



FACULTAD DE PSICOLOGIA

**USO DE REDES SOCIALES EN TRABAJADORES DEL RUBRO DE
VIGILANCIA DE UNA EMPRESA PRIVADA**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología

AUTOR (A):

TÁVARA CAMPOS, MARILYN FLOR DE MARÍA

ASESOR (A):

HERVIAS GUERRA, Edmundo Magno

JURADO:

FIGUEROA GONZÁLES JULIO LORENZO

LÓPEZ ODAR DENNIS ROLANDO

FRANCO GUANILO ROXANA LORENA

Lima – Perú

2021

DEDICATORIA

A mis padres que son un ejemplo para mí.

A mis abuelitos que se encuentran en el cielo cuidándome y guiándome en cada paso que doy.

A mí familia quien siempre estuvo presente en cada logro mío.

AGRADECIMIENTO(S)

Le agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi carrera.

Le doy gracias a mis padres Jorge y Flor por apoyarme y guiarme en todo momento, por los valores que me inculcaron, por el amor, el cariño y ejemplo de vida a seguir.

A mi hermana por ser parte importante de mi vida y un ejemplo a seguir para mí. A mis abuelitos que son mis ángeles y que siempre me dieron todo su amor, a mis tíos Julia y Víctor quienes con sus consejos y lecciones de vida ayudaron a que crezca como persona.

Le agradezco la confianza, apoyo y tiempo a mi amigo por haber sido un excelente compañero de tesis, por haberme tenido la paciencia necesaria y por motivarme a seguir adelante en los momentos de desesperación.

A mis organitos por ser parte significativa de mi vida, por ser mis hermanos y haber estado conmigo en todos estos años de hermosa carrera.

Índice

PORTADA.....	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO(S)	III
Índice	IV
LISTA DE TABLAS	VI
LISTA DE FIGURAS.....	VIII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
I. Introducción	11
1.1.1 Problema General	16
1.1.2 Problemas Específicos.....	16
1.2. Antecedentes	17
1.2.1 Antecedentes Nacionales.....	17
1.2.2 Antecedentes Internacionales.....	19
1.3. <i>Objetivos</i>	21
1.3.1 Objetivo general	22
1.3.2 Objetivos específicos	22
1.4 <i>Justificación e importancia</i>	22
1.5. <i>Hipótesis</i>	24
1.5.1 Hipótesis General.....	24
1.5.2 Hipótesis Específicas	24
II Marco Teórico.....	25
2.1. <i>Bases teóricas</i>	25
2.1.1. <i>Historia de las Redes sociales</i>	25
2.1.2. <i>Las redes sociales</i>	27

2.1.3. <i>Cómo funcionan las Redes sociales</i>	28
2.1.4. <i>Tipos de redes sociales</i>	28
2.1.5. <i>Ventajas y desventajas de las redes sociales.</i>	29
2.1.6. <i>Adicción a las Redes Sociales</i>	30
2.1.7. <i>Uso problemático de redes sociales</i>	32
2.1.8. <i>Factores de Riesgo</i>	33
2.1.9. <i>Redes Sociales Laborales</i>	35
III. Método.....	36
3.1 <i>Tipo y diseño de investigación</i>	36
3.2. <i>Variables</i>	36
<i>Variable de estudio: Uso de Redes sociales.</i>	36
<i>Variables de control: Cargo de desempeño y tipo de uso.</i>	36
3.3. <i>Población y muestra</i>	36
3.4. <i>Instrumentos de recolección de datos</i>	37
3.5. <i>Procedimiento</i>	39
IV Resultados	40
4.1 <i>Medidas psicométricas de los instrumentos.</i>	40
4.2. <i>Descripción de la variable de estudio.</i>	42
4.3 <i>Diferencias de medias de las variables de estudio en función de las variables de control.</i>	45
V. <i>Discusión</i>	55
VI. <i>CONCLUSIONES</i>	59
VII. <i>RECOMENDACIONES</i>	60
VIII. <i>Referencias</i>	61
IX. <i>ANEXOS</i>	65

LISTA DE TABLAS

Número	Página
1.	Análisis de confiabilidad del cuestionario de experiencias relacionadas a internet..... 40
2.	Análisis de relación ítem – test del cuestionario de experiencias relacionadas al internet..... 41
3.	Validez de constructo del cuestionario de experiencias relacionados al internet..... 42
4.	Baremos del cuestionario de cuestionario de experiencias relacionadas a internet..... 42
5.	Frecuencia de características en el uso de internet 43
6.	Frecuencia de características en el uso de internet y redes sociales 44
7.	Prueba de bondad de ajuste a la curva normal para las variables de estudio experiencias relacionadas a internet 45
8.	Comparación de medias de experiencias relacionadas a internet según tipo de cargo..... 45
9.	Comparación de medias de experiencia relacionadas a internet según tiempo de servicio. 47
10.	Comparación de medias de experiencias relacionadas a internet según rango de edad 50

11.	Comparación de medias de experiencias relacionadas según sede de trabajo.	51
12.	Nivel de experiencias relacionadas a internet en trabajadores de una empresa privada de Lima Metropolitana.	53

LISTA DE FIGURAS

Número	Página
1. Porcentajes por categoría de los evaluados por el cuestionario de experiencias relacionadas a internet según cargo.	47
2. Porcentajes por categoría de los evaluados por el cuestionario experiencias relacionadas a internet según tiempo de servicio	48
3. Porcentajes por categoría de los evaluados por el cuestionario de experiencias relacionadas a internet según edad	50
4. Porcentajes por categoría de los evaluados con el cuestionario de experiencias relacionadas a internet según sede de trabajo.	52
5. Porcentajes por categoría de los evaluados con el cuestionario de experiencias relacionadas a internet de una empresa privada de Lima Metropolitana.....	54

Uso de redes sociales en trabajadores del rubro de vigilancia de una
empresa privada

Távora Campos Marilyn Flor de María

Universidad Nacional Federico Villarreal

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo fundamental describir el uso de las redes sociales y luego medir sus diferencias considerando el tipo de red social, nivel y frecuencia en su uso. Los participantes pertenecen al rubro de vigilancia de la empresa privada Security Hanner S.A.C, siendo un total de 85 trabajadores de las sedes: Arequipa (24), Lima (46) y Cañete (15). Este estudio es de tipo no experimental con un diseño descriptivo comparativo, donde se utilizó el Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet (CERI) validado por Beranuy, Chamarro, Graner y Carbonell, (2009). Se obtuvo que el 29.4% de los trabajadores realiza un uso recreativo, el 58.8% un uso abusivo, y un 11.8% un uso adictivo a la red social. Así mismo se halló diferencias significativas según la edad ($p=.002$) y sede ($p =.030$), mientras que según el cargo ($p=.799$) y tiempo de servicio ($p=.595$) no se halló diferencias significativas.

Frases clave: Redes sociales, internet, vigilancia, experiencias.

Use of social networks in workers of the surveillance sector of a private Company

Távora Campos Marilyn Flor de María

Universidad Nacional Federico Villarreal

ABSTRACT

The objective of this research was to describe the use of social networks according to type, level and frequency in workers in the surveillance sector of a private company, the design used was non-experimental, of a comparative descriptive type; the Internet Related Experiences Questionnaire (CERI) validated by Beranuy, Chamarro, Graner and Carbonell, was used (2009). 85 workers participated in the field of surveillance of the offices of Arequipa (24) Lima (46) and Cañete (15) of the Surveillance Security Hanner S.A.C. that provides services in all these locations. The results showed that 29.4% of the workers make recreational use of the Internet, 58.8% make an abusive use, while 11.8% present an addictive use to the network, finding significant differences in terms of age range ($p = .002$) headquarters ($p = .030$) and no significant differences according to the type of charge ($p = .799$) and service time ($p = .595$).

Key phrases: Social networks, surveillance

Capítulo I

Introducción

La presente tesis constituye una vía de información respecto al uso de las redes sociales, en la actualidad y su impacto en la vida psicosocial, ya que hoy en día las nuevas tecnologías se han convertido en parte fundamental y hasta prioritaria de nuestras vidas.

Ya en el Siglo XXI y principalmente en los últimos años los avances tecnológicos vienen evolucionado de forma más acelerada. Los avances en la Informática y los medios de comunicación contribuyen hoy en día al desarrollo de nuevos conocimientos y porque no decir al desarrollo de la ciencia, sin embargo, la coyuntura actual propicia un foco de atención especial a las redes sociales.

Hoy en día el Internet, dentro de las nuevas tecnologías vienen impactando en la realidad del mundo actual, tanto en aspectos sociales, culturales y de comunicación, etc., por ello se ha convertido en una herramienta indispensable en los ámbitos de nuestra vida personal, social, laboral entre otros, así mismo es un medio que facilita las interacciones, la socialización en general, pero principalmente es una herramienta que agiliza la comunicación en cualquier parte del mundo.

Sin embargo, las redes sociales traen consigo no solo conocimientos avanzados y modernidad, si no que el uso excesivo del Internet puede

conllevar perjuicios para las personas. En la actualidad los niños, adolescentes, jóvenes y adultos pueden desarrollar comportamientos problemáticos y/o adictivos a las redes sociales; ya que están permanentemente alertas a lo que sucede a estos entornos virtuales, verificando el Smartphone, Tablet o computadora a toda hora, pueden participar en conversaciones virtuales y contestar mensajes que muchas veces pueden resultar inapropiados no solo por su contenido si no también por la circunstancia (manejando un carro, moto, en una cena, conferencia, en clases o en una reunión de trabajo o de amigos, etc.). Así mismo por dedicarse a estas actividades muchas veces se suele descuidar las relaciones interpersonales (con familiares, amigos, pareja, compañeros de trabajo etc.), además se pueden sentir ansiosos, irritables y con elevado estrés; alterando muchas veces su alimentación, sus hábitos de sueño y por ende su salud (Escrura y Salas, 2014).

Por otro lado, el uso inadecuado o excesivo de estas herramientas tecnológicas puede resultar perjudicial y tener otros efectos como el aislamiento social y la baja autoestima (Arnao y Surpachin ,2016). Por ello, hoy en día es importante prestar más atención a la problemática del uso inadecuado de las redes sociales, que en ocasiones pueden conllevar dependencias psicológicas o adicciones sin sustancias (a las tecnologías, al teléfono móvil, a los juegos de azar, a los videojuegos, a Internet, a la comida, al sexo, a las compras, etc.) convirtiéndose en problemas que afectan las relaciones sociales e interpersonales, familiares, afectivas, en el trabajo, estudiantes de colegios y universidad.

En el Capítulo I se brinda información sobre los aspectos referentes al planteamiento del problema, antecedentes de investigación, objetivos e hipótesis, limitaciones y justificación de la investigación.

En el Capítulo II Se mostrará todo lo concerniente al sustento teórico de la variable de estudio. Investigaciones previas a nivel internacional y nacional que serán contrastados con los datos hallados en esta investigación, así como el marco teórico desde el cual se pretende analizar el uso a redes sociales.

En el Capítulo III Se refiere al diseño y tipo de investigación utilizado en el presente estudio y la información sobre el instrumento usado y el procedimiento seguido para su ejecución.

En el Capítulo IV Se presentan los resultados obtenidos de los datos recolectados en la muestra de estudio, cumpliendo con los objetivos e hipótesis desarrollados.

Finalmente, en el Capítulo V, Se analiza y discutirán los resultados obtenidos con el fin de dar a conocer los alcances de la investigación, y las comparaciones con estudios antes desarrollados.

1.1. Descripción y formulación del problema.

Las nuevas tecnologías están cada vez más al alcance de la población, sin distinción de edad, sexo, estatus social, etc; se trabaja, se aprende, se divierte y hasta se enamora delante de una pantalla. Los adelantos en la tecnología hacen que nuestra sociedad afronte cada vez de manera más acelerada, las novedades de este auge tecnológico. Hoy parece inconcebible que se pueda funcionar sin el correo electrónico, las redes sociales o la ventana de Google (Echeburua y Requesens, 2012), no obstante, el fondo de todo este progreso y facilidad para obtener y transmitir información, no solo conlleva estas funciones en sí, sino otros aspectos, tal como: el contenido, el tiempo empleado en su uso diario, el abuso y/o dependencia a este material, etc, lo cual hoy en día es un tema de relevancia para la salud psicológica, el ámbito laboral (características del empleo) y bienestar social.

Podemos encontrar el concepto de red en casi todas las disciplinas científicas entre ellas las ciencias sociales, pero también se trata de un término que ha entrado en el vocabulario común, en el que tiene diversos significados, hace más de medio siglo que el concepto de red comenzó a adquirir una definición específica y a ser utilizado de manera frecuente. Las redes sociales o servicios de redes sociales, relacionada concretamente al uso del internet, inicio su apogeo hace poco más de una década y poco a poco, ha venido

provocando un impacto social de proporciones inusitadas, que sorprendieron incluso a sus creadores (Echeburua y Requesens, 2012).

El uso de las redes sociales toma cada día una connotación relevante y coyuntural, ya que, en cuanto a las relaciones sociales, actualmente está vinculada a aquellos espacios virtuales donde los usuarios pueden crear un perfil, interactuar con amigos y conocer personas con quienes compartir determinados intereses. El más conocido de los espacios es Facebook, el cual, para el 2015 ya tenía 1300 millones de usuarios (Arnaboldi, Passarella, Conti y Dunbar, 2015).

De acuerdo con estudios realizados en el Perú (INEI,2014), en Lima Metropolitana se estima que el (64.1%) de habitantes son usuarios activos de internet, y las actividades que realizan con mayor frecuencia son en primer lugar obtener información (94,2%), en segundo lugar Comunicarse (78,8%) y en tercer lugar buscar entretenimiento (65,5%). Cabe mencionar (Diario Gestión,2015) que el uso de las redes sociales en personas adultas ha incrementado ya que usan estos servicios para buscar noticias o información de interés (93%), lo que nos indica que son los trabajadores quienes están cada vez más involucrados en el tema de las redes sociales en el Perú, siendo esto, necesario para relacionarse, conocerse, generar lazos afectivos y potenciar los conocimientos y aptitudes.

Una población específica de análisis, radica en los trabajadores del rubro Seguridad. Según el Diario Comercio (2015) el mercado de seguridad privada tiene un total de 694 empresas autorizadas en el país, de acuerdo con la Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas y Explosivos de Uso Civil (Sucamec). Este número incluye todas las modalidades: vigilancia, transporte blindado, seguridad personal, entre otras, lo que conlleva a que podamos decir que no solo el arma o la vara sean herramientas fundamentales para el trabajo de estas personas, si no que poco a poco el uso de los teléfonos móviles de última generación o las tablets se estén convirtiendo en piezas claves para su labor diaria, pues la tecnología es fundamental para que las empresas brinden sus servicios, y aquellas que

brinden mayores herramientas tecnológicas a sus trabajadores en el mercado actual pueden convertirse en empresas líderes.

Por estas razones la población en investigación será el personal de vigilancia de una empresa privada, en la cual es probable que, el uso de las redes sociales se venga incrementando de manera muy abrumadora ya que muchos de ellos afirman que unos de sus pasatiempos favoritos, durante y fuera de sus labores es el uso de internet, asimismo, algunos de ellos, afirman que se sienten muy pendientes del internet y de sus redes sociales, durante el transcurso del día, muchas veces llegando a descuidar sus labores y otras responsabilidades.

De ello nace el interés y la preocupación por realizar este estudio, ya que el uso del Internet como herramienta tecnológica se ha constituido en el medio para hacer realidad los procesos de globalización, permeándose en todas las culturas, incrementando su uso en las empresas y por ende permitiendo una perspectiva diferente del mundo. Esta nueva mirada a la realidad actual, hace ver ventajas y desventajas de las redes sociales, de esta última, la fragilidad en la capacidad de las personas para controlar su uso.

Por ello, el no saber gestionar el uso que hacemos de las redes sociales puede conllevar numerosas consecuencias negativas en desmedro de nuestras relaciones interpersonales y en nuestra concentración, o provocarnos estrés y ansiedad, con consecuencia negativas también en el ámbito laboral (Burrola L. 2015). Si el uso se vuelve más frecuente y se desarrolla algún abuso o dependencia a internet y, en concreto, a las redes sociales, podría advertirse una situación de descontrol, que, al mismo tiempo, podría conllevar una mala gestión de las emociones, haciendo que las consecuencias puedan llegar a perjudicar el prestigio de una persona, en un instante.

Por tanto, es importante conocer sobre el uso de redes sociales en esta población y su frecuencia de uso. Asimismo, la necesidad de tomar algunas medidas correctivas necesarias y reducir el alto porcentaje del uso de los mismos. Por ello, se plantea la siguiente pregunta:

¿Cuál es el nivel de uso de las redes sociales en los trabajadores del rubro de vigilancia de una empresa privada?

1.1.1 Problema General

¿Cuál es el nivel de uso de las redes sociales en los trabajadores del rubro de vigilancia de una empresa privada?

1.1.2 Problemas Específicos

1. ¿Cuáles son las propiedades psicométricas del cuestionario de experiencias relacionadas al internet en colaboradores del rubro de vigilancia de una empresa privada?
2. ¿Existirá diferencias significativas del uso de las redes según tiempo de servicio en colaboradores del rubro de vigilancia de una empresa privada?
3. ¿Habrá diferencias significativas del uso de las redes según la sede de los colaboradores del rubro de vigilancia de una empresa privada?
4. ¿Existirá diferencias significativas del uso de las redes según edad en colaboradores del rubro de vigilancia de una empresa privada?
5. ¿Habrá diferencias significativas del uso de las redes según cargo en colaboradores del rubro de vigilancia de una empresa privada?

1.2. Antecedentes

1.2.1 Antecedentes Nacionales

En nuestro país no hay muchas investigaciones referentes a la adicción al internet y redes sociales, se ha empezado a realizar estudios referidos a las redes sociales desde el 2011.

Salcedo (2016) realizó un estudio de tipo descriptivo-correlacional que planteó como objetivo la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima, mediante un diseño transversal. Para ello se evaluó a 346 alumnos, de ambos sexos, 112 varones y 234 mujeres entre los 16 y 25 años de edad ($M = 19.28$, $DE = 19$), de una universidad particular de Lima, a quienes se les administró la Escala de Autoestima propuesta por Stanley Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Ecurra y Salas (2014). Los resultados indican una relación negativa ($r = -.469$, $p < .01$) entre las variables adicción a redes sociales y autoestima, así como con sus componentes, además se observan diferencias significativas en los puntajes obtenidos a favor de las mujeres tanto en las dimensiones de la variable adicción a redes sociales como en las dimensiones de la variable autoestima.

Ecurra y Salas (2014) investigaron acerca del comportamiento de los jóvenes universitarios limeños con respecto al uso de las redes sociales. Utilizaron el cuestionario sobre el uso de redes sociales (ARS) su muestra fue de 380 jóvenes. Dentro de los principales resultados se halló que los jóvenes evaluados utilizan la red social Facebook con mayor frecuencia que las demás redes sociales, utilizando sus móviles de la red de casa, considerando que las redes sociales les permiten mayor posibilidad y facilidad de mantenerse comunicados, encontrando poca frecuencia del uso de las redes sociales en relación al ámbito académico. Asimismo, encontraron diferencias estadísticamente significativas en el uso de las redes sociales entre los varones, en comparación con las mujeres; y que los jóvenes en el rango de edad de

16 a 20 años hacen mayor uso de las redes sociales que los jóvenes entre 26 años a más.

IPSOS APOYO Opinión y Mercado (2012) realizaron una investigación sobre el uso y actitudes hacia Internet, entre personas de 8 a 70 años de edad, en todos los niveles socioeconómicos a nivel urbano en el Perú. En los resultados se encontró que el 64% de la población limeña se conecta a Internet por lo menos una vez al mes. A nivel nacional se halló que la región oriente es la que menos se conecta, con un 35%; aumentando el hecho de conectarse en las regiones norte, centro y sur, se observó que el internauta limeño se conecta de forma interdiaria a Internet. El 16% de limeños posee Internet en su móvil, el 17% posee señal wifi. El 61% de los internautas se conecta a la señal wifi a través de su computadora, mientras que el 23% lo hace desde su smartphone, 10% de su iPod y 5% desde su tablet. En relación a las redes sociales, Twitter ha ido aumentando significativamente sus seguidores.

Carreño (2011) realizó una investigación respecto al uso de las redes sociales como estrategia de la comunicación política, donde se aplicaron 356 encuestas a personas de 8 a 70 años de todos los niveles socioeconómicos. Se utilizó la técnica de encuestas cara a cara y llamadas telefónicas, sus resultados arrojaron que El 54% de usuarios de redes sociales es hombre, mientras que el 46% es mujer. El 53% de los encuestados lo usa de forma intensiva. Y el 9% lo usa de forma baja. El 40% de jóvenes usuarios de redes sociales tiene más de 151 amigos. Y la actividad que más se realiza (90%) es chatear y respecto a las edades, el 35% de jóvenes de 18 a 24 años de edad, usa las redes sociales. En contraste, un 9% de personas de 36 a 50 años es usuario de este medio. Además, se determinó que el crecimiento de Facebook ha sido de un 92% y la otra red social, Hi5, ha disminuido en un 47%.

1.2.2 Antecedentes internacionales.

Redondo, Rangel, Luzardo e inglés (2016) realizaron un estudio sobre las experiencias que se relacionan con el uso de internet y celular en una muestra de estudiantes universitarios de primer semestre de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga. La muestra estuvo conformada por 639 estudiantes, con una edad promedio de 17 años y se utilizaron el Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet (CERI) y el Cuestionario de Experiencias Relacionadas con el Celular (CERM). Obteniendo como resultados que los estudiantes de las distintas facultades muestran mayor adicción a la internet. De igual forma, se halló una baja prevalencia del uso adictivo de internet y del abuso del teléfono celular en relación con otros estudios realizados reportados en la literatura. Finalmente, los hallazgos encontrados en este estudio contribuyen de forma directa en la comprensión de los diferentes cambios sociales que acaecen por el abuso y uso excesivo de Internet y el teléfono celular.

Así mismo Parra, Vargas, Zamorano, Peña, Velázquez , Ruiz y Monreal (2016) realizaron una investigación que tuvo como objetivo conocer la probabilidad de presentar adicción y los factores determinantes sobre el uso problemático del internet en estudiantes universitarios en la ciudad de H. Matamoros, Tamaulipas, la población fue de 1,125 estudiantes y una muestra de 323, en una universidad pública, el instrumento utilizado fue el “Cuestionario de Uso Problemático de Internet” (CUPI) con un Alfa de Cronbach de .966, el diseño de estudio fue descriptivo, transversal, los resultados arrojaron que el factor de determinante “Anticipación” fue el que presentó una mayor probabilidad de presentarse, y los de menor fueron “Pérdida de Control” y “Reconocimiento de Falta de Control.”

Ruiz-Olivares, Lucena, Pino y Herruzo (2010) realizaron una investigación sobre el análisis de comportamientos relacionados con el uso/abuso de Internet, teléfono móvil, compras y juego en estudiantes

universitarios. El objetivo de este trabajo de investigación fue conocer los hábitos relacionados con posibles conductas adictivas (juego patológico, Internet, compras, uso del teléfono móvil, etc.) que pueden presentar los jóvenes estudiantes de la Universidad de Córdoba (España), se elaboró un cuestionario de datos sociodemográficos, el Test de adicción a Internet, el Cuestionario Breve de Juego Patológico y algunos ítems sobre el uso del teléfono móvil, la población fue de 1011 estudiantes, los resultados arrojaron que se dan diferencias significativas entre la puntuación media obtenida en los cuestionarios y variables como la edad, el sexo, el curso o la macroárea de conocimiento, los estudiantes encuestados realizan un uso moderado de conductas como navegar por Internet, el juego, las compras y el teléfono móvil, siendo un grupo muy reducido de jóvenes los que sí se encuentran cercanos a tener un problema de adicción con este tipo de comportamientos.

García, Terol, Nieto, Lledó, Sánchez, Aragón y Sitges (2007) realizaron un estudio sobre el uso y abuso de internet en jóvenes universitario, de las Universidades Miguel Hernández y de Alicante teniendo como objetivo del estudio describir el uso y abuso de internet en una población de 391 estudiantes universitarios. Se aplicaron los siguientes cuestionarios: de variables socio demográficas, de expresión social, de personalidad y de uso y abuso de internet. Los resultados indicaron que los lugares de conexión eran la universidad (87%) y la propia casa o de familiares y amigos (63%). Además, la frecuencia de uso fue de 76,2% todas las semanas; un 80,5% se conecta hasta dos horas y suele utilizar el mail, el chat o el Messenger (135). Y en el rango de puntuaciones en las sub-escalas del cuestionario sobre uso y abuso de Internet (1-5), lo que confirmaría la ausencia de comportamientos de abuso de internet.

Jiménez y Pantoja (2007) buscaron analizar la relación entre la autoestima y las relaciones interpersonales en sujetos adictos y no adictos al internet. Se evaluó la autoestima y relaciones interpersonales a

través de la aplicación de una entrevista semiestructurada, la Escala de Autoestima de Coopersmith (1967), adaptación venezolana (Forma C) y el Psicodiagnóstico de Rorschach evaluado a través del Sistema Comprehensivo de Exner, en una muestra de 40 sujetos estudiantes universitarios del Área Metropolitana de Caracas, seleccionados mediante el cuestionario elaborado por Young (1999), diferenciados como adictos y no adictos. Ambos grupos fueron seleccionados a partir del punto de corte establecido (35 puntos) luego de normalizar el cuestionario con 300 estudiantes de las 11 Facultades de la Universidad Central de Venezuela. Dentro de los principales hallazgos, se encontraron diferencias entre ambos grupos, destacando en los adictos, bajos niveles de autoestima y relaciones interpersonales inestables, superficiales y poco duraderas.

Del mismo modo Kim y colaboradores (2006) realizaron una investigación acerca de la adicción al internet, el objetivo fue encontrar la proporción de estudiantes con problemas en el uso de internet, en esta investigación se utilizó una versión modificada de la escala de adicción al internet de Young (IAS) para la ciudad de Corea, donde se señalaba que los alumnos que obtenían puntajes mayores a 70 eran considerados dependientes al internet. Evaluaron una muestra de 1573 estudiantes entre las edades de 15 a 16 años, obteniendo como resultados que el 1,6% de los evaluados fueron clasificados como dependientes al uso de internet y un 37,9% se encuentra en situación de riesgo para entrar dentro del grupo de dependientes a internet.

1.3. *Objetivos*

En la presente investigación se plantearon los siguientes objetivos.

1.3.1 Objetivo general

Determinar el nivel de uso de las redes sociales en los trabajadores del rubro de vigilancia de una empresa privada.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Evaluar las propiedades psicométricas del cuestionario de experiencias relacionadas al internet en colaboradores del rubro de vigilancia de una empresa privada.
2. Determinar si existen diferencias significativas del uso de las redes sociales según tiempo de servicio de los trabajadores del rubro de vigilancia de una empresa privada.
3. Determinar si existen diferencias significativas del uso de las redes sociales según la sede en los trabajadores del rubro de vigilancia de una empresa privada.
4. Analizar las diferencias significativas del uso de las redes sociales según edad en los trabajadores del rubro de vigilancia en una empresa privada.
5. Analizar las diferencias significativas del uso de las redes sociales según su cargo en los trabajadores del rubro de vigilancia en una empresa privada.

1.4 Justificación e importancia

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha sido ampliamente reconocido y aceptado en el desarrollo de las sociedades modernas, tanto así que se han convertido en la fuente principal de comunicación, información de negocio y de entretenimiento en niños, jóvenes y adultos; sin embargo, la adicción a redes sociales, perteneciente a la adicción al

internet, comienza a tomar gran importancia y viene siendo estudiada por diferentes investigadores en los últimos años como Beranuy, Chamarro, Graner y Carbonell con el fin de generar mayores alcances para las investigaciones futuras, a pesar de todo lo dicho , en nuestro país son muy pocos los estudios realizados acerca del uso de internet y más escasos aun en los centros de trabajo.

El uso de las redes sociales antes, durante y después de un hecho importante, registra un incremento considerable de su práctica por parte de los beneficiarios y toda esta información que se obtiene es muy significativa, sin embargo, aún no se tiene tanta información al respecto, si bien las redes sociales, son herramientas actuales y de mucha necesidad para nuestro quehacer diario, muchos estudios muestran los problemas que se desarrollan por el exceso en su uso, sin embargo existen escasas referencias en nuestro contexto acerca de los factores de riesgo, por lo que es preciso realizar nuevos estudios con el fin de sintetizar información y consolidar la ya obtenida en diferentes países, para poder ser utilizada en nuestra sociedad.

Este tipo de investigación se debe realizar en diferentes lugares donde la tecnología se encuentre establecida, tanto en el centro, norte y sur de nuestro país; siendo el principal Lima, cabe mencionar que en nuestro país, no todas las ciudades cuentan con alta y moderna tecnología, por lo que sería útil realizar estudios de esta índole y observar que ocurre en sujetos con mayor y menor facilidad a la tecnología, sea el caso de empresas tanto en Lima como provincia; el observar la accesibilidad a las redes nos mostrara a mayor rasgo su influencia en los consumidores, dándonos un mayor alcance en los datos descriptivos para una mejor visión de este nuevo fenómeno.

Y por último en lo que respecta al nivel metodológico, la investigación propone adaptar a la población peruana el Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet (CERI) de Beranuy, Chamarro, Graner y Carbonell (2009), con el fin de agregar un nuevo instrumento en la evaluación de esta variable hacia futuras investigaciones, y así poder contribuir e incrementar la información y conocimiento de la variable en mención; la presente tesis

contribuirá, no solo en la parte diagnóstica, también en la parte de intervención en los colaboradores de las empresas que incurran en abuso de las Redes sociales, con el objetivo de disminuir conductas agresivas en estos mismos, buscando la mejora en las relaciones sociales de los mismos en el Perú.

1.5. Hipótesis

En la presente investigación se plantearon las siguientes hipótesis.

1.5.1 Hipótesis General

Los trabajadores de vigilancia de una empresa privada presentan un nivel alto del uso de redes sociales.

1.5.2 Hipótesis Específicas

1. Los trabajadores del rubro de vigilancia de una empresa privada con mayor tiempo de servicio presentan mayor nivel de uso de redes sociales.
2. Los trabajadores del rubro de vigilancia de una empresa privada con sede en Lima presentan mayor nivel de uso de redes sociales.
3. Los trabajadores del rubro de vigilancia en una empresa Metropolitana con mayor edad presentan menor nivel de uso de redes sociales.
4. Los trabajadores del rubro de vigilancia de una empresa privada que tienen el cargo de agente de vigilancia presentan mayor nivel de uso de redes sociales.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Bases teóricas

2.1.1. Historia de las Redes sociales

A pesar de que Las Redes Sociales es un tema de actualidad, se puede observar que no existe mucha información del tema. Sin embargo, se encontró información útil que sirvió de guía para llevar a cabo esta investigación. Consideramos que este es un tema relevante, no solo porque el estudio está enfocado en trabajadores, sino por todas las personas, desde niños hasta adultos y a su vez podemos detectar el protagonismo que ha ido ocupando en nuestras vidas.

De acuerdo con la literatura podemos hallar que el rastro más antiguo conocido de una red social es a partir de la interacción entre la ciencia, entre la investigación universitaria fundamental, los programas de investigación militar en Estados Unidos y la contracultura radical libertaria, el programa de Internet nace como programa de investigación militar pero que, en realidad, nunca tuvo aplicación militar. Éste es uno de los grandes mitos que hay. No hubo aplicación militar de Internet; hubo financiación militar de Internet, que los científicos utilizaron para hacer sus cosas, sus estudios informáticos y su creación de redes tecnológicas. A ellos se añadió la cultura de los movimientos libertarios, contestatarios, que buscaban en ello un instrumento de liberación y de autonomía respecto al Estado y a las grandes empresas. La cuarta fuente que se desarrolló más fue la cultura empresarial, que, veinticinco años más tarde, se encargó de dar el salto entre Internet y la sociedad, en el año 1985 la primera comunidad online que se llamó "THE WELL", y este solo consistía en programas de mensajería donde se carecía de un perfil público o de una lista de amigos. No obstante, el comienzo formal de una red social es atribuida a

Andrew Winreich que fundó en la ciudad de Nueva York Sixdegrees.com en el año de 1997, su nombre se desprendía de la teoría de “los seis grados de separación”, fue la primera red social en contar con los servicios de creación de perfiles. En el año 2000 la lentitud en cuanto a velocidad en esas épocas, provocaron su cierre definitivo. (Gallegos, 2012).

Leiva (2009) señala que, Zuckenberg comenzó su aventura en el año 2003 creando “Facemash” un sitio ideado para subir fotos de sus compañeros, poco después del primer intento crea “Thefacebook”, a principios del 2004 crea una nueva red social sin imaginar que se convertiría en una de las principales herramientas de comunicación e intercambio del mundo moderno, Mark Zuckerberg funda Facebook en Cambridge Massachusetts, dirigida en principio al intercambio de información personal entre los estudiantes de Harvard. Facebook es hoy en día la red social más popular y global que el mundo haya conocido.

Poco tiempo después Facebook, se globalizó a otras universidades prestigiosas como Yale, Princeton, Columbia y Stanford, para después penetrar en los usuarios de las High Scholl que popularizaron aún más la red, hasta finalmente aceptar cualquier usuario mayor de 13 años. A principios del 2008, Facebook superó a MySpace como la red social más visitada a nivel mundial, contando hasta el 2012 con más de 850 millones de usuarios distribuidos en todos los continentes. Facebook no sólo ha cambiado la forma de comunicarse, se ha convertido en una empresa de beneficio para la economía mundial.

En el año 2006 surge Twitter como un sistema de mensajería asimétrico, Jack Dorsey su creador en San Francisco, California, utilizaría la conocida máxima del minimalismo “menos es más” creando un concepto simple que permitiría él envió de mensajes de un máximo de 140 caracteres y que son leídos por aquellos usuarios que se han suscrito como seguidores. Actualmente, Twitter cuenta con más de 400 millones de usuarios entre personas, grupos y empresas como Coca Cola o Starbucks. (Gallegos 2012).

2.1.2. Las redes sociales

Existen múltiples definiciones y teorías sobre qué son y qué no son las redes sociales, pero existe poco consenso todavía sobre las mismas. La gran mayoría de autores coinciden en que una red social es: “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades”, o como una herramienta de “democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos”.

Pero de acuerdo a la literatura podemos decir que se están empezando a utilizar muchos conceptos o definiciones acerca de las redes sociales, pero en esta oportunidad utilizaremos el que plantea Para Crovi, López y López (2009) quienes dicen que “Las redes son una estructura sistémica y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados para un determinado objetivo, que se enlazan mediante una serie de reglas y procedimientos.”

Es por eso que una red social se definiría como una estructura formada por personas que están interconectadas por Internet por diferentes tipos de vínculos (afectivos, familiares, laborales, sexuales, de amistad, etcétera). Estas redes constituyen un grupo dinámico, en continua evolución (hay personas que aparecen y otras que desaparecen) y, en general, abierto a nuevas incorporaciones, lo que posibilita acceder de forma sencilla al contacto con personas desconocidas. (Echeverua,2012)

Las mismas autoras señalan tres premisas básicas que las distinguen:

a. Una red implica la presencia mínima de dos elementos, sean personas u objetos, para permitir que circulen o intercambien bienes materiales o intelectuales.

b. Existen diferentes tipos de redes según la disciplina que las aborde, de manera que puede hacerse referencia a redes sociales, redes familiares,

redes semánticas, redes de aprendizaje, redes neuronales, redes cibernéticas y hasta la llamada red de redes, como también se le denomina a Internet.

c. Al constituir una red un conjunto de personas u objetos, la mayoría de las disciplinas toman como base la Teoría de Grafos para su representación gráfica. Los vértices o nodos, actores desde la perspectiva social, se enlazan mediante aristas o arcos, líneas que determinan las relaciones entre los actores, lo que ha conducido a la creación de una diversidad de topologías, arquitectura o forma lógica en que se estructura una red. (Crovi, López, y López, 2009, p.13).

Como se puede observar, ser parte de una red implica cumplir funciones en específico y el no hacerlo puede llegar a afectar el funcionamiento de dicha red afectando el cumplimiento de su objetivo inicial.

Es por eso que podemos decir que desde la aparición de redes sociales dentro del Internet su objetivo principal la de fue comunicar e integrar grupos desde cualquier parte donde existe un computador e internet (Choliz y Marco, 2012).

2.1.3. Cómo funcionan las Redes sociales

Entre los últimos desarrollos de Internet se incluyen las llamadas redes sociales (entre ellas, Tuenti, Facebook o Twitter). Su objetivo es crear un espacio en el que las personas registradas puedan comunicarse, compartir opiniones, emociones o experiencias y, en suma, interactuar. Las redes sociales son espacios virtuales creados para las relaciones interpersonales, pero habitualmente operan como medios para articular relaciones reales, o al menos se orientan con esa expectativa (Echeverua, 2012).

2.1.4. Tipos de redes sociales

Por su parte Ureña, Ferrari, Blanco y Valdecasa (2011) establecen una clasificación de las redes sociales que son las siguientes:

Redes Directas: Son redes en las que las personas interactúan entre sí en igualdad de condiciones y compartiendo sus intereses en común, controlando la información que comparten con el resto del grupo, este tipo de redes a su vez se subdividen en:

Finalidad	Funcionamiento	Grado de Apertura	Nivel de integración
De Ocio	De contenidos.	Publicas.	Verticales.
Uso profesional	Basada en perfiles.	Privadas.	Horizontales.

Redes indirectas : Son redes cuyos usuarios no disponen de un perfil visible ya que la información es controlada y dirigida por un solo individuo o grupo de individuos que controlan los temas o discusiones en base a un tema específico, ejemplos claros de este tipo de redes son los Blogs y los Foros.

2.1.5. Ventajas y desventajas de las redes sociales.

Según Rodríguez (2013) las redes sociales presentan muchas ventajas como las siguientes:

- Su alto grado de penetración hace que cualquier persona con conocimientos básicos de internet pueda acceder a ellas.
- Facilidad de compartir contenidos
- Constante participación de los miembros propiciando una comunicación efectiva.

- El uso de aplicaciones tanto para individuos como para empresas.

Asimismo, identifica dos tipos de desventajas asociadas a las redes sociales:

- La privacidad
- El alto grado de distracción.

2.1.6. Adicción a las Redes Sociales

Hablar de adicción en redes sociales en la actualidad es observar que niños, adolescentes, jóvenes y adultos desarrollan comportamientos adictivos a estas redes; y se puede observar que están permanentemente alertas a lo que sucede en estos entornos virtuales, verifican sus computadoras, celulares a toda hora y en cualquier lugar, pudiendo ser centros de estudios o de trabajo, participan en conversaciones virtuales y contestan mensajes incluso en circunstancias inapropiadas (manejando un vehículo, en una cena, en clases o en una reunión de etc.) o, por dedicarse a estas actividades suelen descuidar las relaciones interpersonales presenciales (familiares, amigos, pareja, etc.), se sienten ansiosos o irritables; pueden permanecer durante largos períodos de tiempo sin comer o privándose del sueño.

Es por eso que (Echeverua, 2012) indica que podemos denominar adicción al concepto que se le atribuye a dependencia, donde este concepto se basa en un conjunto de manifestaciones fisiológicas, comportamentales y cognoscitivos en el cual, en el consumo de una droga, adquiere la máxima prioridad para el individuo incluso ante comportamientos los cuales en el pasado tuvieron gran valor para el sujeto.

Sin embargo, y por mucho que la adicción a Internet y a las nuevas tecnologías no sea equivalente al grave problema de la adicción a las drogas y al alcohol, parece haber numerosos aspectos en común. Cualquier inclinación desmedida hacia alguna actividad puede desembocar en una adicción, exista o no una sustancia química de por medio. La adicción es una afición patológica.

Echeburúa (1999) clasifica las adicciones en dos tipos, aquellas que involucran una sustancia de tipo psicoactiva, y otras que no incluyen sustancias o drogas.

Según Echeburúa y Corral (2010) la adicción a las redes sociales puede atrapar a los jóvenes gracias a que el mundo virtual contribuye a crear una falsa identidad y a distanciarse o distorsionar el mundo real.

El mismo autor define algunas señales de alarma o características a la adicción de las redes, dentro de las cuales destacan la privación del sueño y descuidar otras actividades importantes como el contacto con la familia y los estudios.

En cuanto a los síntomas que presenta el afectado podrían ser:

- Revisar Facebook a diario, varias veces al día, o todo el día.
- Su mentalidad es filtrar todo a través de la red social, como poder compartir o propagar información personal, laboral, o social.
- Actualizar tu estado, perfil, fotos, etcétera, con frecuencia y etiquetas a tus amigos para recibir comentarios.
- Las horas de descanso se han reducido en dos horas o más.
- Pasan las horas antes que te des cuenta de que no has hecho nada, excepto navegar en Facebook, Twitter, My Space, entre otras más.
- Los llamados "adictos" (en la gran mayoría menores de 25 años) en un 18% de estos solo pueden estar desconectados apenas un par de horas.

Por otro lado, se puede decir que el abuso de las redes sociales y del internet puede ser una manifestación secundaria de otra adicción principal (como el sexo) u otros problemas psicopatológicos como depresión, fobia social, y otros problemas de tipo impulsivo compulsivo.

Según Echeburúa y de Corral (2010) en su artículo adicción a las nuevas tecnologías establecen que las nuevas tecnologías pueden facilitarles la vida a las personas o complicárselas, especialmente a los adolescentes, a los cuales las redes sociales pueden atraparlos alejándolos del mundo real y creando una falsa identidad, interfiriendo negativamente en la vida cotidiana. En su conclusión establecen que la adicción a las redes sociales son producto de males emocionales como el aburrimiento, la soledad, la ira, la falta de aceptación y el nerviosismo y establecen dentro de las características de adicción a las redes sociales, el descuido de las actividades importantes como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio el cuidado de la salud.

Los autores anteriores plantean que existen varios factores de riesgo en cuanto a la adicción a las redes sociales, factores personales o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica, factores familiares y factores sociales.

2.1.7. Uso problemático de redes sociales

Hoy en día, todo, o casi todo, se puede hacer por Internet: pagar las cuentas, comprar, leer un libro, escuchar música, ver una película o saber qué hacen sus amigos en cualquier parte del mundo, convirtiéndose no solo en un hobby, si no ya en un potente problema que va creciendo de manera desmedida, a lo cual podemos decir que se está convirtiendo en uso problemático de redes sociales o adicción a las redes sociales, en estos últimos años ha cobrado relevancia, en un primer plano debido a los avances tecnológicos, sistemas operativos y operarios de conectividad a nivel mundial, el 42% de personas ya usa esta herramienta y el Perú no se queda atrás. Según un estudio de Datum, actualmente el 52% de los peruanos accede a Internet y el porcentaje presenta una tendencia creciente. Esto quiere decir que los peruanos acceden a la red unas 18 horas al mes, en promedio, lo cual los ubica por encima de países como Colombia, Venezuela, Chile y México. Hoy

en día, existe mayor facilidad para encontrar y entrar en contacto con cualquier persona en el mundo,

Podemos decir que las redes sociales han transformado no solo para el ámbito de la publicidad, sino que ha comenzado a tomar mayor presencia y se ha vuelto mucho más activo, y cuestionador, ya que desde el año 2007 en el Perú, con la llegada de Facebook, los sistemas Android, la conectividad 3G/4G crearon una revolución en el mercado, donde la distribución de computadores, laptops, notebooks, tablets y móviles de tercera y cuarta generación se encuentran al alcance de cualquier persona y nivel socioeconómico, ya que los operadores, Claro, Movistar, Bitel, Entel promocionan la compra de sus planes de internet a menor costo y mayor accesibilidad, publicitando el uso gratis de internet y redes sociales en todo momento y lugar, avance tecnológico importante en el nuestro país, (Ruiz, 2014) acompañado por un costo social a futuro, ya que en la actualidad contamos con mayor número de redes sociales, Facebook, Twitter, Whatsap, Instagram (Ruiz, 2014) todas dando a conocer los nuevos sistemas operativos y la llegada de la conectividad, es decir a mayor cantidad tecnología existe mayor cantidad de usuarios recreativos, abusivos y dependientes.

Y poco a poco las redes sociales cobran relevancia, sumando a la evolución tecnológica, es por eso que los usos inadecuados de las redes sociales se convierten en adicciones y no pueden limitarse exclusivamente a las conductas generadas por sustancias químicas. Existen hábitos de conducta aparentemente inofensivos que pueden convertirse en adictivos e interferir gravemente en la vida cotidiana de las personas afectadas.

2.1.8. Factores de Riesgo

Las redes sociales ofrecen infinitas posibilidades de ingresar a todo el mundo, tales como, entrar en contacto con gente de otros países y culturas, mantener el contacto con personas que viven a larga distancia, intercambiar

experiencias y conocimientos e incluso dinamizar movimientos culturales y políticos mediante el contacto con los usuarios.

No obstante, las redes conllevan una serie de riesgos. En general, éstos son los mismos que los del resto de actividades que se llevan a cabo en la red. Si bien, hay algunos matices y características específicas de los peligros que pueden presentarse con el uso de las redes sociales.

Los jóvenes y adolescentes constituyen un grupo de riesgo porque pueden mostrar conductas de rebeldía ante los padres, tienden a buscar sensaciones nuevas y emociones fuertes y son los que más se conectan a Internet y a las redes sociales, además de ser quienes más familiarizados están con los teléfonos inteligentes (entre cuyas aplicaciones figuran los canales de mensajería gratuita, como el “WhatsApp”) y las nuevas tecnologías (Sánchez-Carbonell, Beranuy, Castellana, 2008). Sin embargo, hay personas más vulnerables que otras a las adicciones. De hecho, la disponibilidad ambiental de las nuevas tecnologías en las sociedades desarrolladas es muy amplia y, sin embargo, solo un reducido número de personas muestran problemas de adicción.

Asimismo, existe el riesgo de crearse una identidad ficticia, potenciada por un factor de engaño, autoengaño o fantasía. Así, por ejemplo, se liga bastante virtualmente porque el adolescente se corta menos. Sin embargo, se facilita la confusión entre lo íntimo, lo privado y lo público (que puede favorecer el mal uso de información privada por parte de personas desconocidas) y se fomentan conductas histriónicas y narcisistas, cuando no claramente deformadoras de la realidad (por ejemplo, alardear del número de amigos agregados) (Echeburúa y Requesens, 2012).

Una red social es un perfecto escenario para que los jóvenes se dirijan de manera grosera con sus contactos, ya sea entre ellos o de cualquier otra situación. El lenguaje que manejan no sólo es de palabras abreviadas lo cual no es el problema sino la gran gama de groserías que escriben.

También se convierte en factor de riesgo para el uso de redes, ya que un sujeto al sentirse excluido por su grupo al no usar la red, buscaría aprender y aumentar su círculo de amistades o en otros casos solo mejorar su status social por usar la red de forma adecuada e innovadora por lo que ambos motivos se convirtiéndose en impulsores debido a la generación de reforzamientos en el uso de internet y redes sociales; sumado a ello Becoña (2006) no deja de lado características personales como baja autoestima, introversión, déficit de habilidades sociales e impulsividad, ya que son predisponentes principales según sus investigaciones al uso desadaptativo de internet. Si bien estos factores han sido propuestos e investigados por diferentes autores aún están siendo investigadas con el fin de aumentar y descartar datos para la creación de un modelo óptimo.

2.1.9. Redes Sociales Laborales

Gracias a su masificación en todo el mundo y a la gran cantidad de utilidades, Internet se ha transformado en algo más que un lujo, hoy es una verdadera necesidad de comunicación, sobre todo en el campo laboral.

Las empresas empezarán a invertir en la creación de redes sociales exclusivas, como una forma de compartir información, reducir las interminables cadenas de correos y reemplazar los aburridos formatos de intranet que ningún empleado revisa, así mismo aprovecharán las redes de contactos de sus colaboradores. Según el experto, se crearán programas de apoyo para que estos compartan actualizaciones sobre el negocio desde sus cuentas personales. Esto, para darle credibilidad a los mensajes.

Manpower Professional (2009) revelan que el 75% de los empleados afirman que sus empresas no cuentan con una política formal sobre el uso de las redes sociales en el trabajo. Esto sugiere que una amplia mayoría de las empresas están adoptando la postura de “esperar a ver qué sucede” antes de desarrollar sus propias políticas formales sobre el uso de las redes sociales.

Capítulo III

Método

3.1 Tipo y diseño de investigación

La presente investigación corresponde a un diseño no experimental ya que se observan situaciones ya existentes y transeccional - descriptivo, pues busca identificar y describir el nivel de uso de redes sociales según edad, tiempo de servicio, cargo y sede; de manera que se limita a identificar las características o propiedades en un momento determinado sin manipular o controlar las variables en estudio con la finalidad de generar mayor conocimiento (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

3.2. Variables

Variable de estudio: Uso de Redes sociales.

Variables de control: Cargo de desempeño y tipo de uso.

3.3. Población y muestra

La población estuvo constituida por 85 trabajadores del rubro de vigilancia de las sedes de Arequipa (24) Lima (46) y Cañete (15) de la empresa de Vigilancia Security Hanner S.A.C. que brinda servicios en todas estas sedes.

Para el presente estudio se contó con la participación de todo el personal de seguridad conformado por 85 colaboradores, cuyas edades están comprendidas entre los 20 y 60 años pertenecientes a las sedes de Arequipa

(30) Lima (45) y Cañete (10) de la empresa de Vigilancia Security Hanner S.A.C. que brinda servicios en todas estas sedes.

Dado que para la investigación participa toda la población no se empleó ninguna fórmula estadística para la muestra de esa manera pueda presentar mayor consistencia. Es mejor colocar se tomó una muestra total de la población debido a que tener resultados más representativos.

Criterios de inclusión: Trabajadores de la empresa de Vigilancia Security Hanner S.A.C.

Criterios de exclusión: No trabajadores de la empresa de Vigilancia Security Hanner S.A.C.

3.4. Instrumentos de recolección de datos

Para realizar el estudio de la variable seleccionada se utilizó una ficha de datos que incluye información del colaborador como: la edad y año de antigüedad, sede, cargo de cada participante y el Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet – CERI – Redes Sociales.

3.4.1. Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet - CERI - Redes Sociales

Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet (CERI) fue validado por (Beranuy, Chamarro, Graner y Carbonell, 2009). este cuestionario evalúa el uso problemático de internet y, más en concreto, los conflictos intra e interpersonales relacionados con su uso. Consta de 10 ítems que se responden en una escala de tipo Likert. Este instrumento se puede utilizar de forma individual o colectiva, tiene una duración de 10 a 15 minutos. Nos da una Evaluación del tipo de uso que realiza el usuario de internet, uso recreativo (no riesgo), uso abusivo (riesgo) o uso adictivo (adicción) a través de 3 componentes teóricos.

A. Objetivos:

Evalúa el uso problemático de internet y, más en concreto, los conflictos intra e interpersonales relacionados con su uso.

B. Características:

Este cuestionario consta de 10 ítems que se responden en una escala de tipo likert con 4 alternativas de respuesta para cada pregunta que oscila entre 1 (*casi nunca*) y 4 (*casi siempre*) en la versión original y entre 0 (*casi nunca*) y 3 (*casi siempre*) en la versión utilizada en este estudio. por tanto, el rango del cuestionario utilizado oscila entre 0 y 30. a mayor puntuación, mayor probabilidad de tener un uso problemático de internet.

C. Administración y valoración de los resultados:

- Consideraciones para la administración:

Si la aplicación es individual, se le indica a cada evaluado que lea la pregunta y marque con una (x) la alternativa que mejor considere a su situación.

Si es grupal, el examinador debe repartir la hoja con las preguntas y brindar las indicaciones sobre el desarrollo del cuestionario.

- Calificación:

En el protocolo de respuestas se suman los puntajes asignados a cada uno de los ítems correspondientes, del ítem 1 al ítem 12 las posibles respuestas son 0 (*nunca*), 1 (*rara vez*), 2(*algunas veces*), 3 (*con frecuencia*) y 4 (*casi siempre*); y del ítem 13 al 23 las respuestas son 0 (*totalmente en desacuerdo*) 1(*un poco en desacuerdo*), 2 (*neutral*), 3 (*un*

poco de acuerdo) y 4(*totalmente de acuerdo*). Al sumar los cinco parámetros el puntaje fluctúa entre 0 y 40, lo que indica un uso recreativo, uso problemático y uso adictivo

Áreas que explora:

Este cuestionario se divide en dos factores:

El primer factor (conflictos intrapersonales) e incluye 6 ítems.

El segundo factor (conflictos interpersonales) e incluye 4 ítems.

3.5. Procedimiento

En la primera fase, se procedió a pedir la autorización pertinente al gerente general de la empresa en donde se realizaría la toma de pruebas.

Se determinó que se tomaría a toda la población para el estudio y se realizó la evaluación respectiva.

Antes de la evaluación, se dieron las explicaciones sobre los motivos de la evaluación y las instrucciones respectivas a los colaboradores. Se procedió a leer y explicar en voz alta las instrucciones tal como aparecen en la hoja de respuestas, como los colaboradores laboran en distintas sedes las evaluaciones se realizaron en distintos días.

Luego de aplicadas las pruebas se procedió a realizar una depuración de las hojas de respuestas para eliminar las pruebas que fueron llenadas con errores quedando solo las que fueron analizadas correctamente.

Después se creó una base de datos para pasar las respuestas y finalmente, se codificaron los resultados para luego procesarlos en un computador haciéndose todos los análisis estadísticos pertinentes según el programa SPSS (versión 23 para Windows) y el Excel (versión 2010).

Capítulo IV

Resultados

4.1 Medidas psicométricas de los instrumentos.

En la Tabla 1, se presentan los coeficientes de confiabilidad del cuestionario de experiencias relacionadas a internet ($\alpha = 0.885$), y sus factores (Conflicto intrapersonal $\alpha = .723$ y Conflicto interpersonales $\alpha = .851$) utilizando el Alpha de Cronbach.

Tabla 1

Análisis de confiabilidad del cuestionario de experiencias relacionadas a internet.

	Ítems	Alpha
Conflicto intrapersonal	4	.723
Conflictos interpersonales	6	.851
Cuestionario total	10	.885

En la tabla 2 se muestran la relación ítem - test (Conflicto intrapersonal = 4 ítems; y conflicto interpersonal = 6 ítems). Esto es debido a que el cuestionario de experiencias relacionadas a internet presenta un puntaje de .853 en la prueba KMO. Y al realizar esta distribución se explica el 62,1% de la varianza.

Tabla 2

Análisis de relación ítem – test del cuestionario de experiencias relacionadas al internet.

Ítems	Conflicto interpersonal		Conflicto intrapersonal	
	r	P	R	P
4	.380**	.000		
5	.733**	.000		
6	.808**	.000		
7	.786**	.000		
9	.736**	.000		
10	.718**	.000		
1			.616**	.000
2			.788**	.000
3			.623**	.000
8			.793**	.000

En la tabla 3 se presentan la validez de constructo por el método de análisis de subtest – test, donde se puede observar que la relación entre los sub componentes con la totalidad del cuestionario de experiencias basadas a internet (Conflicto intrapersonal $r=.666^{**}$ y Conflicto interpersonal $r=.958^{**}$) son significativos, positivos y mayores a .30, indicando una alta relación entre los componentes.

Tabla 3

Validez de constructo del cuestionario de experiencias relacionados al internet.

	Adicción a internet y redes sociales	
	<i>r</i>	<i>P</i>
Conflicto intrapersonal	.666**	.000
Conflicto interpersonal	.958**	.000

En la tabla 4, se observan los baremos del cuestionario de experiencias relacionados a internet, donde se presentan que los puntajes entre 0 y 2, corresponden a la categoría uso recreativo, mientras que los puntajes entre 3 y 10, se encuentran en la categoría uso abusivo y los puntajes entre 11 y 30 en la categoría uso adictivo.

Tabla 4

Baremos del cuestionario de cuestionario de experiencias relacionadas a internet.

Categorías	Percentiles	Puntajes Directos
Uso recreativo	0 – 25	0-2
Uso abusivo	25 – 75	3 – 10
Uso adictivo	76 - 100	11 - 30

4.2. Descripción de la variable de estudio.

En la tabla 5 podemos observar la frecuencia de trabajadores usuarios de internet y sus características, en el cual encontramos que el 100% de trabajadores son usuarios de internet, siendo las actividades más frecuente

entre ellos la Búsqueda de Información (94.1%) , Ver videos (49.1%) y Búsqueda de amistades (42.4%), por otro lado como medio tecnológico con mayor uso para el ingreso a la red son utilizados los teléfonos móviles (100%), las Laptops (63.5%) y el computador (43.5%), debido a que el 44% de los trabajadores indica estar conectados todo el día en la red, un 23.6% entre 3 a 6 veces durante el día y un 12.9% entre 7 a 12 veces al día.

Tabla 5

Frecuencia de características en el uso de internet

Características	Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Uso de Internet	Si	85	100.0%
	No	0	0.0%
Tipo de Uso en la red	Búsqueda de Amistades	36	42.4%
	Búsqueda de Información	80	94.1%
	Realizar Compras	34	40.0%
	Ver Videos	42	49.4%
	Juegos	25	29.4%
Medio tecnológico	Computador	37	43.5%
	Laptop	54	63.5%
	Móvil	85	100.0%
	Tablet	16	18.8%
Frecuencia de uso	1 vez x semana	1	1.2%
	2 o 3 veces x semana	8	9.4%
	1 o 2 veces al día	7	8.2%
	3 a 6 veces al día	20	23.5%
	7 a 12 veces al día	11	12.9%
	Todo el día	38	44.7%

En la tabla 6 podemos observar la frecuencia de trabajadores usuarios de internet y sus características en las redes sociales, en el cual encontramos que el 94.1% de trabajadores colocan datos reales en la red, mientras que 6.9% dan datos diferentes; dentro de las redes sociales la más utilizada es

Whatsapp (94.1%), continuando con Facebook (89.4%), Instagram (45.9%) y por último Twitter (21.2%) siendo las actividades más frecuente entre ellos la Búsqueda de Información (94.1%) , Ver videos (49.1%) y Búsqueda de amistades (42.4%), por otro lado como medio tecnológico con mayor uso para el ingreso a la red son utilizados los teléfonos móviles (100%), las Laptops (63.5%) y el computador (43.5%), debido a que el 44% de los trabajadores indica estar conectados todo el día en la red, un 23.6% entre 3 a 6 veces durante el día y un 12.9% entre 7 a 12 veces al día. Por último, el 56.5% indica conocer a más del 70% de sus contactos en la red, el 16.5% menciona conocer entre 51 a 70% de sus contactos, el 15.3% conoce a 31 y 50% de sus contactos, el 4.7% entre 11 y 30% y solo 7.1% indica conocer 10% o menos de sus contactos.

Tabla 6

Frecuencia de características en el uso de internet y redes sociales

Característica	Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Información real en Internet y redes sociales	Si	80	94.1
	No	5	5.9
Uso de redes sociales	Facebook	76	89.4
	Whatsapp	80	94.1
	Twitter	18	21.2
	Instagram	39	45.9
Cantidad de personas que conoce en redes	Conozco 10% o menos	6	7.1
	Entre 11 y 30%	4	4.7
	Entre 31 y 50%	13	15.3
	entre 51 a 70%	14	16.5
	Más de 70%	48	56.5

4.3 Diferencias de medias de las variables de estudio en función de las variables de control.

En la tabla 7 se realizará el ajuste de bondad de ajuste a la curva normal del instrumento. Donde se puede observar que para el cuestionario de experiencias relacionadas a internet ($p=.015$, $K-S=1.129$) se utilizarán procedimientos no paramétricos, ya que no se ajusta a la curva.

Tabla 7

Prueba de bondad de ajuste a la curva normal para las variables de estudio experiencias relacionadas a internet

VARIABLES	Media	D.E.	K-S	P
Experiencias relacionadas a internet	5.26	4.562	1.129	0.015

En la tabla 8 se muestra la comparación de medias según tipo de cargo de la variable experiencia relacionada a internet, aquí se señala que no existen diferencias significativas en los trabajadores de una empresa privada, ($U=820.000$ y $p=.799$)

Tabla 8

Comparación de medias de experiencias relacionadas a internet según tipo de cargo

Tipo de Cargo	N	Rangos Promedio	<i>U</i>	<i>p</i>
Prevencionista de seguridad	32	43.88	820.000	0.799
Agente de vigilancia privada	53	42.47		

La figura 1 se presenta los porcentajes de los evaluados con el cuestionario de experiencias relacionadas a internet y la categoría al cual pertenecen según el tipo de cargo. Se puede observar que el 11.8% de los Prevencionistas de Seguridad y El 17.6% de los Agentes de Vigilancia se ubican en la categoría uso recreativo, mientras que el 21.2% de los Prevencionistas de Seguridad y el 37.6% de los Agentes de Vigilancia se ubican en la categoría uso abusivo. Por último, en la categoría uso adictivo se encuentran el 4.7% de los Prevencionistas de Seguridad y el 7.1% de los Agentes de seguridad.

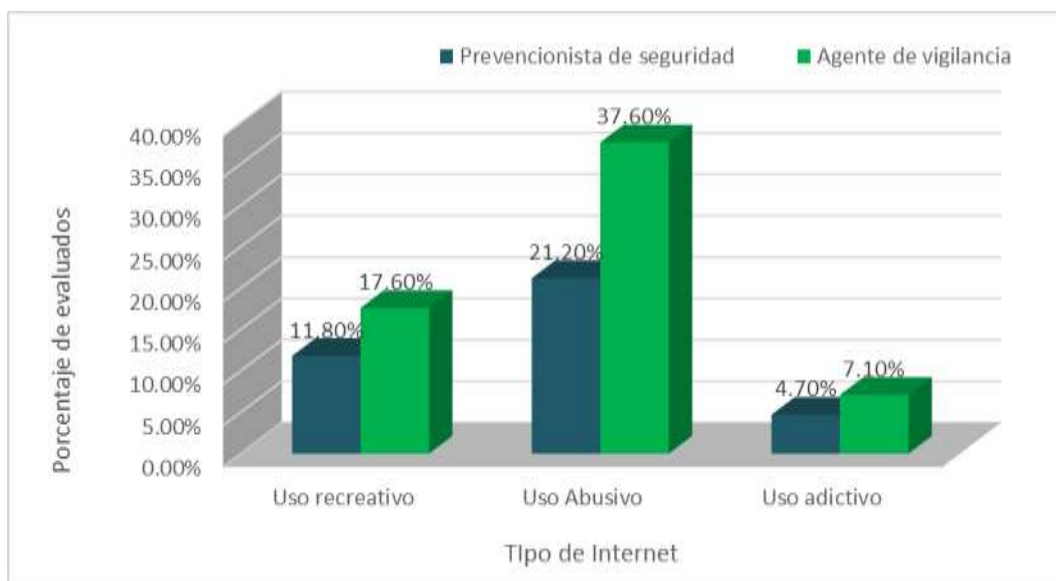


Figura 1. Porcentajes por categoría de los evaluados por el cuestionario de experiencias relacionadas a internet según cargo.

La tabla 9

Se muestra la comparación de medias según tiempo de servicio de la variable experiencia relacionadas a internet, aquí se señala que no existen diferencias significativas en los trabajadores de una empresa privada, ($\chi^2=1.895$, $df=3$ y $p=.595$)

Tabla 9

Comparación de medias de experiencia relacionadas a internet según tiempo de servicio.

Tiempo de Servicio	N	Rangos Promedio	Chi ²	df	p
0 a 6 meses	28	46.16	1.895	3	.799
7 meses a 1 año	10	43.60			
1 año 1 mes a 1 año y 6 meses	12	34.54			
1 año y 6 meses a 2 años	35	43.20			

La figura 2 se presenta los porcentajes de los evaluados con el cuestionario experiencias relacionadas a internet y la categoría al cual pertenecen según el tiempo de servicio. Se puede observar que el 5.9% de los trabajadores entre 0 y 6 meses, el 2% entre 7 meses y 1 año, el 7.1% entre 1 año y 1 mes, y 1 año y 6 meses, y el 14.10% de trabajadores con 1 año y 7 meses a 2 años de servicio se ubican en la categoría uso recreativo;

mientras que el 4.7% de trabajadores entre 0 y 6 meses, el 2.4% entre 7 meses y 1 año, y el 4.7% de trabajadores con 1 año y 6 meses a 2 años están ubicados en la categoría uso adictivo.

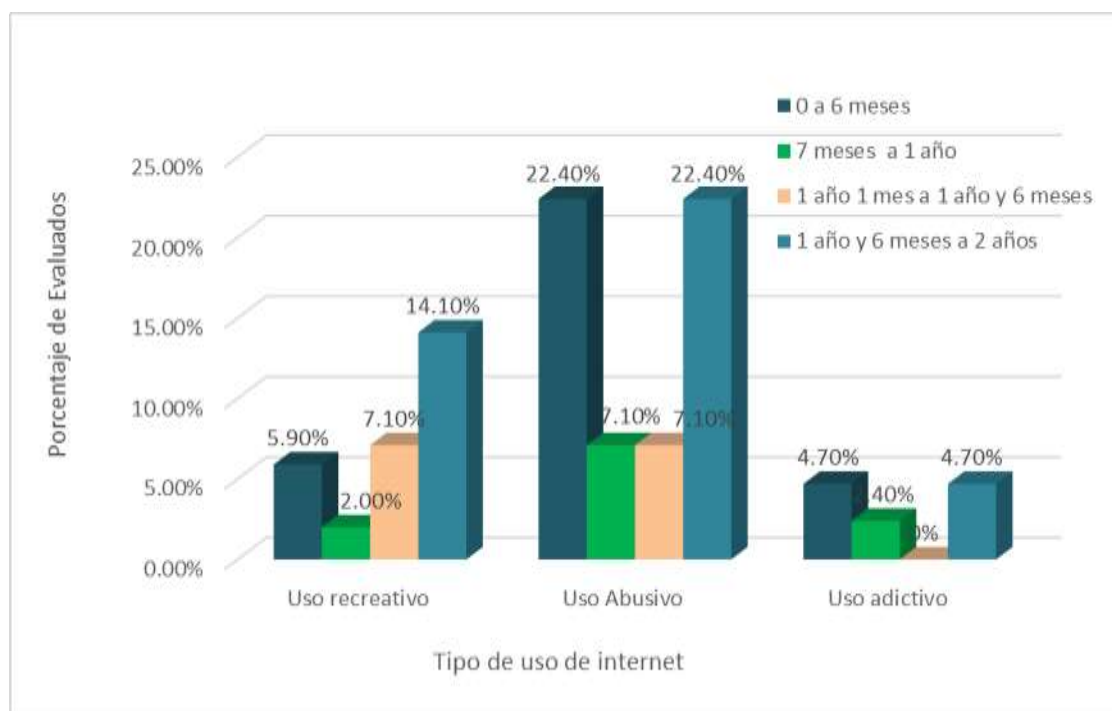


Figura 2. Porcentajes por categoría de los evaluados por el cuestionario experiencias relacionadas a internet según tiempo de servicio

La tabla 10

Se muestra la comparación de medias según rango de edad de la variable experiencias relacionadas a internet, aquí se señala que sí existen diferencias significativas en los trabajadores de una empresa privada, mostrando que los trabajadores entre 25 a 39 presentan mayor experiencia en el uso de internet ($\chi^2=15.302$, $df=3$ y $p=.002$)

Tabla 10 *Comparación de medias de experiencias relacionadas a internet según rango de edad*

Rango de Edad	N	Rangos Promedio	Chi ²	df	p
18 a 24 años	13	48.04	15.302	3	.002
25 a 39 años	48	49.57			
40 a 49 años	18	23.83			
50 a 64 años	6	37.00			

La figura 3 se presenta los porcentajes de los evaluados con el cuestionario experiencias relacionadas a internet y la categoría al cual pertenecen según rangos de edad. Se puede observar que el 4.7% de los trabajadores entre 18 a 24 años, el 7.1% entre 25 a 39 años, el 14.1% entre 40 a 49 años y el 3.5% entre 50 a 64 se encuentran en la categoría de uso recreativo, mientras que el 8.2% de trabajadores entre 18 y 24 años, el 40% entre 25 a 39 años, el 7.1% entre 40 a 49 años y el 3.5% entre 50 a 64 se ubican en la categoría uso abusivo. Por último, el 2.4% de los trabajadores entre 18 a 24 años, el 9.4 entre 25 a 39 años se encuentran en la categoría uso adictivo.

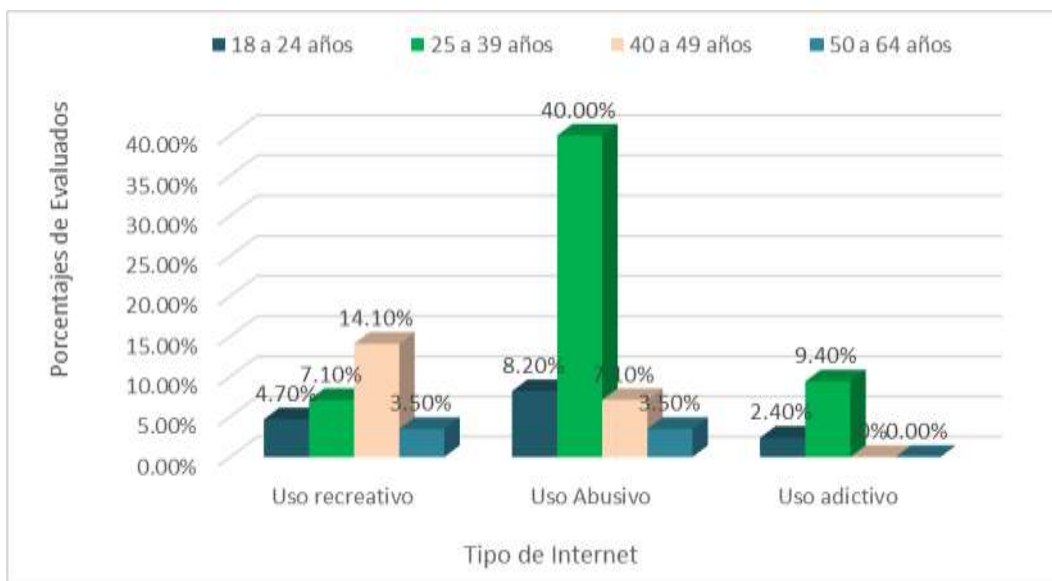


Figura 3. Porcentajes por categoría de los evaluados por el cuestionario experiencias relacionadas a internet según edad.

La tabla 11 se muestra la comparación de medias según sede de trabajo de la variable experiencia relacionadas a internet, aquí se señala que sí existen diferencias significativas en los trabajadores de una empresa privada, mostrando que los trabajadores de Lurín y Arequipa Sur son los que presentan mayor promedio ($\chi^2 = 12.363$, $df = 5$ y $p = 0.030$)

Tabla 11

Comparación de medias de experiencias relacionadas según sede de trabajo.

Rango de Edad	N	Rangos Promedio	Chi ²	df	p
Arequipa Norte	7	33.43			
Arequipa sur	17	44.09			
Cañete	15	34.70			
Dueñas	23	43.02	12.363	5	.030
Lurín	9	67.89			
San Juan de Lurigancho	14	39.32			

La figura 4 se presenta los porcentajes de los evaluados con el cuestionario de experiencias relacionadas a internet, donde se puede observar que el 2.4% de los trabajadores de Arequipa Norte, el 4.7% de Arequipa Sur, el 9.4% de Cañete, el 7.1% de Dueñas, el 7.1% de Lurín y el 5.9% de San Juan de Lurigancho se ubican en la categoría uso recreativo; mientras que solo el 2.4% de los trabajadores de Arequipa Sur, el 2.4% de Dueñas, el 5.9% de Lurín y el 1.2% de San Juan de Lurigancho se encuentran en la categoría uso adictivo

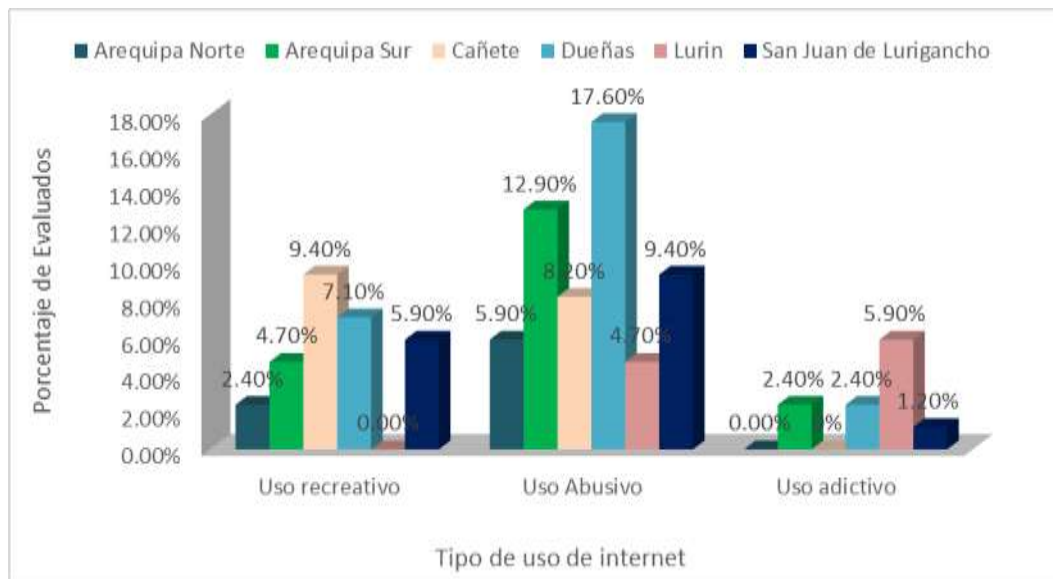


Figura 4. Porcentajes por categoría de los evaluados con el cuestionario de experiencias relacionadas a internet según sede de trabajo.

4.2 Descripción de la variable de estudio según nivel y categorías.

En la tabla 12 podemos observar los niveles de uso referente a las experiencias relacionadas a internet, el cual nos indica que el 29.4% de los trabajadores realiza un uso recreativo de internet, el 58.8% realiza un uso abusivo, mientras que el 11.8% presenta un uso adictivo a la red.

Tabla 12

Nivel de experiencias relacionadas a internet en trabajadores de una empresa privada de Lima Metropolitana.

Experiencias relacionadas a internet	Frecuencias	Porcentajes
Uso recreativo	25	29.4%
Uso abusivo	50	58.8%
Uso adictivo	10	11.8%
Total	85	100%

En la Figura 5 podemos ver los porcentajes de evaluados y sus categorías de acuerdo con el nivel de experiencia relacionada a internet, donde el 29.4% (25 trabajadores) se encuentran en la categoría uso recreativa, el 58.8% (50 trabajadores) en la categoría uso abusivo y el 11.8%(10 trabajadores) en la categoría uso adictivo.

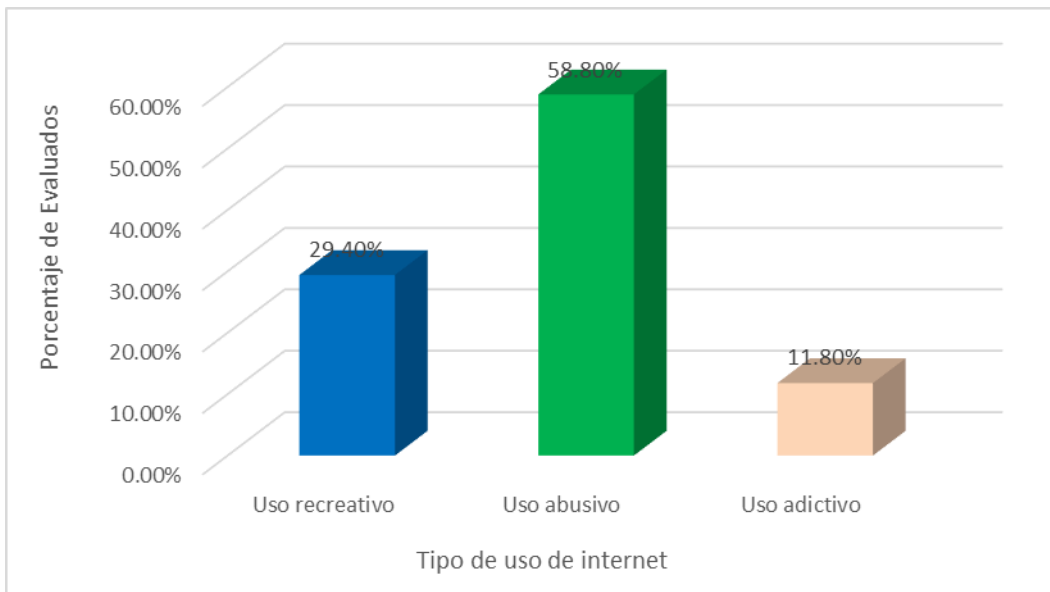


Figura 5. Porcentajes por categoría de los evaluados con el cuestionario de experiencias relacionadas a internet de una empresa privada de Lima Metropolitana.

Capítulo V:

Discusión

En la actualidad las redes sociales se han convertido en las plataformas preferidas de las personas. Hoy en día, es común decir que el internet constituye una tecnología que ha impactado en la realidad del mundo actual en aspectos sociales, laborales, culturales y de comunicación. Esta tecnología se ha convertido en una herramienta imprescindible en cualquier ámbito de nuestra vida, ya sea personal, social y laboral; es una herramienta que facilita la obtención e intercambio de información, pero sobre todo agiliza la comunicación en cualquier parte del mundo. Solo basta con ponerse a pensar en el inicio y final del día de una persona, lo primero que una persona generalmente hace al despertar es ver su celular y cuantas notificaciones ha recibido durante las horas que ha estado durmiendo y lo último que realiza antes de acostarse es ver su celular. Por ello, estas acciones provenientes del auge tecnológico han influido en los hábitos y desempeños adaptativos de los seres humanos.

El uso de las redes sociales hoy en día se halla vinculado a aquellos espacios virtuales donde los usuarios pueden crear un perfil, interactuar con amigos reales y conocer personas con quienes compartir determinados intereses. El más conocido de los espacios es Facebook, el cual, para el 2015 ya tenía 1300 millones de usuarios (Arnaboldi, Passarella, Conti y Dunbar, 2015), y en nuestro país, específicamente en la realidad de los participantes, se ha obtenido resultados que indican que un porcentaje alto de las personas tienen como parte de su vida diaria el uso de las redes sociales. Es por lo que a raíz de todos estos acontecimientos los investigadores han tomado mayor énfasis en poder dar a conocer el alcance real del uso o abuso del internet y redes sociales, lo cual puede ir en aumento.

Por un lado, en este trabajo se han presentado los resultados hallados respecto al uso de un nuevo instrumento para la medición de la adicción a internet y redes sociales, asimismo, la comparación de medias y su

significancia en cuanto a rango de edad ($p=.002$) sede ($p =.030$) y no significancia significativas según el tipo de cargo ($p=.799$) y tiempo de servicio ($p=.595$).

De manera general se obtuvo que el el 29. 4% se encuentran en la categoría uso recreativa, el 58.8% en la categoría uso abusivo y el 11.8% en la categoría uso adictivo. Estos resultados contribuyen de forma directa en la comprensión de los nuevos hábitos que ha traído consigo la modernidad tecnológica, y hasta la implicancia perjudicial debido al abuso o uso excesivo de Internet y del teléfono celular. El estudio de Carreño (2011) menciona que el uso de redes sociales es mas prevalente en los varones con 54% y el 35% de entre 18 y 24 años son los que mas utilizan las redes sociales en contraste a un 9% de personas de 36 a 50 años y esto se puede corroborar con los resultados obtenidos en esta investigacion donde indica que los trabajadores entre 25 a 39 presentan mayor experiencia en el uso de internet ($\text{Chi}^2=15.302$, $\text{df}=3$ y $p=.002$) a diferencia de los de 50 a 64 años.

Es importante mencionar que otro de los resultados encontrados respecto al uso de redes sociales en los colaboradores que usan en su vida diaria las redes sociales es el Whatsapp (94.1%), continuando con Facebook (89.4%), coincidiendo por lo investigado por Escurra y Salas (2014) donde los principales resultados que se halló que los jóvenes evaluados utilizan la red social Facebook con mayor frecuencia que las demás redes sociales, utilizando sus móviles de la red de casa.

Con esto, se puede plantear como hipótesis que los pertenecientes de este estudio, son personas que presentan un nivel alto de uso de redes

sociales ya que su trabajo de permanecer atentos a todas las actividades de la empresa ocasiona que las redes sociales formen parte de su vida diaria, y los colaboradores que tienen mayor tiempo de servicio tienen un mayor uso de estas redes pues el conocer a todo el personal y la confianza que van adquiriendo con el personal administrativo o jefaturas hace que creen que tienen mayor libertad para realizar ciertas actividades como es el de usar sus móviles o computadoras. Tanto así que se puede constatar con los resultados obtenidos en la presente investigación como en la hipótesis por tiempo de servicio donde indica que los colaboradores que tienen mayor tiempo de servicio presentan mayor nivel de uso de redes sociales y esto fue comprobado con el resultado que arroja que los colaboradores el 22.40 entre 1 año y medio a 2 años se encuentran en uso adictivo. Así mismo con los colaboradores que tienen su centro de labores en lima.

En conclusión, la presente investigación confirma que en los colaboradores de la empresa de vigilancia prevalece el uso de las redes sociales de manera frecuente, el cual nos permite indicar que este uso afecta de manera directa con su trabajo, ocasionando distracción para su desempeño.

Por otro lado, en el contexto peruano, existen pocos estudios que se orienten a la adicción a las redes sociales en el área empresarial y más aún en trabajadores del rubro de vigilancia; además, por el número trabajado en la presente investigación sus resultados no pueden ser generalizados para todo el contexto peruano. Por ello sería conveniente para futuras investigaciones considerar una población más grande, otras variables demográficas, sin embargo esta investigación busca aportar, que el uso de internet y redes

sociales existe en la población peruana y está en aumento, por lo que se necesita más información para su prevención, así mismo se propone un uso adecuado del internet y sus aplicaciones, ya que se debe disminuir el impacto que tiene en las personas que laboran en la actualidad pues afecta de manera directa con sus labores.

VI. CONCLUSIONES

1. Se puede observar que en la frecuencia de trabajadores usuarios de internet el 100% de la muestra son usuarios activos, siendo las actividades más frecuentes entre ellos la Búsqueda de Información (94.1%), Ver videos (49.1%) y Búsqueda de amistades (42.4%), por otro lado, como medio tecnológico con mayor uso para el ingreso a la red son utilizados los teléfonos móviles (100%).

2. Los colaboradores usan en su vida diaria las redes sociales y la más utilizada es Whatsapp (94.1%), continuando con Facebook (89.4%), Instagram (45.9%) y por último Twitter (21.2%) siendo las actividades más frecuentes entre ellos la Búsqueda de Información (94.1%), Ver videos (49.1%) y Búsqueda de amistades (42.4%).

3. El tiempo de conexión a internet para los colaboradores de una empresa de vigilancia el 44% de los trabajadores esta conectados todo el día en la red, un 23.6% entre 3 a 6 veces durante el día y un 12.9% entre 7 a 12 veces al día. Aunque, gracias a la introducción de nuevos teléfonos celulares con internet, el porcentaje de tiempo de conexión a internet aumentará en los próximos años.

4. En cuanto a los resultados obtenidos podemos ver que los porcentajes de evaluados y sus categorías de acuerdo con el nivel de experiencia relacionada a internet, el 29.4% (25 trabajadores) se encuentran en la categoría uso recreativa, el 58.8% (50 trabajadores) en la categoría uso abusivo y el 11.8%(10 trabajadores) en la categoría uso adictivo.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se deben realizar más investigaciones a nivel nacional y sobre todo en el ámbito laboral, pues este uso está incrementando muy rápido en este sector, con el fin de analizar con mayor objetividad el uso de redes y obtener resultados más exactos del impacto del problema en esta población que utiliza internet y redes sociales cada día con mayor frecuencia.
2. Brindar charlas informativas a los colaboradores de las distintas empresas públicas y privadas a nivel nacional referente a las características de un uso inadecuado de internet y redes sociales con el fin de involucrarse en la prevención de esta problemática.
3. El área responsable de sistemas de las distintas empresas deben tener el control sobre las redes sociales que sus colaboradores usan y de qué manera lo utilizan, pues esto ayudaría a saber si estos afectan de manera positiva o negativa en las funciones que desempeñan los trabajadores en su jornada laboral.
4. Los colaboradores deben tener un comportamiento adecuado cuando utilizan las redes sociales. El conjunto de normas de comportamiento que hacen de internet y las tecnologías de información y comunicación (TIC) sitios más agradables.
5. Se deberían organizar espacios dentro de la jornada de trabajo en donde los colaboradores puedan realizar otras actividades que no sea estar en las redes sociales y así puedan interactuar más con sus compañeros de trabajo, cosa que con el paso del tiempo se ha perdido por estar utilizando a gran medida las redes sociales.

VIII. Referencias

- Arnaboldi, V.; Passarella, A.; Conti, M.; Robin, I. y Dunbar, M. (2015). *Online social networks: human cognitive constraints in Facebook and Twitter personal graphs*. Amsterdam: Stanford University Libraries.
- Arnao, J. y Surpachin, M. (2016). Uso y Abuso de las Redes sociales en adolescentes y jóvenes. CEDRO.
- Arnao, J y Falla G. (Cedro, 2011) "Los juegos en línea en adolescentes y jóvenes"
- Becoña, E. (2006). *Adicción a nuevas tecnologías*. La Coruña: Nova Galicia Edicions.
- Burrola, M. (2015) *Adicción a las Redes Sociales: Su Mal uso afecta la felicidad*. Recuperado de:
<http://ofbcmcobachplantelreforma.blogspot.com/2015/10/adiccion-las-redes-sociales-su-mal-uso.html>.
- Carbonell, X.; Guardiola, E.; Beranuy, M. y Belles, A. (2009). *Validación de dos escalas breves para evaluar la adicción a Internet y el abuso de móvil*. España: Psicothema.
- Carreño, P., (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de comunicación en la política. Lima: *Monografía de la Universidad Nacional Federico Villarreal*.
- Choliz, M. y Marco, C. (2012). *Adicción a Internet y redes sociales*. Madrid: Alianza Editorial.
- Crovi, D.; Garay, L.; López, R. y Portillo, M. (2013). *Jóvenes y apropiación tecnológica, la vida como hipertexto*. México: EDIMPRO.
- Crovi, D.; López, M. y López, R. (2009). *Redes Sociales Análisis y aplicaciones*. México: Plaza y Valdés.

- Echeburúa, E. (1999). *Adicciones sin drogas. Las nuevas adicciones: juego, sexo, comida, compras, trabajo, internet*. España: Desclée de Brouwer.
- Echeburúa, E., y Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*.
- Echeburúa, E. y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Madrid: Pirámide.
- El 68% de Empresas de Seguridad incurre en prácticas informales (19 DE MARZO DEL 2015). Diario El Comercio. Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/68-empresas-seguridad-incurre-practicas-informales-noticia-1798589>.
- Escurra, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de Adicción de Redes Sociales (ARS). *Revista de Psicología Universidad San Martín de Porres*.
- IPSOS APOYO Opinión de Mercado (2012). Encuesta Nacional. Perfil del usuario de redes sociales.
- García, J.; Terol, M.; Nieto, M.; Lledó, A.; Sánchez, S.; Martín-Aragón, M.; Sitges, E. (2008) Uso y abuso de Internet en jóvenes universitarios. *Adicciones*.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- INEI. (2014). Informe Técnico. Estadísticas de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares 2013. *Instituto Nacional de Estadística e Informática*.
- Jiménez, A. y Pantoja, P. (2007). Autoestima y Relaciones Interpersonales en Sujetos Adictos a Internet. *Psicología - Segunda Época*.

- Kim, K.; Ryu, E.; Chon, M.; Yeun, E.; Choi, S.; Seo, J. y Ñam, B. (2006). Internet addiction in Korean adolescents and its relation to depression and suicidal ideation. *International Journal of Nursing studies*.
- Leiva, J. (2009). *Redes sociales, situación y tendencias en relación a la información*. Baratz: Gestionando el conocimiento.
- Manpower Professional (2009). Estudio sobre tendencias de las empresas en redes sociales.
- Molina, L. (2014). Sexo, edad y uso de redes sociales en los alumnos de la Modalidad a distancia de la Universidad Alas Peruanas. *Hamut ay*.
- Parra, V.; Vargas, J.; Zamorano, B.; Peña, F.; Velázquez, Y.; y Ruiz, L. (2016). Adicción y factores determinantes en el uso problemático del internet, en una muestra de jóvenes universitarios. *EDUTECH, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*.
- Ruiz, G. (2014). *La contribución de OPSITEL al desarrollo del mercado de las telecomunicaciones*. OPSITEL. Regulador de telecomunicaciones.
- Ruiz-Olivares, R.; Lucena, V.; Pino, N. y Herruzo, J. (2010). Análisis de comportamientos relacionados con el uso/abuso de Internet, teléfono móvil, compras y juego en estudiantes universitarios. *Adicciones*.
- Salas, E. y Ecurra, M. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social Universidad Inca Garcilaso de la Vega*.
- Salcedo, C. (2016). Relación entre adicción a Redes Sociales y Autoestima en Jóvenes Universitarios de una Universidad Particular de Lima. *Psicología*.
- Sanchez-Carbonell, X, Beranuy, M. y Castellana, M. (2008). La adicción al internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*.

Redondo.; Rangel, K.; Luzardo, M. e Inglés, C. (2016). Experiencias relacionadas con el uso de internet y celular en una muestra de estudiantes universitarios colombianos. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*.

Rodríguez, G. (2013). Presencia de las redes sociales en los centros de auto acceso de Lenguas. Recuperado de: <http://cad.cele.unam.mx/leaa/cnt/ano05/num01/0501a06.pdf>

Tendencias en el Consumo de Las Redes Sociales. (18 de septiembre del 2015). Diario Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/tecnologia/93-peruanos-usan-redes-sociales-buscar-noticias-informacion-interes-2143129>.

Ureña, A.;Ferrari. A.; Blanco, D. y Valdecasa, E. (2011). *Las Redes Sociales* en internet. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Si.

IX. ANEXOS

Anexo 1.

Ficha sociodemográfica

Esta es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente, por lo que le agradecemos encarecidamente que sea absolutamente sincero(a) en sus respuestas. Antes de responder al cuestionario le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

Usas Internet Si () No () Si respondió NO, entregue el formato al encuestador

Sexo_____ **Edad**_____ **Tiempo de servicio**_____ **Cargo**_____ **Sede**_____

Tipo de uso de las redes Sociales

1.- Búsqueda de información () Juegos () Compras () Videos () Búsqueda de amistades ()

2.- Que red social usas

Facebook () Whatsapp () Twitter () Instagram () Otros ()

3.- Que tecnología usas para conectarte

Computador () Laptop () Tablet () Móvil () Otros ()

4.- Donde se conecta a las redes sociales con más frecuencia

Casa () Centro de Trabajo () Calle () Centro de estudios () Otros ()

5.- Con qué frecuencia se conecta a las redes

Todo el tiempo me encuentro conectado () Entre 7 a 12 veces al día () Entre 3 a 6 veces al día () Una o dos veces al día () 2 o 3 veces por semana () 1 vez por semana ()

6.- De todas las personas que conoce a través de la red ¿cuántos conoce personalmente?

10% o Menos () Entre 11 y 30% () Entre 31 y 50% () Entre 51 y 70% () Más del 70 % ()

7.- Sus cuentas en la red contienen sus datos verdaderos?

Si () No ()

8.- ¿Qué es lo que más le gusta de las redes sociales?-----

Anexo 2

Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet Cuestionario CERI - desarrollado por (Beranuy, Chamarro, Graner y Carbonell, 2009)

A continuación, encontrarás algunas afirmaciones sobre tu uso de Internet. Lee atentamente cada frase e indica la frecuencia. Señala la respuesta que más se aproxime a tu realidad.

Nº	PREGUNTAS	Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre
1	¿Con qué frecuencia haces nuevas amistades con personas conectadas a Internet?				
2	¿Con qué frecuencia abandonas las cosas que estás haciendo para estar más tiempo conectado a la red?				
3	¿Piensas que tu rendimiento académico o laboral se ha visto afectado negativamente por el uso de la red?				
4	Cuando tienes problemas, ¿conectarte a Internet te ayuda a evadirte de ellos?				
5	¿Con qué frecuencia anticipas tu próxima conexión a la red?				
6	¿Piensas que la vida sin Internet es aburrida, vacía y triste?				
7	¿Te enfadas o te irritas cuando alguien te molesta mientras estas conectado?				
8	¿Cuándo no estás conectado a Internet, te sientes agitado o preocupado?				
9	¿Cuándo navegas por Internet, te pasa el tiempo sin darte cuenta?				
10	¿Te resulta más fácil o cómodo relacionarte con la gente a través de Internet que en persona?				