para contestar, después de terminarla se agradeció su participación y colaboración. Para realizar el análisis de la información recolectada, se utilizó el software estadístico NCSS 2007.

De acuerdo con las actividades realizadas, se han plantado las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: Existe una relación positiva entre el apoyo organizacional percibido y la satisfacción en el trabajo

Hipótesis 2: Existe una relación positiva entre el uso de las redes sociales y la satisfacción en el trabajo

Hipótesis 3: Existe una relación negativa ente el uso de las redes sociales y la evitación del trabajo

Hipótesis 4: Existe una relación negativa entre la evitación del trabajo y la satisfacción en el trabajo

Análisis de los datos

En la siguiente tabla se muestra la información relacionada con las personas que contestaron el instrumento de medida, destacando que el 46% son del género masculino y el 54% del femenino, también hay un 66% de la muestra que corresponde a la Generación Y, el 31% a la Generación X y el 7% restante son Baby Boomers.

Tabla 1:

Datos de los participantes

Uso de Redes Sociales en el trabajo	Genero		Jefe menor		Edad			Estado Civil			Experiencia				Nivel Académico		
	Masculino	Femenino	Si	No	Generacion Y	Generación X	Baby Boomers	Soltero	Casado	Otro	Menos de 5 años	Entre 6 y 10 años	Entre 11 y 15 años	Más de 15 años	Preparatoria	Profesional	Posgrado
Si	251	111 140	78 173	166 71 14	136 105 10	73 92 34 52	22 158 71										
		44% 56%	31% 69%	66% 28% 6%	54% 42% 4%	29% 37% 14% 21%	9% 63% 28%										
No	43	24 19	17 26	16 19 8	13 27 3	6 6 1 30	11 26 6										
		56% 44%	40% 60%	37% 44% 19%	30% 63% 7%	14% 14% 2% 70%	26% 60% 14%										
Total	294	135 159	95 199	182 90 22	149 132 13	79 98 35 82	33 184 77										
		46% 54%	32% 68%	62% 31% 7%	51% 45% 4%	27% 33% 12% 28%	11% 63% 26%										
		Chi cuad. 1.98	Chi cuad. 1.20	Chi cuadrada 16.3188	Chi cuadrada 8.4902	Chi cuadrada 44.3521	Chi cuadrada 12.1649										
		GL 1	GL 1	GL 2	GL 2	GL 3	GL 2										
		Prob. level .159	Prob. level .273	Prob. level 0.0003	Prob. level 0.0143	Prob. level 0.0000	Prob. level 0.0023										

Fuente: Elaboración propia

Análisis de Resultados

De las personas que sí usan las redes sociales en el trabajo, el Facebook es el más común, por otra parte es importante destacar que el 48% de los participantes mencionaron que utilizan las redes sociales menos de 2 horas en su lugar de trabajo y principalmente lo usan como una herramienta de comunicación con sus amistades y/o compañeros de trabajo.

Tabla 2:

Uso de las Redes Sociales en el trabajo

	Principales Redes Sociales			Tiempo que las utilizas en el trabajo				Para que las utilizas						
	Facebook	Whatsapp	Otras	Menos de 2 horas	Entre 2 y 4 horas	Más de 4 horas	No Aplica	Ocio	Comunicación	Investigación	Trabajo	Entretención	No Aplica	
Uso de Redes Sociales en el trabajo														
SI	251	239	10	2	120	75	43	13	31	115	16	58	27	4
		95%	4%	1%	48%	30%	17%	5%	12%	46%	6%	23%	11%	2%

Fuente: Elaboración propia

Actualmente la aplicación para redes sociales más utilizada y conocida es “Facebook”, definido como un sitio de Internet que teje una amplia red de personas, instituciones, organizaciones sociales y escuelas, entre otras que quieren relacionarse. En el que puedes publicar fotos, eventos, enlaces, videos, comentarios y sugerencias, se puede mantener comunicación con compañeros de trabajo, amigos y familiares, cada día las 24 horas.

En el siguiente cuadro, se puede observar que el 68% de las personas que participaron en la investigación usan entre 2 y 4 horas las redes sociales fuera de su lugar de trabajo, además de que el 71% sí las consideran útiles y el 51% mencionó que se están convirtiendo en un estilo de vida, dejando atrás al 35% que dijo que era una tendencia a usar las herramientas tecnológicas en el centro de trabajo y el 14% mencionó que es una moda.

Tabla 3:

Usos y utilidad de las redes sociales

		Tiempo que las utilizas fuera del trabajo				Son útiles en la empresa			Como las consideras		
		Menos de 2 horas	Entre 2 y 4 horas	Más de 4 horas	No Aplica	Si	No	No Aplica	Moda	Tendencia	Estilo de Vida
Uso de Redes Sociales en el trabajo											
SI	251	88	98	61	4	184	27	40	32	88	131
		35%	39%	24%	2%	73%	11%	16%	13%	35%	52%
No	43	11	3	2	27	24	9	10	10	14	19
		26%	7%	5%	63%	56%	21%	23%	23%	33%	44%
Total	294	99	101	63	31	208	36	50	42	102	150
		34%	34%	21%	11%	71%	12%	17%	14%	35%	51%
		Chi cuadrada 149.28				Chi cuadrada 5.8471			Chi cuadrada 3.3642		
		GL 5				GL 2			GL 2		
		Prob. level 0.0000				Prob. level 0.0537			Prob. level 0.1860		

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la interpretación de los resultados antes mencionados, el uso de las redes sociales dentro del lugar de trabajo, podría ser relativo, ya que dependerá del puesto, del tipo de industria en el que se desenvuelvan las personas, porque dependiendo de las características y el tamaño de las empresas son las políticas definidas por la dirección general y recursos humanos las que regulan el comportamiento del colaborador dentro de la compañía.

Hay organizaciones que cuentan con políticas de privacidad respecto al uso e intercambio de información confidencial, por lo que a través de las restricciones de ciertas páginas web, evitan el uso incorrecto o erróneo de las mismas. Sin embargo, los profesionistas cuentan con una red social, porque es una forma fácil y accesible de comunicarse y poder solucionar una duda o pedir algún apoyo a sus contactos o compañeros de trabajo, esto puede conllevar a utilizar los dispositivos dentro de la empresa y poder afrontar otra situación que puede ser considerada una práctica no ética.

En seguida se presentan diversos usos que se le pueden dar a las redes sociales en los centros de trabajo y proporcionan información que se puede interpretar en que sí son una pérdida de tiempo o afectan la concentración de las personas al estar realizando una actividad.

La pregunta que se realizó fue la siguiente: ¿Qué función consideras que realizan las personas usando las redes sociales en el trabajo?

Tabla 4:

Actividades a realizar con las redes sociales

	MD	DS
a.- Ver fotos y videos.	4.06	1.11
b.- Chatear con amigos y compañeros	4.27	0.90
c.- Conocer lo que hacen sus contactos.	3.82	1.19
d.- Buscar noticias.	3.93	1.10
e.- Encontrar ofertas laborales.	3.38	1.30
f.- Hacer compras	3.05	1.35
g.- Postear	3.67	1.22
h.- Hacer apuestas	2.16	1.41

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que las personas usan las redes sociales en el trabajo para chatear con amigos y compañeros, (MD=4.27, DS=0.90); para ver fotos y videos (MD=4.06, DS=1.11) y para buscar noticias (MD=3.93, DS=1.10) esos son los aspectos que muestran mayor importancia en el uso de las redes sociales. Por lo que se percibe que tiene un alto impacto en la productividad de los trabajadores, pues el 60% de los participantes así lo mostró, entendiendo que las redes sociales pueden convertirse en aliadas para mejorar la productividad de los empleados y así mejorar el ambiente laboral de las empresas, o bien pueden ser un enemigo por ser un distractor que siempre está presente si no se pone alguna medida formal dentro de una organización.

Tomando en cuenta lo que (Escobar, 2014) menciona respecto a que "Las redes sociales sirven como elemento motivacional, consolidan y mantienen el conocimiento colectivo (los activos intelectuales de la empresa) y sirven para potenciar el liderazgo. Lo que se busca utilizando las redes sociales dentro de una intranet corporativa es aprovechar la experiencia de usuario social que tienen los empleados en su vida privada, y llevarla al terreno empresarial".

A continuación se muestran los promedios la perspectiva que se tienen de los diversos aspectos relacionados con el uso y abuso del internet en las empresas para poder hacer su análisis de manera individual y comprender la relevancia que tiene cada una de ellas en el entorno laboral mexicano, como parte de la aportación que se pretende lograr en la investigación. Se puede observar que las personas perciben que las empresas deben de establecer una serie de recomendaciones para que los trabajadores usen responsablemente los sistemas de comunicación y el internet al estar realizando su trabajo, (MD=4.22, DS=0.94).

Tabla 5:

Aspectos relacionados con el uso y abuso de las redes sociales

El abuso del internet crea problemas al personal en las empresas.	3.91	1.26
Es necesario que las empresas impongan normas que limiten el uso de internet para el desarrollo de actividades personales.	3.66	1.25
Consideras que el uso del internet es una forma de ausentismo laboral.	3.24	1.40
Creas que las personas caen en la tentación de usar el internet en su horario de trabajo para resolver asuntos personales.	4.03	1.05
La política de recursos humanos más adecuada para hacer frente a los conflictos actuales es imponer los llamados códigos de conducta para el uso de las páginas web permitidas en la empresa.	3.61	1.18
Las empresas deben establecer una serie de recomendaciones generales que fomenten el uso responsable y productivo de los sistemas de comunicación e internet.	4.22	0.94

Cree que es necesario establecer una regulación que limite el uso del internet en las empresas.	3.66	1.27
---	------	------

Fuente: Elaboración propia

Se aprecia también que usar el internet o las redes sociales en el centro de trabajo es un motivo de distracción muy fácil que las personas tienen, (MD=4.03, DS=1.05).

Continuando con el análisis de los resultados, se realizó la prueba de confiabilidad de los ítems utilizados en el instrumento de medida, mediante un análisis factorial exploratorio, obteniendo cargas factoriales superiores a 0.45, resultando estadísticamente aceptables, por lo que se procedió a promediar los resultados individuales de cada uno de los ítems para la creación de cada uno de los constructos de la investigación, obteniendo para el apoyo organizacional percibido un alfa cronbach (α) de 0.852; para la evitación del trabajo autoreportada, (α) de 0.828; para la evitación del trabajo (α) de 0.843; para uso de redes sociales (α) de 0.862 y la satisfacción se obtuvo un (α) de 0.821.

Buscando una posible relación entre los constructos, se procedió a realizar un análisis de correlación obteniéndose lo siguiente:

Tabla 6:

Matriz de Correlación de las variables de la investigación

	1	2	3	4	5
1.- AOP	1.000				
2.- ETrab	-0.291***	1.000			
3.- ETAuto	-0.128*	0.389***	1.000		
4.- Satisf	0.602***	-0.183**	-0.311***	1.000	
5.- UsoRS	0.433***	-0.267***		0.381***	1.000

*** La correlación es significativa al nivel 0,001 (bilateral).

** La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

* La correlación es significante al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Es importante mencionar que el mayor porcentaje de relación se presenta con el apoyo organizacional percibido y la satisfacción $r(289)=0.60$, $p<0.001$, con esto se cumple la hipótesis 1 de la investigación, seguido por el uso de las redes sociales y el apoyo organizacional percibido $r(289)=0.43$, $p<0.001$.

La hipótesis 2 se comprueba ya que el índice de correlación mostrado para el uso de las redes sociales y la satisfacción en el trabajo cumple satisfactoriamente $r(289)=0.38$, $p<0.001$, de igual manera para la hipótesis 3, pues los resultados muestran que efectivamente existe una relación negativa entre la evitación del trabajo y el uso de las redes sociales $r(289)=-0.27$, $p<0.001$. Finalmente la hipótesis 4 también se comprueba ya que existe una relación negativa entre la evitación del trabajo y la satisfacción $r(289)=-0.18$, $p<0.001$.

Lo que también se observa en los resultados de la matriz de correlación es la relación inversa de la evitación del trabajo autoreportada con la satisfacción $r(289)=-0.31$, $p<0.001$.

Discusión, conclusiones y capitalización

En base a los resultados arrojados se descubrió que la red social principal utilizada dentro del entorno laboral por los empleados es en primera instancia *Facebook*, en segundo lugar se encuentra *Whatsapp*, confirmando lo que mencionan DiMicco y Millen (2007).

Actualmente las redes sociales se han convertido en una necesidad, las personas viven junto a sus dispositivos inteligentes, juegan, ríen, se comunican, duermen y trabajan junto a ellos, mientras acceso a la red. Respecto a la existencia de las redes sociales internas de la empresa (intranet), se puede mencionar que sirve para facilitar el proceso de envío de información y sublimar hasta

cierto punto que las personas puedan “navegar” en algunos otros ámbitos de redes sociales externas.

Sparrow (2015) menciona que el uso de las redes sociales se debe considerar un aprendizaje para las diferentes generaciones en los centros de trabajo y es conveniente empezar a explotar este recurso, porque no se ha aprovechado de manera positiva en muchas compañías. A pesar de que no es una causa de despido, es necesario establecer lineamientos para la privacidad de información.

Por otra parte se cuenta con una variedad de personas que se clasifican en las diferentes generaciones y que han vivido de distinta manera ante el uso de la tecnología y las nuevas plataformas de comunicación como las redes sociales, por lo que es necesario, que se sensibilice en el funcionamiento y en las ventajas que se tienen con el uso de éstas herramientas, considerando el uso responsable en los lugares de trabajo y los objetivos que se pretenden cubrir dentro de la empresa.

Es necesario también tener en cuenta que se deben explicar claramente al personal las implicaciones negativas que tiene el uso de las redes sociales en el lugar de trabajo, pues puede ser desde una llamada de atención por parte de los superiores por la distracción o falta de atención en su trabajo hasta la terminación de la relación laboral.

Por otra parte es necesario mencionar que algunas de las implicaciones empresariales que tiene la presente investigación pues es conveniente sensibilizar a los colaboradores respecto al uso de las redes sociales, promoviendo actividades de aprendizaje tales como capacitaciones, discusiones online, uso de dispositivos electrónicos, etc. con la finalidad de que conozcan el uso de nuevas

herramientas digitales que propicien la mejora continua, conozcan más su industria y puedan aportar nuevas ideas.

Así como identificar áreas de oportunidad para las empresas acerca de los beneficios y ventajas que tiene el uso de las redes sociales para acercar a las personas de diferentes edades que se encuentran en el lugar de trabajo, reduciendo el choque cultural y poder modernizar la forma de trabajar.

Finalmente establecer políticas claras acerca del uso correcto de las redes sociales, en la que se promueva el uso adecuado de la información para que tomen en cuenta el sentido de responsabilidad hacia su desempeño en las actividades diarias.

Después del análisis de los datos surgen algunas interrogantes como ¿Cuáles son los efectos cuantificables en las empresas con el uso de las redes sociales?, ¿Existen indicadores claros y medibles para medir el impacto en la productividad?, ¿El área de Recursos Humanos está consciente que el uso de las redes sociales puede ser un aliado importante en los procesos empresariales siempre y cuando se definan las reglas claramente?, esto sería un buen punto de partida en alguna investigación que pueda ser realizada en el futuro o como seguimiento a los resultados aquí mostrados, pues el uso de las redes sociales es un tema que debe ser analizado desde muchos puntos de vista, pues la relación entre la productividad empresarial y las herramientas sociales es algo novedoso, pero que ya suscita gran interés.

Referencias bibliográficas

- Ababneh, H., y Shrafat, F. (2014). Human Capital Information Systems: An Introduction. *International Journal of Business and Management* 9(9): 193-204.
- Alonso Martín, P. (2006). Diferencias En La Percepción De La Satisfacción Laboral En Una Muestra De Personal De Administración <http://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N88-3.pdf>, tomado el 18 de Marzo de 2015.
- AMIPCI (2014) Asociación Mexicana de Internet *Estudio de Hábitos del Internauta Mexicano*. Recuperado el 18 de Marzo de 2015 de https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf
- Asunda P. (2010). Productivity, Social Networks and Net Communities: In the Workplace. *Techniques*, 85(5), 38-41.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., et al. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3): 245-267.
- Chang, M., y Harrington Jr. J. (2005) Discovery and Diffusion of Knowledge in an Endogenous Social Network. *American Journal of Sociology*, 100(4), 937-976.
- Crindle M. (2014) *The ABC of X, Y, Z*. Recuperado el 18 de Marzo, 2015 de <http://theabcofxyz.com/free-content/#1>
- Dans E. (2015) The Social Company is Already with Us. *Forbes.com*, recuperado el 18 de Marzo, 2015 de <http://www.forbes.com/sites/enriquedans/2015/01/15/the-social-company-is-already-with-us/>
- Deloitte (2010) *Diferencias Generacionales México*. Recuperado el 18 de Marzo, 2015 de [http://www.deloitte.com.mx/documents/BoletinFactorChina/mx\(es-mx\)Diferencias_generacionales_MX.pdf](http://www.deloitte.com.mx/documents/BoletinFactorChina/mx(es-mx)Diferencias_generacionales_MX.pdf)
- DiMicco J., y Millen D. (2007) Identity Management: Multiple Presentations of Self in Facebook, recuperado el 18 de Marzo de 2015 de http://onemvweb.com/sources/sources/multiple_presentation_facebook.pdf
- Escobar Sanz-Dranguet, B. (2014). Redes Sociales empresariales como factor de productividad. *Capital Humano*, 27(290), 100-102. Recuperado el 18 de Marzo de 2015, <http://www.directivoscede.com/es/conocimiento/articulos/redes-sociales-empresariales-como-factor-productividad>.
- Fernández, L. A. (2008). "Investigar en tiempos de crisis... y redes". Análisis Madrid. Recuperado el 18 de Marzo de 2015 de

<http://www.madrimasd.org/informacionIdi/analisis/opinion/opinion.asp?id=37289>

- García-Galera, M., Del Hoyo-Hurtado, M. y Fernández-Muñoz, C. (2014). Engaged Youth in the Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation. *Comunicar*, 43(22), 35-43.
- Home, P.W., y Kinicki, A. J. (2001). Toward a greater understanding of how dissatisfaction drives employee turnover. *Academy of Management Journal*, 44, 975-987.
- Hulin, C., Roznowski, M., y Hachiya, D. (1985). Alternative opportunities and withdrawal decisions: Empirical and theoretical discrepancies and an integration. *Psychological Bulletin*, 97, 233-250.
- Ibarra García, J. (2014). Comunicación y redes sociales. *PYME adminístrate hoy*, 29(318), 63-68.
- IEEM (2011). ¿A qué generación pertenece usted?. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, 14(3), 62-66.
- Jacoby, M. (2015). Add socialmedia policy to employee handbook. *HR Specialist: Compensation & Benefits*, 10 (1), 5. Recuperado el 27 de enero, 2015 de la base de datos EBSCO.
- Krauz, M., Koslowsky, M., y Eiser, A. (1998). Distal and proximal influences on turnover intentions and satisfaction: Support for a withdrawal progression theory. *Journal of Vocational Behavior*, 52, 59-71.
- Laumer, S., Eckhardt, A., y Weitzel, T. (2010). ELECTRONIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN AN E-BUSINESS ENVIRONMENT. *Journal of Electronic Commerce Research* 11(4): 240-250.
- Levickaitė, R. (2010). Generations X, Y, Z: How social networks form the concept of the world without borders (The case of Lithuania). *Limes*, 3(2), 170-183.
- Littlewood, H.F. (2006). *De cuerpo presente; un estudio de evitación del trabajo*. X Congreso de ACACIA. SLP, SLP.
- Littlewood, H.F. (2009). *Evitación del trabajo en un hospital público: Un estudio longitudinal*. Investigación doctoral. ESCA, I.P.N.
- Rosse, J. G. y Hulin, C. L. (1985). Adaptation to work: An analysis of employee health, withdrawal, and change. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 36, 324-347.

Sheridan, J. (1985). A catastrophe model of employee withdrawal leading to low job performance, high absenteeism, and job turnover during the first year of employment. *Academy of Management Journal*, 28, 88-109.

Sparrow M. I. (29 de Enero de 2015). Directora de Capital Humano, Urbi Corporativo (J. Villavicencio, Entrevistador)

Valerio-Ureña G. y Valenzuela-González R. (2011). Redes Sociales y Estudiantes Universitarios del Nativo Digital al informívoro saludable. *El Profesional De La Información*. 20(6): 667-670.