

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



TESIS

**Uso personal de Internet en el lugar laboral: Percepción de los trabajadores administrativos de una universidad pública mexicana.**

Que para cubrir los requisitos necesarios para obtener el grado de  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

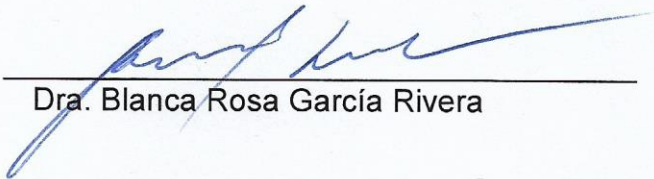
PRESENTA:  
**HÉCTOR DAMIÁN LOERA BONILLA**

DIRECTORA:  
**DRA. BLANCA ROSA GARCÍA RIVERA**

CODIRECTORA:  
**DRA.SONIA ELIZABETH MALDONADO RADILLO**

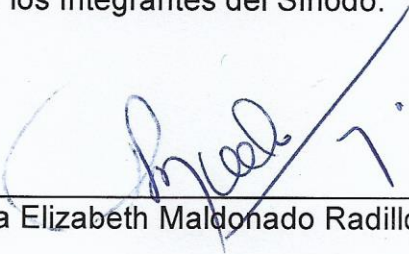
## CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de tesis:

  
Dra. Blanca Rosa García Rivera

Aprobado por los Integrantes del Sínodo:

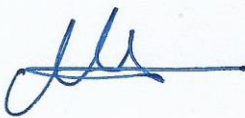
1.-

  
Dra. Sonia Elizabeth Maldonado Radillo

2.-

  
Dra. María Concepción Ramírez Barón

3.-

  
Dra. Mónica Fernanda Aranibar

# Dedicatoria

Este logro lo dedico a mi esposa, mis padres y mis hermanos. Porque sin su apoyo sería imposible sucumbir ante las adversidades y proyectos que se me presentan, gracias por nunca dejarme solo.

# Agradecimientos

A mi esposa, que ha sido parte fundamental y mi principal compañía a lo largo de este proyecto. Mis éxitos son tuyos, porque sin tu apoyo incondicional no habría logrado mucho de lo que soy hasta ahora. Te amo.

A mis padres, que todo les debo, que sin esperar nada a cambio se hacen presentes para acompañarme en cada paso que doy. Muchas gracias por ayudarme a caminar, que si algún día llego a volar, no fue porque abrí mis alas, sino porque ustedes me dieron ese primer empujón que tanto necesitaba. A ustedes todo mi amor por siempre.

A mis hermanos, acompañantes de tantísimas aventuras, consejeros de diversas problemáticas, bastón de muchas caídas y parte fundamental en cada uno de mis logros.

A la UABC, institución que me ha formado desde mi licenciatura, y ha puesto las herramientas necesarias para prepararme en mis estudios de posgrado. Soy Orgullosamente Cimarrón.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por haberme proporcionado con una beca para sacar adelante este proyecto. Sin lugar a dudas, esta acción ha rendido frutos.

Dra. Sonia, gracias por su tiempo, conocimiento, experiencia y disposición. Este trabajo no sería lo mismo sin su apoyo, ha sido mi guía y parte de este logro en mi vida.

Dra. Blanca Rosa, por alentarme a seguir adelante, gracias por su disposición que me ha ayudado a culminar este proyecto.

**“Uso personal de Internet en el lugar laboral: Percepción de los trabajadores administrativos de una universidad pública mexicana.”**

**RESUMEN:** El surgimiento de Internet ha traído consigo nuevas dificultades para las empresas, la introducción de las nuevas tecnologías de la información a las organizaciones ha ocasionado el surgimiento de lo que se conoce como uso personal de Internet en el trabajo. Podría parecer que es cuestión de falta de Compromiso e Identificación hacia la organización, por parte de los trabajadores. El presente documento representa un estudio para determinar la relación entre el compromiso organizacional, la identificación organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo. Las dimensiones de Identificación organizacional y Compromiso organizacional: tales como el Compromiso afectivo, el Compromiso normativo y el Compromiso de continuidad no están relacionados con el uso personal que los trabajadores brindan al Internet. Se ha elaborado un instrumento para medir el uso personal del Internet.

**Palabras clave:** Uso personal de Internet, Compromiso Organizacional, Identificación Organizacional.

**ABSTRACT:** The emergence of the Internet has brought new difficulties for companies, the introduction of new information technologies to organizations has led to the emergence of what is known as personal use of the Internet at work. It might seem that it is a matter of organizational commitment and organizational identification. This document represents a study to determine the relationship between organizational commitment, the identification of administrative employees of a Mexican public university and the personal use of the Internet in the workplace. The dimensions of organizational identification and organizational commitment: the affective commitment, the normative commitment and the commitment of continuity are not related to personal use of the Internet at work. An instrument has been designed to measure the personal use of the Internet.

**Key words:** Personal Internet use, organizational commitment, organizational identification.

## Tabla de contenido

Introducción.....	1
Planteamiento del problema .....	3
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos .....	4
Preguntas de investigación .....	4
Hipótesis .....	5
Justificación.....	5
Capítulo I: Revisión de la literatura .....	7
1.1 Marco contextual.....	7
1.1.1 Antecedentes de la Universidad Autónoma de Baja California .....	7
1.1.2 Características actuales de la Universidad Autónoma de Baja California.....	8
1.2 Marco teórico.....	10
1.2.1 Estudios sobre las variables .....	10
1.2.3 Identidad organizacional .....	20
1.2.4 Uso personal de Internet en el lugar de trabajo .....	25
1.3 Marco conceptual.....	26
1.3.1 Definición conceptual y operacional de variables .....	29
Capítulo II: Metodología.....	31
2.1 Matriz de congruencia .....	31
2.2 Enfoque de investigación.....	32
2.3 Método de investigación .....	33
2.4 Diseño de la investigación .....	33
2.5 Delimitación de la investigación: espacial, temporal y disciplinar .....	33
2.6 Objeto de investigación .....	33
2.7 Instrumento de recolección de datos .....	34
2.8 Población y muestreo.....	34
2.9 Validez del instrumento .....	34
2.10 Confiabilidad del instrumento de medición.....	36
2.11 Análisis de datos.....	37
Capítulo III: Análisis Resultados.....	38
3.1 Caracterización de la muestra.....	38

3.2 Análisis descriptivo de las variables estudiadas .....	39
3.2.1 Compromiso organizacional .....	39
3.2.2 Identificación organizacional.....	40
3.2.3 Uso personal del Internet.....	40
3.3 Análisis de las relaciones entre variables .....	42
3.4 Discusiones.....	44
Capitulo IV: Conclusiones y recomendaciones .....	46
Anexos .....	50
Referencias .....	54

## Introducción

La aparición de Internet ha cambiado la manera de hacer muchas cosas, una gran variedad de empresas han decidido experimentar introduciendo esta nueva tecnología a sus procesos empresariales. Una pregunta que surgió con la incorporación de esta tecnología a las organizaciones fue: ¿Realmente esta herramienta podría contribuir a la productividad de una organización? López, Minguela, Rodríguez & Sandulli (2006), han concluido que tanto la inversión en Tecnologías de la Información como la utilización de Internet en el trabajo contribuyen positivamente a la productividad de las empresas.

“Estudios a nivel macroeconómico como los estudios a nivel microeconómico llegaron a la conclusión de que la producción y el empleo de Tecnologías de la Información han contribuido de forma sustancial al crecimiento de la productividad de los Estados Unidos en la segunda mitad de los años 90” (Stiroh en López, Minguela, Rodríguez & Sandulli, 2006, p.150).

En ocasiones, el surgimiento de nuevos avances tecnológicos trae consigo nuevas dificultades, nuevos retos, y nuevos métodos para afrontar la realidad, Greenfield & Davis (2002), nos dicen que el acceso no controlado a Internet en el lugar de trabajo puede ser demasiado tentador para que un empleado pueda abstenerse de abusar de su consumo, incluso a pesar de que la institución implemente alguna vigilancia o supervisión del empleado al respecto. Bermúdez (2007), menciona que en las empresas donde se utiliza es común encontrar que sus empleados no solo lo usen para realizar su trabajo, sino también para propósitos personales, como revisar su e-mail, contestar o reenviar mensajes, chatear, navegar por Internet, realizar transacciones financieras y compras, jugar, descargar música y otro tipo de archivos, buscar trabajo o incluso visitar sitios pornográficos.

Esta situación ha puesto los focos rojos para muchos empleadores e investigadores que de alguna manera buscan poner fin a esta circunstancia; sin embargo, ¿Cuál es la mejor forma de tratar el tema del mal uso de Internet en el trabajo?, acaso ¿lo mejor es satanizar la acción, tratándola como una acción reprobable en la que un trabajador hace mal uso del material que proporciona la

empresa?, o quizá estamos hablando de una práctica a la cual se pudiera tomar algún beneficio.

Con la aparición de esta problemática los investigadores le dieron el nombre de “*Ciberloafing*” o bien “Ciberpereza” a esta acción, Lim Teo, & Loo (2002), en su artículo *The IT way of loafing on the job: cyberloafing, neutralizing and organizational justice* concibieron a esta acción como una manera de afectar a la producción de la empresa en la cual los empleados decidían “portarse mal”. Garret & Danziger (2008), mencionan que el término “ciberpereza” invoca explícitamente una sensación de mala conducta intencional; por otra parte, al referirse a esta acción como “uso personal de Internet” nos encontramos frente a una concepción neutral otorgándole tanto beneficios como perjuicios. Por lo que Garret & Danziger (2008), sugieren pensar en el uso personal de Internet durante el trabajo no como una respuesta hostil a un trabajo negativo en el medio ambiente, sino como un producto de la funcionalidad atractiva proporcionada por las capacidades de una vasta red de comunicaciones electrónicas en el lugar de trabajo. En este punto de vista, aunque los empleados están utilizando la Web de manera personal en su tiempo laboral, también se encuentran perjudicando en cierto grado a su empleador a través de su productividad reducida, no se están comportando como trabajadores hostiles que están tratando de afectar a la organización.

Para Garret & Danziger (2008), el uso de Internet se convierte en una parte integral de muchos procedimientos cotidianos para el ser humano, por lo que si una persona utiliza comúnmente el Internet, es muy probable que también utilice este acceso en el trabajo para cuestiones personales. A través de este proceso de “rutinización”, la tecnología deja de ser objeto de atención y su uso se vuelve más una cuestión de hábito que de decisión consciente.

Y si lo anterior no parece suficiente como para cambiar algunas tendencias que podrían llevarnos a creer que el uso personal de Internet es resultado de la pereza del trabajador, Coker (2011), afirma que esta acción puede tener un efecto positivo sobre la productividad del trabajador, siempre y cuando este no exceda más del 12% del tiempo de trabajo, ya que ayuda a bajar los niveles de estrés y estimula

su creatividad, permitiéndoles ser un 9% más productivos que los que no lo hacen. Además, los resultados sugieren que episodios frecuentes y con menor tiempo de uso personal de Internet en el trabajo, tienen un efecto mayormente positivo sobre la productividad que los episodios más largos en tiempo y menos frecuentes.

Lim, Teo & Loo (2002), las organizaciones deben decidir en qué medida el uso personal de Internet en el trabajo puede ser tolerado, ya que algunas empresas pueden decidir que es aceptable en la medida en que los empleados terminen su trabajo eficiente y eficaz; otras empresas pueden optar limitar el acceso a la Web por completo (lo cual, con las necesidades informáticas que se presentan en la actualidad, no parece ser una opción), o permitir acceso, pero aplicar el monitoreo de éste a los empleados.

### **Planteamiento del problema**

La problemática del uso personal del Internet va más allá que prohibir su uso o satanizar esta acción, ya decía Bermúdez (2007), el problema no es si los empleados deben o no utilizar el Internet de manera personal en el trabajo, porque la respuesta será sí, el verdadero problema radica en saber ¿hasta qué límite es aceptable este uso por parte de los empleados en su trabajo?, ¿hasta dónde puede llegar el nivel de supervisión y control sobre el uso de Internet por parte del empleador? y ¿qué nivel de privacidad y libertad de expresión se le debe permitir al trabajador que usa Internet en el sitio de trabajo?

Si entendemos al trabajador comprometido e identificado con la organización, como aquel trabajador que ama a su empresa y posee cierto afecto por ella, podemos comparar el grado de compromiso e identificación con los niveles de uso personal que este dedica al Internet, con el fin de corroborar si el uso personal del Internet en el trabajo está ligado a los niveles de afecto que este tiene por la organización.

La presente investigación pretende encontrar la relación existente o no entre el compromiso organizacional, la identificación organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo. Si se logra conocer la relación entre estas variables, será posible la obtención de material oportuno para instituir una política apropiada para el uso personal de Internet en el espacio de trabajo.

### **Objetivo general**

Determinar la relación entre el compromiso organizacional, la identificación organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo.

### **Objetivos específicos**

- Identificar la relación entre el compromiso organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo.
- Detectar la relación entre la identificación organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo.
- Describir el uso personal del Internet de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana.

### **Preguntas de investigación**

- ¿Cómo se relaciona el compromiso organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana con el uso personal del Internet en el lugar de trabajo?
- ¿Existente relación entre la identificación organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo?
- ¿Cómo es el uso personal del Internet de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana?

## **Hipótesis**

El uso que los trabajadores administrativos de una universidad pública mexicana le dan al Internet en su lugar de trabajo, tiene relación con su compromiso organizacional e identificación organizacional.

## **Justificación**

Las organizaciones no solo requieren que el uso personal de Internet en el lugar de trabajo no genere problemas en la empresa, sino que ayude a un mejor desempeño del trabajador y una mayor productividad en la empresa.

Young (2010), señala que cuando nos enfrentamos a casos de abuso de Internet, muchas organizaciones reaccionan rápidamente suspendiendo o despidiendo a sus empleados. Si bien estas acciones ponen fin a los abusos de Internet de un empleado, también representa una pérdida de capital tanto humano como monetario para el empleador; el aumento de las tasas de rotación significa contratación adicional y gastos de reconversión. Los despidos o suspensiones también pueden crear un clima de miedo, desconfianza y resentimiento que afectara a la productividad y la cooperación entre los empleados que utilizan Internet correctamente. Liberman, Seidman, McKenna, Buffardi (2011), sugieren identificar los factores que predicen el uso personal del Internet en el espacio de trabajo, para que los empleadores puedan tratar de vigilar y regular esos factores con el fin de reducirlo en el lugar de trabajo.

La presente investigación se desarrollará de enero del 2015 a diciembre del 2016, el objeto de estudio serán los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada. Este estudio es de carácter descriptivo, transaccional y no experimental, se aplicara un instrumento de medición de las variables con el fin de establecer si existe o no relación entre ellas.

Si se establece una relación entre el compromiso organizacional, la identificación organizacional de los empleados administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo, podremos conocer algunas tendencias que tienen los trabajadores que realizan

esta actividad, hecho que beneficia a la organización, permitiéndole establecer políticas que ataquen la situación desde la raíz y a su vez permitan un mejor desempeño tanto del trabajador como de la organización.

## **Capítulo I: Revisión de la literatura**

### **1.1 Marco contextual**

La universidad pública se caracteriza por entregar cuentas a la sociedad, puesto que de ella recibe el principal capital con el que se desarrolla. La universidad pública está dedicada a educar un pensamiento libre, humano, creativo y crítico. Una universidad pública es democrática por naturaleza (Muñoz, 2009).

La Universidad Autónoma de Baja California fungirá como sede para la realización de la presente investigación, en la cual participaran como objeto de estudio los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría.

#### **1.1.1 Antecedentes de la Universidad Autónoma de Baja California**

La UABC fue formalmente instituida el 28 de febrero de 1957, en respuesta al trabajo que desarrollado por un grupo de profesionistas se promulgo la ley orgánica, la cual establece los principios que conciben a la universidad como una institución de servicio público, descentralizada de la administración del estado y con plena capacidad jurídica. Le asigna como fines impartir la enseñanza preparatoria y superior para formar profesionales, fomentar las investigaciones científicas y extender los beneficios de la cultura. De igual manera, esta ley establece que para realizar estos fines, la universidad se inspira en los principios de libertad de cátedra y de libre investigación, con el propósito exclusivo de acoger todas las corrientes del pensamiento científico y social, sin tomar parte en actividades de grupos políticos militantes (Universidad Autónoma de Baja California, 2016).

En 1959 se nombra al primer rector de la institución y al siguiente año nace la escuela de Ciencias Marinas en la ciudad de Ensenada Baja California. Donde posteriormente se sumarían más facultades, mismas que estarían a cargo del edificio de vicerrectoría, objeto de estudio de la presente investigación.

### **1.1.2 Características actuales de la Universidad Autónoma de Baja California**

La vicerrectoría del campus Ensenada de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) se encuentra a cargo de la Dra. Blanca Rosa García Rivera, quien funge como vicerrectora del campus. La universidad indica que las vicerrectorías son las dependencias encargadas de auxiliar al rector en el gobierno de la Universidad, dirigiendo las actividades de los departamentos administrativos y coordinando las actividades académicas, de investigación, culturales y sociales que se realicen en los campus a su cargo, con el fin de que se cumpla con los programas previamente establecidos; y sus titulares serán designados y removidos libremente por el rector (UABC - vicerrectoría Campus Ensenada, 2016).

El edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada consta de 9 departamentos y una oficina principal donde se encuentra la vicerrectora, los distintos departamentos que pertenecen al edificio son: Cooperación internacional e intercambio estudiantil, Formación básica, Formación profesional y vinculación universitaria, Información académica, Planeación e imagen institucional, Posgrado e investigación, Recursos humanos, Servicios administrativos, Servicios estudiantiles y gestión escolar.

El Campus Ensenada cuenta con 3 unidades: Unidad Ensenada, Unidad Valle Dorado y Unidad San Quintín, las unidades son divididas en las siguientes facultades y escuelas:

Unidad Ensenada: Esta unidad se ubica al oeste de la ciudad y en ella se puede encontrar a la Escuela de Enología y Gastronomía, Facultad de Ciencias, Facultad de Ciencias Marinas, Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Instituto de Investigaciones Oceanológicas y el Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo. Unidad Valle Dorado: Ubicada en la zona sur de la ciudad, está compuesta por la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Facultad de Artes, Escuela de Ciencias de la Salud, Facultad de Idiomas y Facultad de Deportes; y finalmente la Unidad San Quintín: Se encuentra en el valle de San Quintín, ubicado al sur del municipio de Ensenada, y está formada por la Facultad de Ingeniería y Negocios.

De acuerdo al portal del Campus Ensenada de la UABC, esta institución tiene como misión (UABC - vicerrectoría Campus Ensenada, 2016):

Formar talento humano con programas reconocidos por su calidad, para integrarse y transformar su entorno, con sensibilidad a causas sociales, liderazgo y sentido ético. Habilitar a la comunidad académica y estudiantil en la generación de conocimiento para convertir el avance científico en innovación tecnológica y aumentar la competitividad de la región con responsabilidad y respeto al medio ambiente. Contribuir a que las instancias académicas interactúen de manera permanente con el entorno social a través de la creación, impulso y difusión de la cultura y el deporte, con el fin de privilegiar el desarrollo integral del individuo y su comunidad. Propiciar la internacionalización de las funciones sustantivas de la institución mediante la negociación y participación en programas, proyectos y convenios con instituciones y organismos regionales, nacionales e internacionales.

Así mismo, el Campus Ensenada de la Universidad Autónoma de Baja California es referente a nivel nacional en: La Formación de talento humano altamente competente, la calidad de sus programas educativos, los procesos de internacionalización, la capacidad de transformar su entorno a través de la investigación, enfocada preferentemente, a la solución de las necesidades regionales con impacto en el conocimiento global, la vinculación con los sectores productivos, sociales y gubernamentales, el impulso y consolidación de las actividades artísticas, deportivas y culturales y la responsabilidad ambiental.

Este Campus es reconocido por prestar servicios de calidad y excelencia, mediante procesos automatizados de vanguardia, transparentes y de mejora continua, con compromiso, iniciativa, profesionalismo y sensibilidad a las necesidades de nuestros usuarios, orientados al apoyo de las funciones sustantivas de la institución, buscando consolidar la imagen de la misma a nivel nacional e internacional.

Al igual que muchas otras organizaciones este campus puede no encontrarse exento de la problemática del uso personal de Internet en el lugar de trabajo Lim et

al (2002), afirman que se trata de una problemática de carácter internacional, puesto que es generalmente tan prevalente en Singapur como en los Estados Unidos.

El reglamento interior de trabajo de la UABC es el instrumento que tiene por objeto establecer las disposiciones que permitan a la universidad y a los trabajadores administrativos, dar seguridad y regularidad a la prestación de los trabajos, así como cumplir adecuadamente con los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral, según lo disponen los Artículos 422 y 423, fracción 11, de la Ley Federal del Trabajo.

Este reglamento interior de trabajo carece de lineamientos específicos para la regulación del uso personal de Internet en el espacio laboral; no obstante, en el capítulo quinto de las prohibiciones a los trabajadores, artículo 13 dice: queda prohibido a todo el personal de la Institución:

IV. Realizar dentro de su jornada, labores ajenas a su trabajo y V. Utilizar los servicios del personal o del equipo a su cargo para asuntos personales. Aun cuando no lo hacen de manera explícita, ambas reglas podrían abarcar indirectamente el uso personal de Internet en el espacio de trabajo.

## **1.2 Marco teórico**

### **1.2.1 Estudios sobre las variables**

Muchas empresas se las han tenido que arreglar para ponerle fin al uso personal del Internet, “El New York Times despidió a veintidós empleados en Virginia por presunta distribución de correo electrónico potencialmente ofensivo. Xerox se deshizo de cuarenta trabajadores por pasar tiempo de trabajo navegando por sitios pornográficos y de compras en la Web” (Young & Case, 2002, p.83). Young (2010), aseveró que el 70% de todo el tráfico de pornografía en Internet se produce durante las 9:00 am a 5:00 pm, las cuales son horas laborales. Según una encuesta realizada por la firma analista de tecnología International Data Corporation (IDC), 30% al 40% del acceso a Internet es gastado en cuestiones que no están relacionadas con el trabajo, el 70% de todas las compras en línea

se realizan en horario laboral. Además, el noventa por ciento de los empleados sienten que Internet puede ser adictivo; sin embargo, el 41% admite navegación personal en el trabajo por más de tres horas a la semana.

“El 64% de los empleados dicen que usan Internet por interés personal durante horas laborales. 37% de los trabajadores dicen que navegan por la Web constantemente en el trabajo” (Young, 2010, p37). Lim et al (2002), encontraron en una encuesta de 188 trabajadores adultos que la mayoría sentía que el uso personal de Internet en el trabajo era aceptable, a pesar de experimentar sentimientos de culpa. Dillon & Thomas (2006), realizaron una encuesta a 1,000 trabajadores de oficina, la cual reveló que 83.6% de éstos usan las computadoras del trabajo para uso personal.

El surgimiento de las redes sociales, ha abierto la oportunidad a nuevas formas de interacción, el uso de estas redes está incrementando rápidamente, poco a poco estos usuarios se han encargado de llevar estas acciones hasta su espacio de trabajo, Wang & Kobsa (2009), determinaron que el 51% de los empleados visitaban sitios de redes sociales en su trabajo.

Una encuesta realizada por Manpower (2010), a casi 34,000 empleadores de todo el mundo arrojó que apenas el 20% de las empresas consultadas posee una política de carácter formal respecto al uso de las redes sociales, y de ese 20%, 73% garantiza la efectividad de su política.

El foco de estas pautas no debe ponerse en tratar de controlar el comportamiento de los empleados en las redes sociales, sino canalizar su uso en sentidos creativos que beneficien tanto a las organizaciones como a las personas. No hay vuelta atrás, los medios sociales están por lo que la clave radica en utilizar el valor que tienen para la organización y adoptar su uso productivo (Manpower Group, 2010, p.4).

Manpower (2010), afirma que la tecnología ya está ahí, las redes sociales existen y las personas seguirán usándolas, por lo que los altos mandos de las empresas deben encontrar nuevos métodos creativos en los que se obtengan beneficios

aprovechando la popularidad y el valor comercial de los medios sociales con el objetivo de impulsar el desempeño organizacional y demás metas corporativas. Es un error tratar de controlar el comportamiento de los empleados en las redes sociales, sino canalizar su uso en sentidos creativos que beneficien tanto a las organizaciones como a las personas.

Young (2010), menciona que algunas organizaciones utilizan filtros software, servidores de seguridad y vigilancia software para bloquear el acceso inapropiado en áreas de Internet y para detectar incidentes en el abuso de esta herramienta. En el pasado, el objetivo principal era bloquear sitios de pornografía en línea; sin embargo, cualquier sitio Web o área problemática de Internet se pueden filtrar, ya que empleados con conocimientos informáticos puede desactivar el filtro o pasar a través del servidor de seguridad.

### **1.2.2 Compromiso Organizacional**

Las organizaciones forman parte de la vida diaria del ser humano, estas participan en el desarrollo de la sociedad, Maristany (2008), define a la organización como la actividad de un grupo de personas que se encuentran coordinadas mediante una serie de procedimientos con el fin de conseguir objetivos específicos. Las organizaciones no pueden ser concebidas ausentes de personas, Chiavenato (2007), menciona que mientras las organizaciones crecen, aumenta su necesidad de adquirir mayor personal para atender a los nuevos retos organizacionales, es por ello que el personal representa el motor de la organización. Para las personas las organizaciones se convierten en una inversión de tiempo y esfuerzo para lograr objetivos personales, una organización puede representar ese medio que le permita al individuo alcanzar un fin que sin la organización hubiera sido imposible de lograr.

Para Bencomo (2008), una concepción económica del trabajo es considerarlo meramente un factor de producción, un intercambio de bienes y servicios por la satisfacción de las necesidades humanas, esta concepción es el pan de cada día para muchos empleados y empleadores en la actualidad; sin embargo, no

podemos negar que en el trabajo existe algo más que un intercambio de necesidades, son muchas las razones por las que una persona puede decidir entrar a una organización y mantenerse afiliado a esta. Ya lo decía Luengo (2009), al hablar sobre la complejidad humana, que mientras más conocimiento se genera respecto al estudio del ser humano, mientras más se busquen diferentes perspectivas y diversos enfoques, se seguirán encontrando zonas nubladas que evitan alcanzar una comprensión al cien por ciento, se trata de una búsqueda sin fin que si bien no llevara a un entendimiento completo del individuo, facilitara su comprensión como especie y sociedad.

Coloquialmente se dice que “cada cabeza es un mundo” y una organización está compuesta de un grupo de “cabezas” (individuos) que intentan alcanzar un objetivo en conjunto. Para entender cómo se desenvuelve el ser humano dentro de una organización existe una disciplina llamada comportamiento organizacional (CO), Para Ascencio (2011), el CO se genera a partir de la aportación de diversas disciplinas (principalmente la psicología) con el fin de estudiar las conductas de las personas en las organizaciones.

### **1.2.2.1 Modelos de compromiso organizacional**

Para explicar cómo trabaja el comportamiento organizacional Lewin en Edel, García & Casiano (2007) lo explica con la siguiente ecuación:  $B = f(P, S)$

En esta ecuación **B** simboliza la conducta de la persona, **f** es una representación de la causa o función de los símbolos que se encuentran entre paréntesis, donde **P** es la persona y **S** la situación. En resumen, esta ecuación se pretende representar como el comportamiento se encuentra en función de la persona como de la situación, de manera que la persona puede alterar su conducta de acuerdo a ciertas situaciones que se desarrollen en su ambiente, y viceversa, la persona puede alterar las situaciones. Esta ecuación es aplicable a la organización y explica a groso modo el comportamiento de un individuo en este ambiente.

El comportamiento organizacional se encuentra ligado a las actitudes de los empleados en la organización, Robbins (2009), define a las actitudes como enunciados de evaluación hacia personas objetos o sucesos que acontezcan en el ambiente del individuo, estos enunciados se expresan de manera favorable o desfavorable, las actitudes son muy complejas ya que son muchas las razones que pueden generar una actitud. Amorós (2007), menciona que al nacer ya se cuenta con una predisposición genética hacia cierto tipo de actitudes, estas se desarrollan de acuerdo al ambiente en el que el individuo se desenvuelve desde su nacimiento. Robbins (2009), señala tres componentes de una actitud (Componente cognitivo, componente afectivo y componente del comportamiento):

“La afirmación mi salario es bajo, es una descripción. Es el componente cognitivo de una actitud, aspecto que es una descripción de ésta o la creencia de cómo son las cosas. Sitúa el escenario para la parte más crítica de una actitud, su componente afectivo. El afecto es el segmento emocional o sentimental de una actitud, y se refleja en el enunciado: Estoy enojado por lo poco que me pagan. Por último, más adelante en esta sección lo estudiaremos con detalle, el afecto conduce a eventos del comportamiento. El componente del comportamiento de una actitud se refiere a la intención de comportarse de cierta manera hacia alguien o algo (para continuar con el ejemplo: Voy a buscar otro empleo donde me paguen mejor)”(Robbins, 2009, pág.75 ).

Todas las personas poseen miles de actitudes; no obstante, Robbins (2009), menciona que son tres las actitudes que se relacionan directamente con el comportamiento organizacional y por tanto son las más estudiadas por esta disciplina, estas actitudes son: satisfacción en el trabajo, involucramiento en el trabajo y compromiso organizacional. Siendo esta última, la actitud que cobra importancia para el presente texto.

Bentazos (2007), señala que tanto para una organización como para el empleado es muy importante tener una relación de armonía que permita que los intereses, objetivos y necesidades de ambos se relacionen positivamente. Para el trabajador estar comprometido con la empresa se ve reflejado con beneficios económicos y prestaciones, para la empresa este compromiso representa mejoras en la

productividad del trabajador, bajas en los índices de inasistencias al trabajo y bajas en la rotación del personal.

Maldonado, Guillén & Carranza (2011), mencionan que al lograr conseguir una alta identificación por parte del trabajador hacia la organización, existirán mayores posibilidades de que el trabajador desee permanecer en ella, una vez contando con trabajadores comprometidos, la empresa puede sacar provecho a esta situación buscando el desarrollo de habilidades que conduzcan a la organización a ser más eficiente y eficaz. De esta manera el compromiso organizacional podría ser un buen instrumento que permita la medición de la implicación del individuo en la organización. Loli (2007), menciona que si para los investigadores ha implicado un reto mejorar la productividad y el desempeño del trabajador, para los empleadores significa un reto aun mayor, ya que en muchas ocasiones nos encontramos con altos directivos carentes de conocimiento al respecto; no obstante, la idea es que tanto investigadores como empleadores comprendan que la clave para alcanzar el progreso, la producción y el bienestar se encuentra en tener trabajadores comprometidos con su organización.

Un gran número de estudios pertenecientes a la disciplina del compromiso organizacional se han dado a la tarea de encontrar los factores que hacen que la persona se involucre con la organización, Loli (2007), señala que estos investigadores se han encontrado con lo que se denomina contrato psicológico, se trata de un contrato que va más allá de cualquier carácter legal, y que explica la existencia de expectativas recíprocas entre ambas partes, llevando al empleado a comprometerse con la organización.

Desde Becker en 1960 hasta la actualidad se siguen elaborando distintos conceptos sobre compromiso organizacional, la realidad para diversos autores como Betanzos, Andrade & Paz (2006), es que existen diversas facetas del término, diversos estudios que pueden llevar a comprender como se desenvuelve el concepto; Sin embargo, no se ha llegado a un acuerdo que indique la manera en que debe ser abordado.

Soberanes, L. & de la Fuente (2009), relaciona al concepto de compromiso organizacional aspectos afectivos, y de los costos que conlleva la rotación de

personal, y propone tres componentes que se desprenden del compromiso: el primero es la Identificación, en la que el individuo adopta los objetivos y creencias de la organización, El segundo es el componente de membresía, en este componente el trabajador desea permanecer afiliado a la organización, y el ultimo componente es la lealtad, que representa el cumplimiento y el respeto que le tiene a la organización. Otros autores como Mowday, Porter y Steers (1982), en Soberanes & de la Fuente (2009), encuentran una relación con tres factores similares: una creencia firme en los valores, creencias y metas, disposición a realizar un esfuerzo, y un deseo firme de mantenerse afiliado a la organización.

Por otra parte, Steers (1977), en Loli (2007), reconoce tres fuentes del compromiso: las características de la persona, las características del trabajo y las experiencias en el trabajo. Luego de comprobar estas tres fuentes en un modelo se concluyó que la organización puede influir más fácilmente en las características de la organización y experiencias en el trabajo, ya que modificar la personalidad del individuo tiene mayores dificultades.

Múltiples investigaciones apuestan por adoptar el modelo que proponen Allen & Meyer (1990), que ubica al compromiso organizacional como un estado psicológico que lleva al trabajador a permanecer en la organización, ¿Por qué este individuo desea permanecer en la organización? Puede ser por diferentes aspectos, Allen & Meyer (1990), a partir de diversos estudios realizados con anterioridad, se encuentran con tres componentes del compromiso organizacional: Compromiso afectivo: se trata de un apego emocional hacia la organización que hace que el trabajador se involucre y se sienta identificado deseando seguir perteneciendo a la misma. La identificación del trabajador es resultado de esa simpatía que siente hacia la empresa, destacando que la importancia en este componente se encuentra en las emociones que hacen que el individuo genere un vínculo. Mowday, Steers y Porter (1979), en Pons & Ramos (2010), señalan que los individuos ligados afectivamente a las empresas, tienden a mostrar mayor compromiso satisfacción y confianza con la empresa.

Compromiso de continuidad: este compromiso guarda relación con aquello que el empleado obtendrá a cambio si permanece en la organización, en muchos de los casos los trabajadores se sienten comprometidos con la organización porque al realizar sus labores se verán recompensados económicamente, con prestaciones o con algún tipo de reconocimiento. Becker en Betanzos et al (2006), en el año 1960 ya proponía que una persona al permanecer en una empresa forma un vínculo que se ve reflejado en inversiones de tiempo y esfuerzo, las cuales dotan al individuo de beneficios a manera de recompensa.

Compromiso normativo: este componente se refiere al trabajador que se siente comprometido a seguir realizando sus labores porque se ve obligado a hacerlo, los motivos de esta obligación no solo se relacionan con que alguien le ordene realizar sus labores sino que pueden subyacer en el propio individuo, de manera que él considera que es su deber realizar el trabajo.

En resumen los tres componentes que plantean Allen & Meyer (1990), describen un vínculo entre el empleado y la organización, diferenciándose por los factores que desencadenan ese vínculo, de manera que: “los empleados con un fuerte compromiso afectivo permanecen porque quieren, aquellos con fuerte compromiso de continuidad porque necesitan, y aquellos con un fuerte compromiso normativo porque sienten que deben hacerlo” (Allen & Meyer, 1990, pág. 3).

Lo hasta aquí mencionado no hace alusión a que el compromiso tiene tres diferentes componentes los cuales no gozan de relación alguna, por el contrario Barraza (2008), expone que estas tres vertientes del compromiso organizacional pueden estar desarrolladas tanto simultáneamente como de manera separada, de modo que un individuo puede querer, necesitar y a su vez sentirse obligado a pertenecer a la organización, o bien simplemente solo puede desarrollar uno de los componentes y dejar de lado los dos restantes.

Arias (2001), en Edel et al. (2007), menciona que el compromiso organizacional ha carecido de investigación en países que se encuentran subdesarrollados; por el contrario, estos países son los que han aportado mayor estudio del tema. En México el interés por estudiar al compromiso organizacional poco a poco comienza a crecer.

Las organizaciones e investigadores cada vez voltean más la mirada hacia la importancia de tener empleados comprometidos, Soberanes & de la fuente (2009), señalan que la carencia de empleados comprometidos trae consigo la reducción de eficacia, bajos índices de producción y el aumento en la probabilidad de que los empleados emigren a otra empresa. Edel et al. (2007), atribuyen al compromiso la virtud de reducir la rotación del personal, y lo definen como una actitud hacia el trabajo, y mencionan que un gran reto para la administración de recursos humanos es elaborar herramientas que favorezcan al compromiso organizacional.

Tabla 1.1 **Variable causantes del compromiso**

Variables relacionadas con el individuo
<b>Demográficas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Edad</b></li> <li>• <b>Sexo</b></li> <li>• <b>Nivel educativo</b></li> <li>• <b>Estado civil</b></li> <li>• <b>Antigüedad en la organización y en el puesto</b></li> </ul>
Variables relacionadas con el trabajo desarrollado
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Variedad de tareas realizadas</b></li> <li>• <b>Autonomía en el trabajo</b></li> <li>• <b>Participación en toma de decisiones Apoyo de la organización.</b></li> <li>• <b>Ambigüedad de roles</b></li> <li>• <b>Conflicto de roles</b></li> <li>• <b>Justicia interaccional</b></li> <li>• <b>Justicia distributiva</b></li> <li>• <b>Justicia procesal</b></li> <li>• <b>Transferibilidad de habilidades</b></li> <li>• <b>Justicia salarial</b></li> <li>• <b>Alternativas percibidas</b></li> <li>• <b>Relaciones con el líder</b></li> </ul>
Variables relacionadas con el grupo/organización
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>El clima de trabajo</b></li> <li>• <b>Liderazgo transformador.</b></li> <li>• <b>La cohesión dentro del grupo</b></li> <li>• <b>Estructura organizativa</b></li> <li>• <b>Valores éticos</b></li> <li>• <b>El tamaño de la organización...</b></li> <li>• <b>Sistemas de Gestión de la Calidad Total.</b></li> </ul>

Fuente: Juaneda & Gonzalez (2007)

Juaneda & González (2007), dividen en tres categorías las variables que condicionan el compromiso de los empleados: Variables relacionadas con el individuo, variables desarrolladas con el trabajo desarrollado y las variables relacionadas con el grupo o la organización; el compromiso hacia la empresa se verá influenciado de acuerdo al desarrollo de estas tres variables.

Tabla 1.2 **Variables consecuentes**

CONSECUENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intención de abandono</li> <li>• Turnover</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Job performance</li> <li>• Socialización organizativa</li> <li>• Estrés</li> <li>• Conflicto familiar</li> </ul>

Fuente: Juaneda & Gonzalez (2007)

El compromiso organizacional cuenta con una serie de variables con las que se relaciona; no obstante, no existe un consenso que defina el grado en que estas se relacionan Juaneda & Gonzalez (2007), elaboró una lista de las variables que se encuentran relacionadas con el compromiso organizacional y las que surgen como consecuencia del mismo, en las que destacan diversos tipos de satisfacciones correlacionadas con esta variable y por el contrario la presencia de estrés y conflicto como consecuencia.

Tabla 1.3 **Variables relacionadas**

VARIABLES CORRELACIONADAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implicación laboral</li> <li>• Compromiso ocupacional</li> <li>• Satisfacción global</li> <li>• Satisfacción salarial</li> <li>• Satisfacción con los compañeros</li> <li>• Satisfacción con sistema de promoción</li> <li>• Satisfacción con el trabajo</li> </ul>

Fuente: Juaneda & Gonzalez (2007)

### 1.2.3 Identidad organizacional

La identidad organizacional es un tema que ha dado mucho de qué hablar y estudiar en las organizaciones, Contreras & Hernández (2011), sostienen que aquellos investigadores que se han interesado por este tópico comparten el interés de conocer la manera en que los individuos se perciben y categorizan dentro de un grupo o una organización.

Tabla 1.4 Diferentes enfoques de identidad

Teoría de la identidad	Postulados básicos	Principales representantes
Desde la Psicología	Identidad personal, esquemas individuales y estructuras de conocimiento que enfatizan, justifican y apoyan los autoconceptos de los individuos	Erikson, (1968); Markus, (1977); citados por Ashfort (2001).
Interaccionismo o Simbólico y teoría de la Identidad	La identidad es construida en las interacciones sociales y preservada en las comparaciones e interrelaciones con otra gente. Una identidad única resulta de una compleja compilación de diferencias y similitudes. Se argumenta que nuestro –sentido del yo se encuentra ampliamente basado en las percepciones de otros.	Mead, (1934); Goffman, (1959).
Modelos mentales compartidos / Memoria transactiva	Ayudan a explicar cómo las identidades son “compartidas” y dónde y cómo las percepciones de identidad compartida son contenidas	Klimosky & Mohammed, (1994); Wegner, (1994).
Teoría de la estructuración	Considera que la rutina es la forma predominante de la actividad social diaria. Las identidades sociales y las relaciones práctica-posición asociadas entre ellas, son indicadores en el “tiempo espacio virtual de la estructura”	Giddens (1979 y 1984)
Teoría institucional	Las organizaciones crean sus propias reglas institucionales. Éstas crean una fuerte tendencia en las organizaciones a ser semejantes. Legitimidad necesaria para operar y obtener recursos, estabilidad y mejorar su probabilidad de sobrevivencia.	Glynn & Abzug, (2002); Meyer y Rowan, (1977).
Teoría de la comunicación	Las organizaciones cada vez tienden a interesarse más en la gente y en los discursos públicos	Burke, (1985); Cheney, (1983); Coleman, (1974); Cheney y Christensen, (2001)
Filosofía	Su “pregunta sobre identidad” es expresada como: “¿es X igual a Y?”	Williams, (1989);

Fuente: Contreras & Hernández (2011)

Diversas disciplinas abordan el tema de la identidad organizacional, si bien no existe un consenso de cómo debe ser abordado el término, estas disciplinas retoman el concepto desde diferentes puntos de análisis y enriquecen su conocimiento.

Los enfoques que mejor contribuyen al conocimiento de la identidad en el ámbito organizacional son los enfoques psicológicos y sociológicos. La teoría de la identidad social Topa & Morales (2006), mencionan que tiene sus orígenes en la década de los 70 con la intención de entender la discriminación entre grupos. Moriano, Topa, Valero & Levy (2009), indican que la identidad social vista desde sus diferentes teorías y las teorías de la categorización del Yo, se define como una parte de la concepción de la persona que se deriva de pertenecer a diferentes grupos, de manera que el pertenecer a una organización puede influir en la identidad de la persona. Por esta razón Rodríguez (2010,) define a la identificación organizacional como una forma de identificación social que lleva a los individuos a alcanzar los objetivos que se ha planteado la empresa.

Guo & Chu (2014), retoman la teoría del intercambio social, para indicar que en las organizaciones no solo se efectúa un cambio físico al gratificar de alguna manera al trabajador por la prestación de sus servicios, sino que también existe un intercambio psicológico representado en la confianza, el apoyo y todos los aspectos emocionales que pueden generarse entre la organización y el individuo, por lo que el individuo desarrolla una identificación con la empresa. Tal y como sucede en el compromiso organizacional Freese y Schalk (1996), en Rodríguez (2010), afirman que el contrato psicológico guarda relación con la identificación organizacional, de manera que mientras más se cumpla este contrato, los individuos se sentirán mayormente identificados con la organización.

### **1.2.3.1 Modelos de Identificación organizacional**

Guo & Chu (2014), definen a la identificación organizacional como el sentido de unidad y pertenencia de los miembros de una organización, dando como resultado la comprensión de los objetivos de la organización.

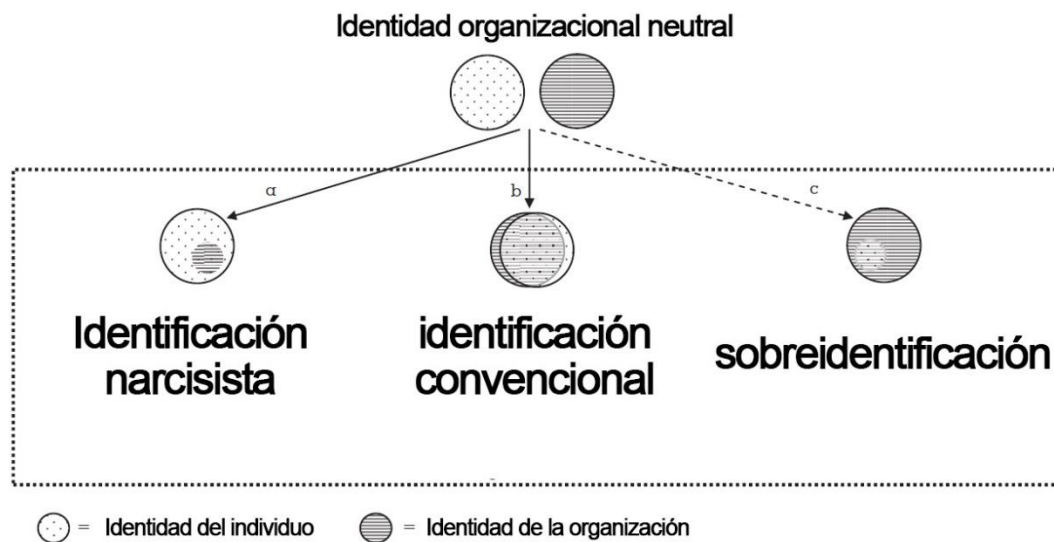
La distinción entre identificación y compromiso debe ser un aspecto indispensable para este escrito, esta distinción también ha sido destacada por Contreras & Hernández (2011), en donde establecen que la identificación se encarna entre el trabajador y la empresa, de tal forma que si el trabajador cambia de trabajo, muy probablemente no sentirá la misma identificación, por otra parte, el compromiso es más general y propio del ser humano, puesto que si un trabajador comprometido cambia de trabajo, probablemente seguirá llevando a cabo tal compromiso.

Álvarez, Lonela, Marín, Marrero, Mas, & Muñoz (2014), mencionan que la distintividad y el prestigio del grupo son factores que hacen más favorable la identificación, además de otros factores como la similitud de objetivos, la proximidad y la vinculación al grupo.

Para dividir los diferentes tipos de identificación organizacional, Galvin, Lange & Ashforth (2015), elaboraron un modelo en el cual dividen las formas de identificación en 3 partes: identificación narcisista, identificación convencional y sobreidentificación.

Gráfico 1.1 El continuo de formas de la identificación organizacional

### El continuo de formas de la identificación organizacional



Fuente: Galvin, Lange & Ashforth (2015)

La primera es la identificación narcisista (basado en el concepto de narcicismo, proveniente del personaje mitológico Narciso) en esta forma la persona no se siente identificado con la organización por lo que se centra únicamente en su propia identidad.

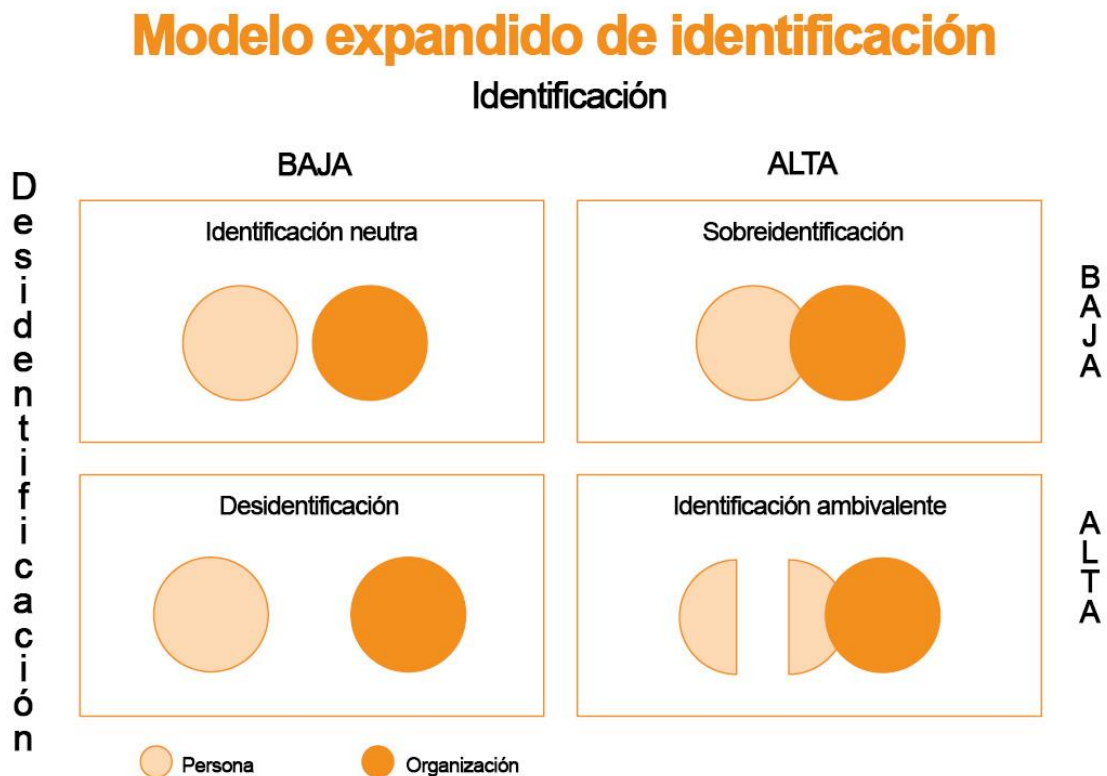
La segunda es la identificación convencional, debido a que pertenece a un estado convencional donde muchos de los trabajadores suelen encontrarse, en esta forma el trabajador adopta cierta parte de la identidad de la organización sin dejar de lado la propia identidad, se trata de un estado medio en el que ambas identidades interactúan constantemente.

Finalmente, nos encontramos con la sobreidentificación, se trata de un estado en el que el individuo ha adoptado totalmente la identidad de la organización dejando de lado aspectos de su propia identidad, estas personas cuentan con un sentido de pertenencia a la empresa extremadamente alto.

Adriana, Jeferson & Antônio (2014), se basó en el modelo de Dukerich et al. (1998), y el de Kreiner & Ashforth (2004), (Ashforth quien participó junto con Galvin y Lange en la elaboración del continuo de formas de identificación organizacional) para elaborar el modelo expandido de identificación organizacional, donde destaca la existencia de 4 dimensiones: Desidentificación, Identificación neutra, Sobreidentificación e identificación ambivalente.

La sobreidentificación aparece cuando el individuo se encuentra totalmente identificado con la organización, en este caso el individuo genera dependencia y amor a la organización. Aunque se mantiene que la identificación del individuo es buena para la organización, esta faceta de identificación puede llegar a causar consecuencias negativas, como falta de creatividad y falta de sentido crítico con las acciones y políticas de la empresa.

Gráfico 1.2 **Modelo expandido de identificación**



Fuente: Adriana, Jeferson & Antônio (2014)

La desidentificación es cuando la persona no concuerda con las políticas y objetivos de la empresa, en este caso hay un conflicto entre la identidad de la persona y la de la organización, por lo que el trabajador no se sentirá a gusto en la organización.

La identificación ambivalente surge cuando el individuo se identifica con algunos de los aspectos de la organización y a su vez con algunos de sus principios, lo que ocasiona un conflicto en el individuo, creando cierta disonancia cognoscitiva.

La desidentificación surge cuando el individuo tiene una ausencia de identificación y desidentificación, esto hace que el individuo se muestre apático.

#### **1.2.4 Uso personal de Internet en el lugar de trabajo**

El uso personal del Internet en el lugar de trabajo tiene tanto ventajas como desventajas, Anandarajan & Simmers (2005), elaboraron un modelo a partir de una investigación basada en la percepción de empleados, en el estudio se encontró que la pérdida de productividad, el realizar actividades ilegales y la obstrucción del ancho de banda, son algunos contras que tiene permitir esta actividad, mientras que a su vez la ganancia de productividad, una vida balanceada, el aumento de habilidades y conocimiento, y la reducción de estrés son algunas de las ventajas que pueden obtenerse, todos estos factores se ven mediados por la posición que tenga la organización respecto al uso personal de Internet en el espacio de trabajo.

De todas las maneras en las que puede ser estudiado el tema del uso personal del Internet en el lugar de trabajo son dos las más estudiadas, la primera se refiere implicaciones o consecuencias, que son todos aquellos resultados que pueden surgir a partir de este fenómeno (cambios en la productividad, cambios en las condiciones de la empresa o los trabajadores, sanciones para los trabajadores o para la empresa), y la segunda hace referencia a las causas que llevan a que el empleado use el Internet de manera personal en el lugar de trabajo (aspectos de carácter psicológico, comportamiento organizacional, características del individuo), algunas investigaciones enfocadas en las causas del uso personal del Internet en el lugar de trabajo son:

Andarajan & Simmers (2005), encontraron en su estudio que algunos trabajadores utilizan el Internet en su trabajo de manera personal porque realizan labores extras en su trabajo, como trabajar tiempo de más o ayudar en ciertas tareas que no les pertenecen. Andarajan & Simmers (2005), proponen que una manera de abordar esta situación es analizándola desde la teoría del intercambio social, aunque no existe un contrato escrito que avala esta acción por parte de los trabajadores ellos consideran que el haber puesto algo a cambio les da el derecho de utilizar el Internet. Zoghbi (2007), propone que las actitudes favorables entre los empleados, principalmente hacia los jefes, favorecen a lo que él llama "Ciber-civismo", que es aquel comportamiento hacia el uso del Internet que contribuye al funcionamiento

eficaz de la organización. Liberman, Seidman, McKenna & Buffardi (2011), descubrieron que los empleados que tienen menores niveles de implicación con el trabajo son más propensos a involucrarse con el uso personal del Internet en el espacio de trabajo. Carmeli en Garret & Danziger (2008), menciona que los empleados que se encuentran más apegados a la organización son menos propensos a utilizar en Internet para cuestiones personales en la empresa, por lo que propone que el compromiso podría desempeñar un papel importante en este fenómeno.

### **1.3 Marco conceptual**

Han sido décadas de investigación las que se han dedicado al tema del compromiso organizacional, muchos investigadores se han atrevido a dar su punto de vista, y han definido al compromiso desde sus respectivas ramas del conocimiento, siendo la definición realizada por Becker una de las definiciones precursoras en el ámbito.

Algunas de las definiciones con las que actualmente se cuenta, concuerdan en relacionar términos como la actitud, la adopción de los objetivos de la organización, un vínculo o enlace entre la organización y el trabajador y un estado psicológico que representa una atadura del individuo a la empresa. Algunos autores vinculan el compromiso organizacional al grado de identificación que posee el individuo con la organización; no obstante, la identificación organizacional ha sido otro concepto que se ha venido desarrollando y que si bien guarda relación al compromiso organizacional del trabajador, no es determinante para que el trabajador se sienta comprometido, ya que un individuo puede sentirse comprometido con la organización por diversos motivos y no sentirse identificado con ella. De tal forma que en el presente escrito evitaremos encasillar a la identificación como parte del compromiso, desarrollando ambos conceptos en ambientes separados.

Tabla 1.5 **Definiciones de compromiso organizacional**

<b>Autor</b>	<b>Definición</b>
Becker (1960)	El compromiso surge cuando una persona, por la realización de inversiones para el mantenimiento de ciertos intereses, permanece con una consistente línea de actuación.
Mowday, Porter, y Steers, (1982) Mowday, Steers, Porter, (1978) Mowday et al (1979) Mowday et al (1998)	Compromiso organizativo es la fuerza con la un individuo se identifica con una organización en particular y su implicación en ella.
Sheldon (1971)	...una actitud u orientación hacia la organización la cual vincula o anexiona la identidad de la persona a la organización.
Wiener (1982)	La totalidad de presión normativa para actuar en un sentido que se corresponde con las metas y objetivos de la organización.
O'Reilly y Chatman, (1986)	Vínculo psicológico sentido por una persona hacia una organización, que reflejará el grado con el cual el individuo interioriza o adopta características o perspectivas de la organización.
Allen y Meyer, (1990)	Estado psicológico que ata al individuo a una organización
Mathieu y Zajac, (1990)	Atadura o enlace de un individuo hacia la organización
Morris y Sherman, 1981	Actitud en forma de vínculo existente entre una organización y un individuo.
Salancik (1977)	Un estado del individuo el cual llega a estar vinculado por sus acciones y a través de ellas a unas creencias que a su vez sustentan esas actuaciones.
Dwyer; Oh. (1987)	El compromiso como promesa implícita o explícita entre los compañeros del intercambio, de cara a mantener la relación.

Fuente: Juaneda & Gonzalez (2007)

### Identidad e identificación organizacional

La identificación organizacional se considera un estado en el que el individuo se percibe psicológicamente enlazado con la organización, puesto que el individuo puede verse motivado o afectado según los éxitos o fracasos de la organización (Álvarez et al, 2014).

Contreras y Hernández (2011), mencionan que el estudio de la identidad encuentra diversos niveles de análisis, ya sea a nivel social, organizacional o individual. Al hablar de identidad organizacional se puede suponer de manera explícita o implícita que el termino se ubica en una serie de procesos cognitivos,

entendimientos, creencias y valores que se comparten en comúnmente en un grupo, o en este caso la organización. Por otra parte, cuando se habla de identificación organizacional, se refiere al grado en que los miembros de una organización adoptan las identidades de la empresa. Sin embargo, al carecer de un común acuerdo sobre la manera en que debe ser abordado el termino, muchos investigadores han decidido brindar su concepto sin tomar en cuenta lo antes mencionado.

Tabla 1.6 **Conceptualización de la identidad organizacional y autores relevantes**

<b>Autor(es)</b>	<b>Tipología de la identidad</b>
Albert y Whetten (1985)	Central, distintiva y duradera, es decir, un conjunto de <i>afirmaciones</i> e historias persistentes acerca de la naturaleza única de la organización
Gioia, et al., (1994)	Una <i>comprensión</i> común, trasladando la atención de lo que es explícitamente afirmado al conjunto de estructuras cognitivas compartidas de los miembros de la organización
Hatch y Schultz, (2000); Pratt y Foreman, (2000); Pratt, (2003).	Cultura, imagen, visión, misión, lógica dominante, identidad corporativa, marca corporativa, y reputación
Fiol, (1991); Gioia, (1998)	Algo que las organizaciones “tienen”: un rasgo, potencialmente un activo o un recurso
Gioia, Schultz, & Corley, (2000); Hatch & Schultz, (2002).	Un proceso continuo, como algo que “ocurre” en las organizaciones y está continuamente en desarrollo
Dutton, Dukerich & Harquail, (1994).	Grado en que los miembros de una organización incorporan identidades organizacionales clave dentro de su identidad

Fuente: Contreras & Hernández (2011)

### Uso personal de Internet en el lugar de trabajo

El uso del Internet para cuestiones personales en el espacio de trabajo ha sido estudiado desde diferentes enfoques, Zoghbi (2009), hace referencia a Kamins (1995), como pionero del concepto “*Cyberloafing*” o bien “Ciber-pereza”, en el cual se concibe al uso personal del Internet en el trabajo como una pérdida de tiempo y por tanto pérdida de productividad para la empresa, Garret & Danziger (2008), entienden el término acuñado por kamins como peyorativo, por su manera negativa de juzgar esta actividad. Coker (2011), presenta una concepción moderna del termino al hablar de “*workplace Internet leisure browsing*” (WILB)

que puede ser entendido como “navegación por ocio con el Internet del trabajo”, si bien esta representación acuñada por Coker toma en cuenta factores como el lugar de trabajo y la navegación del usuario, sigue haciendo un juicio de valor al utilizar al ocio como uno de los factores que integran este constructo. Garret & Danziger (2008), reconoce otras dos alternativas: como el “*non-work related computing*” (NWRC) de Wong, Lee & Lim (2005), para referirse a la misma acción por parte de los empleados, lo que distingue a este concepto de los demás, es que abarca toda acción que realice el trabajador de manera personal con la computadora de la empresa. Para Garret & Danziger (2008), una manera más neutral de abordar esta temática es hablar del uso personal de Internet en el lugar de trabajo, esto implica que esta acción puede brindar tanto beneficios como perjuicios a la organización.

### 1.3.1 Definición conceptual y operacional de variables

Tabla 1.7 **Definición conceptual y operacional de variables**

<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>
Compromiso organizacional: “Estado psicológico que ata al individuo a una organización” (Allen y Meyer, 1990).	Compromiso organizacional: vínculo entre el empleado y la organización, que puede desarrollarse por 3 diferentes factores: afecto a la organización, necesidad de formar parte de la organización y obligación de pertenecer a ella (Allen y Meyer, 1990).
Identificación organizacional: grado en que los miembros de una organización adoptan las identidades de la empresa (Contreras & Hernández, 2011).	Identificación organizacional: estado en el que el individuo se percibe psicológicamente enlazado con la organización (Álvarez et al, 2014).
Uso personal del Internet: Uso del Internet en el trabajo para cuestiones personales y ajenas a las necesidades de la organización (Garret & Danziger, 2008).	Uso personal del Internet: Se refiere a la acción del trabajador de navegar en Internet por cuestiones personales y ajenas a sus actividades laborales y a las necesidades de la organización, mientras se encuentra en su espacio y horario laboral.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 1.8 **Matriz operacional**

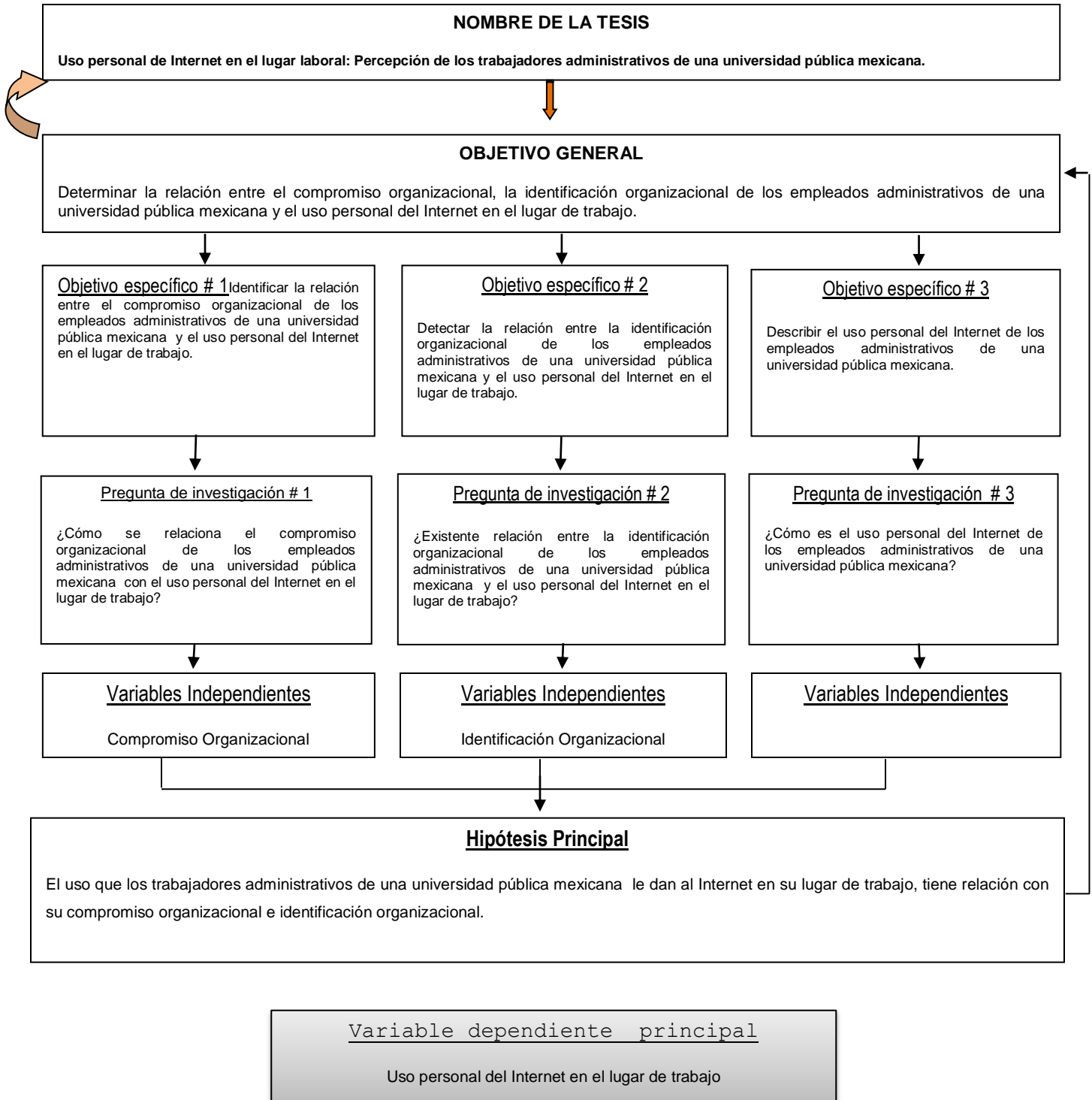
		<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Tipo de medición</b>
Variable 1	Compromiso Organizacional	Compromiso afectivo	1. Sentido de continuidad 2. Lazos afectivos	encuesta
		Compromiso normativo	1. Sentido de lealtad 2. Sentido de obligación	encuesta
		Compromiso de continuidad	1. Beneficios actuales 2. Dificultad para encontrar un nuevo trabajo 3. Costo de abandono	encuesta
Variable2	Identificación Organizacional	Identidad social	1. Componentes cognitivos 2. Componentes afectivos	encuesta
Variable 3	Uso personal del Internet en el lugar de trabajo		1. Hábitos	encuesta
			1. Actitudes	encuesta

Fuente: Elaboración propia

## Capítulo II: Metodología

### 2.1 Matriz de congruencia

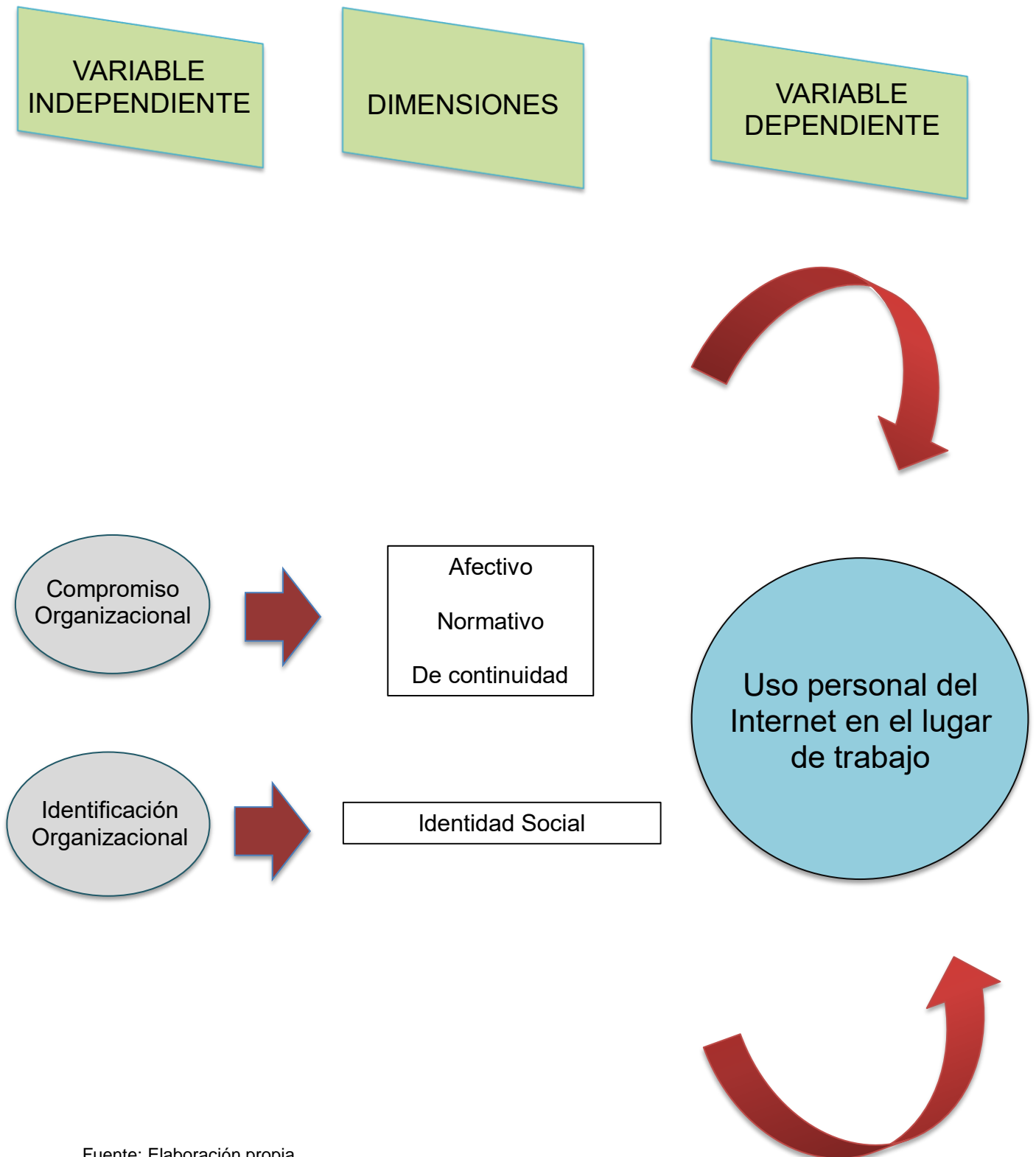
Gráfico 2.1 Matriz de congruencia



Fuente: Elaboración propia

## 2.2 Enfoque de investigación

Gráfico 2.2 Modelo ex ante



Fuente: Elaboración propia

### **2.3 Método de investigación**

Para efectos de la presente investigación se ha decidido efectuar un método deductivo basado en un enfoque cuantitativo, con el objetivo de medir la realidad de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada vista desde una perspectiva externa y objetiva. Se aplicará un cuestionario que medirá cada una de las variables para posteriormente correlacionarlas entre sí.

### **2.4 Diseño de la investigación**

La presente investigación es de carácter descriptivo, transaccional y no experimental, en la cual se aplicara un instrumento de medición de las variables con el fin de establecer si existe o no relación entre ellas.

### **2.5 Delimitación de la investigación: espacial, temporal y disciplinar**

La investigación se realiza en el edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada, en un periodo de tiempo de dos años que corresponden de enero del 2015 a diciembre de 2016. La investigación se centra en medir la relación directa entre el compromiso e identificación organizacional y el uso personal del Internet desde la disciplina de la administración.

### **2.6 Objeto de investigación**

Determinar la relación lineal entre el compromiso organizacional, la identificación organizacional y el uso personal que los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría dan al Internet permitirá conocer algunas razones por las cuales el trabajador decide realizar esta acción. Esto permitirá desarrollar métodos efectivos para tratar con el uso personal del Internet, y así instituir una política apropiada para esta práctica.

## **2.7 Instrumento de recolección de datos**

El instrumento de recolección de datos ha sido elaborado con base en los constructos de otros autores con relación a las variables pertenecientes a la presente investigación.

Características sociodemográficas, basado en el instrumento de Chairez (2014).

Compromiso organizacional, se utilizó el cuestionario sobre atributos de la organización (CATO) validado por Frutos, Ruiz & San Martín (1998) propuesto por Allen & Meyer (1990). Con una escala propuesta por Frutos & Cols (1998) en Chairez (2014).

Identificación Organizacional, se utilizó el cuestionario de Topa & Morales (2006) basado en el instrumento elaborado por Ellemers, Kortekaas y Ouwerkerk (1999).

Uso personal del Internet, se elaboraron a partir de la encuesta aplicada por Vault.com en Muhl (2003). Y se adaptaron ITEMS del instrumento de González (2013), ya que el instrumento estaba diseñado para estudiantes y se reestructuro para trabajadores de carácter administrativo.

## **2.8 Población y muestreo**

El edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada cuenta con 77 trabajadores administrativos, divididos en diferentes departamentos. Para el presente trabajo se aplicara un muestreo censal, puesto que toda la población de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría participarán del estudio.

## **2.9 Validez del instrumento**

Puesto que el único instrumento que ha sido elaborado y adecuado exclusivamente para la presente investigación es el referente al uso personal del Internet, se ha realizado un análisis factorial al constructo de esta variable en sus dos dimensiones.

El KMO arrojó una significancia del .000, lo cual indica que el tamaño de la muestra es adecuado para el presente análisis factorial.

Tabla 2.1 **Matriz de componentes rotados**

ITEMS	Componentes	
P1.UPIP. Es conveniente que a los empleados se les permita utilizar el Internet para cuestiones personales en su lugar de trabajo.		.876
P2.UPIP. Considero apropiado que se permita a los empleados enviar mensajes personales por redes sociales o correos electrónicos durante su horario de trabajo.		.879
P3.UPIP. Considero que mi productividad no se vería afectada al utilizar el Internet de mi trabajo para cuestiones personales.		.847
P4.UPIP. Estoy en contra de las restricciones de sitios web en el lugar de trabajo.		.480
P5.UPI. He utilizado el Internet para visitar sitios no relacionados con mi trabajo en mi tiempo laboral	.666	
P6.UPI. Utilizo el Internet en mi trabajo para interactuar en las páginas de redes sociales (Facebook, Twitter, etc).	.814	
P7.UPI. Utilizo el Internet en mi trabajo para escuchar mi música favorita.	.553	
P8.UPI. Utilizo el Internet en mi trabajo para ver videos, películas, programas, etc.	.659	
P9.UPI. Utilizo el Internet en mi trabajo para distraerme en mi tiempo libre.	.678	
P10.UPI. Utilizo el Internet en mi trabajo para enviar mensajes o correos electrónicos a mis amigos.	.813	

Fuente: Elaboración propia

El método de extracción que se utilizó fue el de análisis de componentes principales y rotación Varimax, arrojó una solución rotada de dos factores, que explican que el 59.62% de la varianza del uso personal del Internet en el lugar de trabajo de los trabajadores administrativos de la UABC campus Ensenada está siendo medido por el cuestionario.

Para la matriz de componentes rotados se utilizó el método de extracción de análisis de componentes principales, junto con el método de rotación de normalización varimax con káiser.

El instrumento de medición fue pensado en 2 diferentes dimensiones, mismas que fueron separadas por la matriz de componentes rotados: La primera dimensión pertenece a la percepción del uso personal del Internet en el lugar de trabajo, a esta dimensión pertenecen los ítems 1, 2, 3 y 4. Tal como lo indica la matriz elaborada. La segunda dimensión concierne al uso personal que los trabajadores dan al Internet en el lugar de trabajo, y a esta pertenecen los ítems 5,6,7,8,9 y 10, ítems que fueron separados tal cual por la matriz de componentes rotados.

## 2.10 Confiabilidad del instrumento de medición

Para el análisis de factibilidad se aplicó el Alfa de Cronbach a cada una de las dimensiones de las diferentes variables, la variable que mostró el índice de factibilidad más bajo fue la identificación organizacional con un Alfa de Cron Bach de 0.669 y la variable más alta fue la del uso personal del Internet en el lugar de trabajo en su dimensión de percepción con un Alfa de Cronbach de 0.816, con esto podemos concluir que todos los instrumentos aplicados son confiables.

Tabla 2.2 **Análisis de fiabilidad**

<b>Variable o dimensión</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>
Compromiso organizacional afectivo	.711
Compromiso organizacional normativo	.712
Compromiso organizacional de continuidad	.804
Compromiso organizacional	.791
Identificación organizacional	.669
Actitud hacia el uso personal del Internet en el lugar de trabajo	.816
Uso personal del Internet en el lugar de trabajo	.811

Fuente: Elaboración propia

## **2.11 Análisis de datos**

Las variables pertenecientes a la investigación son: compromiso organizacional, identificación organizacional y uso personal del Internet.

Para formar baremos de la variable compromiso organizacional algunos autores como Meyer y Allen (1991), Loli Pineda (2007) y Ramírez, García, Chairez & Maldonado-Radillo (2014) coinciden en dividir la variable en 3 niveles (bajo, normal y alto, o nulo, medio y elevado). Los presentes baremos de intensidad para el compromiso organizacional en cada una de sus dimensiones cumplen con los 3 niveles manejados en investigaciones anteriores.

Para efectos de poder comparar los resultados de todas las variables, se ha tomado la decisión de homogeneizar su división en 3, ya que la variable de uso personal de Internet en el lugar de trabajo ha sido poco explorada con anterioridad y no cuenta con una forma concreta de realizar los baremos. Asimismo, en la variable de uso personal del Internet en su dimensión de actitud hacia el uso personal del Internet se ha decidido modificar el nombre de los tres niveles de nulo, medio y elevado a desfavorable, intermedia y favorable, puesto que por cuestiones de sintaxis este orden de baremos se adecua mejor con esta dimensión.

El análisis de la relación lineal entre variables se hará a partir de una correlación bivariada de Pearson. En la cual los coeficientes de correlación se encuentran entre los valores de -1 y +1, si el resultado se inclina hacia cualquiera de las unidades (sea esta positiva o negativa), indicará la existencia de una relación entre las variables; por tanto, coeficientes cercanos al 0 indicaran que no existe una relación.

## **Capítulo III: Análisis Resultados**

### **3.1 Caracterización de la muestra**

Los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada en su mayoría son mujeres, siendo estas 47 de 75 empleados del edificio. 2 trabajadores son menores de 25 años, 29 se encuentran entre 26 y 35 años de edad, 11 empleados tienen entre 36 y 45, mientras que 25 tienen entre 46 y 55 años, 6 empleados son mayores de 56 años. El 26.6% de los trabajadores encuestados se encuentran solteros, 62% es casado y el 3.8% de los empleados se encuentra divorciado.

De la totalidad de trabajadores 36 cuentan con licenciatura, 20 únicamente terminaron la preparatoria y 12 cuentan con título de posgrado. El 40% de los trabajadores administrativos tiene una antigüedad de entre 2 a 10 años, le siguen 13 personas con una antigüedad entre 11 y 20 años, 8 tienen entre 21 y 25 años trabajando en la institución, 8 tiene menos de 2 años y 16 empleados tienen más de 26 años trabajando para la UABC.

37 de los empleados son considerados trabajadores de confianza y 36 son trabajadores sindicalizados. El 78.7% de la población son trabajadores de base, siendo únicamente el 21.3% trabajadores sindicalizados.

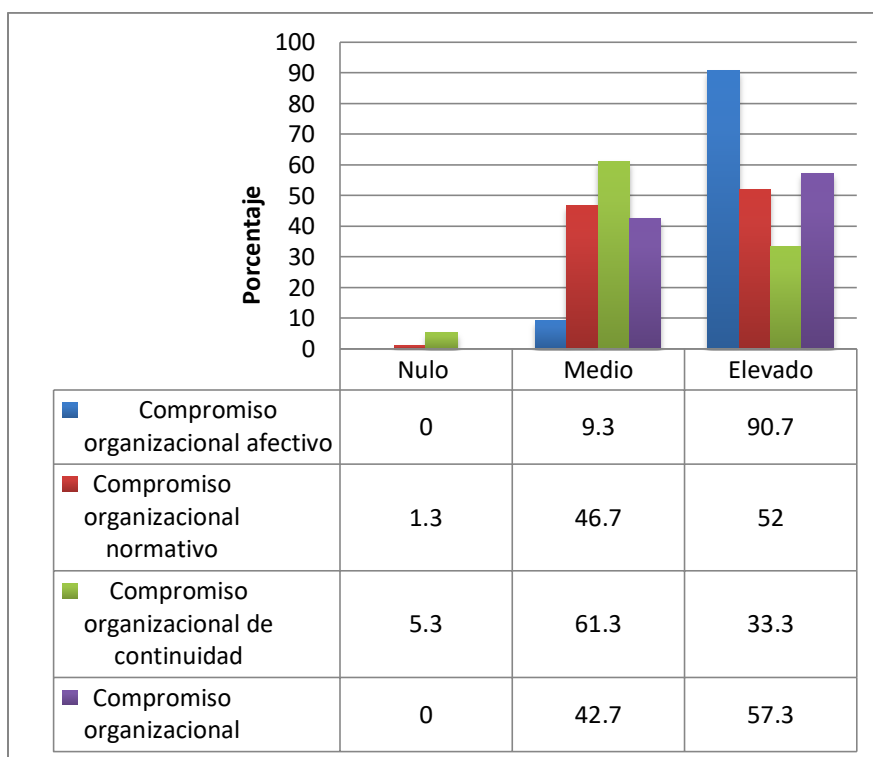
Del total de trabajadores encuestados, 4 pertenecen al departamento de Auditoría interna, 3 a Planeación e imagen institucional, 12 a Recursos humanos, 3 a Formación básica, 8 a Servicios estudiantiles y gestión escolar, 3 a Posgrado e investigación, 12 a Tesorería, 13 a Información académica, 2 a Cooperación institucional, 2 a vicerrectoría, 3 a Formación institucional y vinculación, y 12 a Servicios administrativos.

## 3.2 Análisis descriptivo de las variables estudiadas

### 3.2.1 Compromiso organizacional

Como se muestra en el gráfico 3.1 el 57.3% de los trabajadores se encuentra altamente comprometido con la institución, el 42.7% cuenta con un compromiso medio y no hay trabajadores que no estén comprometidos con la organización.

Gráfico 3.1 **Compromiso organizacional de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada y sus tres dimensiones.**



Fuente: Elaboración propia

Mientras que en la dimensiones de compromiso organizacional, el 90.7% de los trabajadores posee un compromiso afectivo elevado, el 9.3% indicó tener un compromiso organizacional afectivo medio y no hay trabajadores que no posean un compromiso afectivo con la organización.

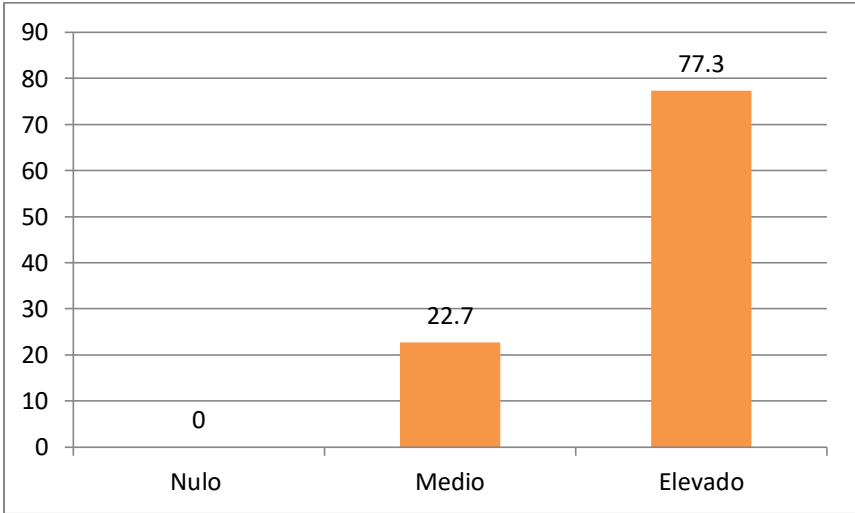
El 52% de los trabajadores posee un compromiso normativo elevado, el 46.7% mostró tener un compromiso normativo medio y el 1.3% no tiene compromiso organizacional normativo.

El 33% de los trabajadores indicó tener un compromiso de continuidad elevado, predominando en esta dimensión el 61.3% con un compromiso de continuidad medio, mientras que el 5.3% de los trabajadores no posee compromiso organizacional de continuidad.

**3.2.2 Identificación organizacional**

El 77.3% de los trabajadores cuenta con una Identificación organizacional elevada, el 22.7% esta medianamente identificado con la organización y cabe resaltar que no hay trabajadores que no se sientan identificados con la organización.

Gráfico 3.2 **Identificación organizacional de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada.**

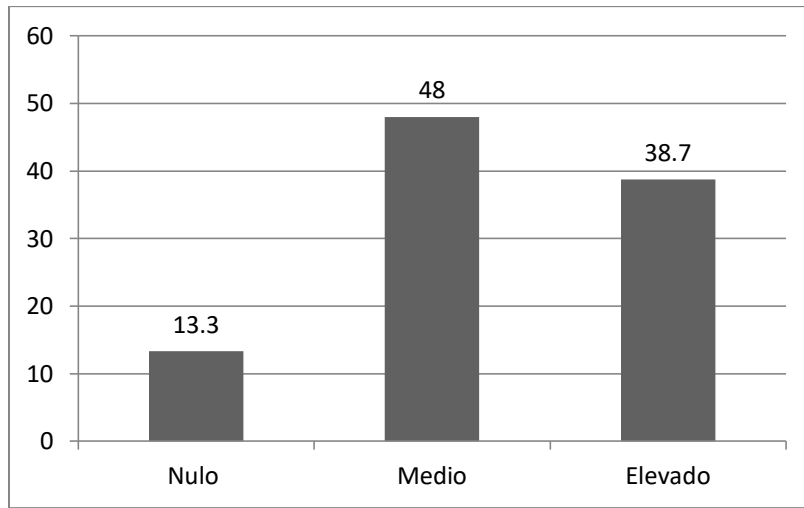


Fuente: Elaboración propia

**3.2.3 Uso personal del Internet**

Como nos muestra el gráfico 3.3 indica que el 48% de los trabajadores administrativos reveló que posee un uso personal del Internet medio, mientras que el 38.7% utiliza el Internet de manera elevada, el 13.3% restante no utiliza el Internet para realizar cuestiones personales en el trabajo.

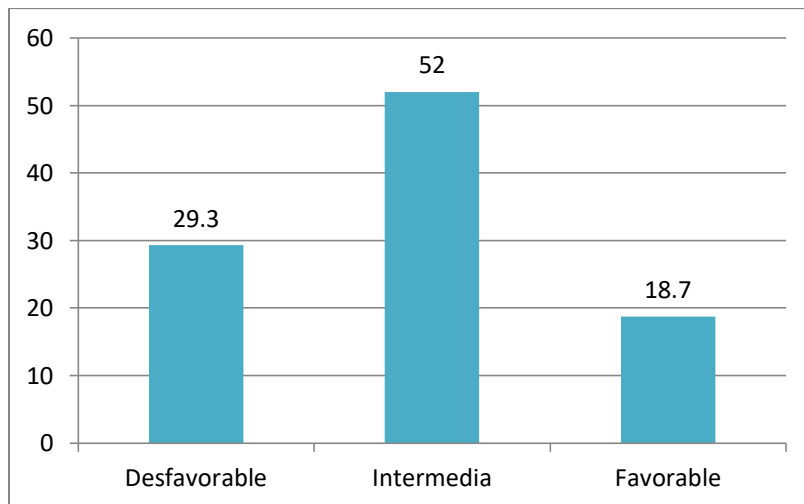
**Gráfico 3.3 Uso personal del Internet de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada.**



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, el gráfico 3.4 indica que el 52% de los empleados posee una actitud hacia el uso personal del Internet intermedia (no está a favor ni en contra de esta actividad), mientras que el 18.7% posee una actitud favorable hacia el uso personal del Internet, el 29.3% de los empleados posee una actitud desfavorable ante esta actividad.

**Gráfico 3.4 Actitud hacia el uso personal del Internet de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada.**



Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Análisis de las relaciones entre variables

En la tabla 3.1 se observa que el coeficiente de correlación entre las variables de compromiso organizacional (CO) y uso personal del Internet (UPI) es de  $-.028$ , lo cual indica que no existe relación entre dichas variables. Asimismo, la identificación organizacional (IO) y el uso personal del Internet poseen un coeficiente de correlación de  $.045$ , por lo que tampoco existe relación entre ellas.

Tabla 3.1 **Correlación bivariada de Pearson entre variables**

	CO	IO	UPI
CO		.599	-.028
IO	.599		.045
UPI	-.028	.045	

Fuente: Elaboración propia

Las variables compromiso organizacional e identificación organizacional se encuentran relacionados, con un coeficiente de correlación fue de  $.599$ .

Tabla 3.2 **Correlación bivariada de Pearson entre dimensiones**

	COA	CON	COC	CO	IO	UPIA	UPI
COA		.405	.035	.549	.605	-.001	-.225
CON	.405		.247	.728	.430	-.024	.058
COC	.035	.247		.765	.317	.050	.061
CO	.549	.728	.765		.599	.020	-.028
IO	.605	.430	.317	.599		-.005	.045
UPIA	-.001	-.024	.050	.020	-.005		.466
UPI	-.225	.058	.061	-.028	.045	.466	

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, en la tabla 3.2 se muestra la correlación bivariada de Pearson entre dimensiones, en donde el uso personal del Internet y la actitud hacia el uso

personal del Internet (UPIA) cuentan con un coeficiente de correlación de .466, esto nos indica que la relación entre estas dimensiones no es lo suficientemente fuerte para considerar que se encuentran relacionadas entre sí.

Ninguna de las dimensiones de compromiso organizacional se encuentra relacionada con el Uso personal del Internet, puesto que el compromiso organizacional afectivo (COA) indico un coeficiente de correlación de -.225, el compromiso organizacional normativo (CON) un .058 y el compromiso organizacional de continuidad (COC) mostro un .061 en su coeficiente de correlación.

**Tabla 3.3 Comprobación de hipótesis**

<b>Variables correlacionadas</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Valor de rho Pearson</b>	<b>Nivel de significancia</b>	<b>Conclusiones</b>
Compromiso organizacional vs uso personal del Internet de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada	El uso que los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC Campus Ensenada le dan al Internet en su lugar de trabajo, tiene una relación lineal con su compromiso organizacional.	Correlación marcada, baja  rho = -.028	.814  **La correlación no es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).	Se rechaza la hipótesis debido a que el nivel de significancia >.01 lo cual muestra que no hay relación entre las variables.
Identificación organizacional vs uso personal del Internet de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada	El uso que los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC Campus Ensenada le dan al Internet en su lugar de trabajo, tiene una relación lineal con su Identificación organizacional.	Correlación marcada, baja  rho = .045	.698  **La correlación no es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).	Se rechaza la hipótesis debido a que el nivel de significancia >.01 lo cual muestra que no hay relación entre las variables.

Fuente: Elaboración propia

### **3.4 Discusiones**

La presente investigación tuvo como propósito determinar la relación entre el compromiso organizacional, la identificación organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo. Se aplicó un instrumento de medición al cien por ciento de la población, dicho instrumento midió cada una de las variables y dimensiones con el fin de poder compararse entre sí.

De acuerdo a los resultados encontrados en esta investigación no existe relación lineal entre el uso personal del Internet y el compromiso e identificación organizacional de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada. De tal forma que se rechaza la hipótesis planteada, el uso personal del Internet no guarda relación alguna con el compromiso y la identificación organizacional.

El identificar que no existe relación entre las variables independientes y la variable dependiente ha sido un hallazgo importante, puesto que se ha determinado que un trabajador comprometido e identificado con su organización puede ser un trabajador que usa en exceso el Internet de manera personal; por otra parte, podemos hablar de trabajadores que no se encuentran comprometidos ni identificados y utilizan el Internet de manera personal en gran medida.

Autores como Liberman, Seidman, McKenna & Buffardi (2011), afirman que los empleados que tienen menores niveles de implicación con el trabajo son más propensos a involucrarse con el uso personal del Internet en el espacio de trabajo; no obstante, en la presente investigación (si tomamos al compromiso e identificación organizacional como variables de implicación del trabajador con la empresa) no sucede así, los niveles de implicación con el trabajo de los empleados administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada no tienen relación con el uso que le dan al Internet de manera personal dentro de su jornada laboral.

Una posible respuesta a la ausencia de relación entre la variable dependiente con las independientes puede encontrarse en la propuesta de Garret & Danziger (2008), y Jamaluddin, Ahmad, Alias & Simun (2015), quienes aseveran que el uso de Internet ha pasado por un proceso de “rutinización” en el ser humano, puesto que esta problemática es una cuestión más de hábito que una decisión consciente de afectar a la empresa por parte del trabajador. Otra posible línea de investigación se encuentra en lo antes mencionado por Andarajan & simmers (2005), ellos sugieren que una manera de abordar esta situación es analizándola desde la teoría del intercambio social, en la que el trabajador cree tener el derecho de utilizar el Internet de manera personal en el trabajo debido a que él ha dado algo a cambio a la organización, aun sin existir un contrato que lo avale.

Cabe resaltar que utilizar el Internet de manera personal puede concebirse como un aspecto negativo, ya que se está haciendo uso del material de trabajo para algo que no está destinado. Si bien el presente estudio trató de brindar total confidencialidad y anonimato a los participantes, es complicado tener la certeza de que estos fueron sinceros al llenar los instrumentos.

El campo de estudio de esta problemática aún se encuentra poco explorado y existe una escases de instrumentos de medición, el presente estudio cuenta con un instrumento para medir el uso personal del Internet que se ha elaborado para atender los asuntos que conciernen a esta investigación. Los estudios pertinentes realizados al instrumento diseñado arrojaron índices aceptables de confiabilidad y validez.

Una aproximación cualitativa ante esta problemática podría enriquecer los resultados obtenidos en la presente investigación y así brindar una aproximación cercana a las razones por las cuales un trabajador decide utilizar el Internet en el lugar de trabajo.

#### **Capítulo IV: Conclusiones y recomendaciones**

La presente investigación pretendió conocer el grado de compromiso e identificación organizacional que posee aquel trabajador que hace uso del Internet de manera personal en el trabajo, teniendo en cuenta que al determinar la relación entre estas variables se podría conocer características importantes que posee el trabajador que utiliza el Internet para cuestiones personales. Por tanto, el objetivo general del presente documento fue determinar la relación entre el compromiso organizacional, la identificación organizacional de los empleados administrativos de una universidad pública mexicana y el uso personal del Internet en el lugar de trabajo.

Se realizó un análisis poblacional de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada, y se elaboró un constructo basado en los cuestionarios de Allen & Meyer (1990), para el compromiso organizacional, Topa & Morales (2006), para identificación organizacional, y el instrumento pertinente al uso personal del Internet han sido de elaboración propia. Los estudios de confiabilidad y validez realizados al constructo arrojaron índices aceptables.

Para conocer la relación entre las variables se elaboró una prueba de correlación de Pearson y de Spearman a los resultados arrojados por el instrumento. De tal forma que se rechazó la hipótesis planteada, el compromiso e identificación organizacional de los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada no guarda relación con el uso personal que estos brindan al Internet en su espacio de trabajo.

De igual forma las dimensiones de compromiso organizacional: tales como el compromiso afectivo, el compromiso normativo y el compromiso de continuidad no están relacionados con el uso personal que los trabajadores brindan al Internet. Asimismo la identificación organizacional no se relaciona con el uso personal del Internet de los trabajadores.

Los resultados arrojan índices altos de compromiso e identificación en los empleados, asimismo los trabajadores usan el Internet para cuestiones personales

en el trabajo, solo que lo hacen moderadamente. Estas aseveraciones conforman un importante hallazgo, puesto que se puede conjeturar que el utilizar el Internet para propósitos personales en el trabajo no es un tema de falta de compromiso o identificación con la empresa, sino que otros factores son los que intervienen para que un trabajador decida llevar a cabo esta acción.

Cabe resaltar que existe incongruencia en las dimensiones de la variable de uso personal del Internet, puesto que la actitud hacia el uso personal del Internet en el trabajo no posee índices altos de relación con el uso personal que los trabajadores dan al Internet. Es decir, existe falta de congruencia entre lo que los trabajadores piensan acerca de este tema y lo que en realidad hacen. Considerando que el análisis factorial indico que el instrumento posee índices aceptables de confiabilidad, se cree que esto es resultado de la mala concepción que se tiene del tema, lo que lleva a los trabajadores a replicar la idea, sin afectar lo que en realidad hacen.

La UABC carece de un documento que regule el uso del Internet en el lugar de trabajo; no obstante, existe un reglamento interior de trabajo que tiene por objeto establecer las disposiciones que permitan a la universidad y a los trabajadores administrativos, dar seguridad y regularidad a la prestación de los trabajos, así como cumplir adecuadamente con los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral. Este reglamento interior de trabajo en el capítulo quinto de las prohibiciones a los trabajadores, artículo 13 dice: queda prohibido a todo el personal de la Institución realizar dentro de su jornada, labores ajenas a su trabajo y utilizar los servicios del personal o del equipo a su cargo para asuntos personales, aun cuando no lo hacen de manera explícita.

Se tiene claro que los trabajadores administrativos del edificio de vicerrectoría de la UABC campus Ensenada están faltando al reglamento interior de trabajo al utilizar el Internet (herramienta de trabajo) para propósitos personales en su espacio laboral. La mayoría de los empleados lleva a cabo esta acción; sin embargo, se trata de individuos altamente comprometidos e identificados con sus

labores en la institución, ¿Estos trabajadores debieran tener alguna penalización por sus actos?

Existiendo propuestas como las de Lim, Teo & Loo (2002), en la que se estipula que es válido que las empresas decidan que el uso personal del Internet sea aceptable en la medida en que los empleados terminen su trabajo de forma eficiente y eficaz, o los descubrimientos de Coker (2011), quien afirma que esta acción puede tener un efecto positivo sobre la productividad del trabajador, y los propios hallazgos de la presente investigación; se tienen razones para proponer la elaboración de un documento que regule el uso del Internet de los trabajadores de la universidad. Ya que el actual reglamento que podría regular esta acción, no está siendo respetado.

Un estudio que mida la productividad con relación al uso personal del Internet de los trabajadores administrativos la UABC podría brindar fundamentos importantes para desarrollar un documento regulatorio adecuado a las circunstancias. Cabe reconocer que la limitación de tiempo y recurso no han permitido que la presente investigación desarrolle con mayor profundidad esta problemática.

Otro hallazgo importante ha sido encontrar una fuerte correlación entre la variable de compromiso organizacional e identificación organizacional, lo que nos indica que a mayor grado de compromiso organizacional mayores serán los niveles de identificación de los trabajadores. Esta afirmación ya había sido estipulada por Dávila & Jiménez (2014), quienes encontraron que cuando mayor es el nivel de compromiso, los niveles de pertenencia del trabajador aumentan; siendo el compromiso una actitud previa al sentido de pertenencia que pudiera tener el trabajador.

Finalmente, algunas futuras líneas de investigación pueden encontrarse desde una aproximación cualitativa, que ayude a entender las razones por las cuales un trabajador decide llevar a cabo esta acción, para posteriormente desarrollar desde una aproximación cuantitativa cada una de estas razones. Otra importante aproximación se encuentra en la productividad de los empleados, puesto que en

México no se cuenta con estudios que analicen esta variable relacionándola con el uso personal del Internet, una aproximación importante de esta índole ha sido desarrollada en Australia por Coker en el 2011.

Debido a la falta de estudios en este ámbito, en la presente investigación se ha desarrollado un instrumento para la variable de uso personal del Internet que consta de dos dimensiones, por un lado el uso personal que los trabajadores dan al Internet en el lugar de trabajo y por el otro la actitud que posee el individuo ante esta acción. Como anteriormente se mencionó, este instrumento cuenta con índices elevados de validez y confiabilidad; con la escasez de instrumentos de este tipo, queda a disposición para futuras investigaciones, principalmente en el habla hispana.

## Anexos

### Instrumento de medición

**Características sociodemográficas**, basado en el instrumento de Chairez (2014):

Instrucciones: Marque con una (X) aquella respuesta que se adecue a su persona.

#### Género:

- a) Femenino ( )
- b) Masculino ( )

#### Edad:

- a) Menos de 25 años ( )
- b) Entre 25 y 35 años ( )
- c) Entre 36 y 45 años ( )
- d) Entre 46 y 55 años ( )
- e) Más de 56 años ( )

#### Estado civil:

- a) Soltero (a) ( )
- b) Casado (a) ( )
- c) Viudo (a) ( )
- d) Separado (a) ( )
- e) Divorciado (a) ( )

#### Tipo de contratación:

- a) Confianza ( )
- b) Sindicalizado ( )

#### Grado académico:

- a) Primaria ( )
- b) Secundaria ( )
- c) Preparatoria ( )
- d) Licenciatura ( )
- e) Posgrado ( )
- f) Otro ( )

#### Antigüedad:

- a) Menos de 2 años ( )
- b) Entre 2 y 10 años ( )
- c) Entre 11 y 20 años ( )
- d) Entre 21 y 25 años ( )
- e) Más de 26 años ( )

#### Estatus laboral:

- a) De base ( )
- b) Eventual ( )

**Compromiso organizacional**, se utilizó el cuestionario sobre atributos de la organización (CATO) validado por Frutos, Ruiz & San Martín (1998) propuesto por Allen & Meyer (1990). Con una escala propuesta por Frutos & Cols (1998) en Chairez (2014):

Instrucciones: Siguiendo la siguiente escala de valor (del 1 al 6) marque con una X en la columna que corresponda a su respuesta y que aparece a la derecha de cada declaración.

Definitivamente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Definitivamente de acuerdo
1	2	3	4	5	6

**Ejemplo:** Tenga en cuenta la siguiente declaración:

Trabajar en esta organización significa mucho para mí.	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Si considera que esta organización significa mucho para usted, deberá marcar con una X en el casillero 6. Por el contrario, si se encuentra definitivamente en desacuerdo con esta afirmación, deberá marcar con una X el casillero 1.

Recuerde que no hay respuestas correctas ni incorrectas. Trate de responder de manera rápida y con la mayor veracidad posible. La información que usted nos brinde será totalmente confidencial.

	DECLARACIÓN	Desacuerdo			De acuerdo		
		1	2	3	4	5	6
1.	Me gustaría continuar el resto de mi carrera profesional en esta organización.						
2.	Siento de verdad, que cualquier problema en esta organización, es también mi problema.						
3.	Trabajar en esta organización significa mucho para mí.						
4.	En esta organización me siento como en familia.						
5.	Estoy orgulloso de trabajar en esta organización.						
6.	No me siento emocionalmente unido a esta organización.						
7.	Me siento parte integrante de esta organización.						
8.	Creo que no estaría bien dejar esta organización aunque me vaya a beneficiar en el cambio.						
9.	Creo que debo mucho a esta organización.						
10.	Esta organización se merece mi lealtad.						
11.	No siento ninguna obligación de tener que seguir trabajando para esta organización.						
12.	Me sentiría culpable si ahora dejara esta organización.						

13.	Creo que no podría dejar esta organización porque siento que tengo una obligación con la gente de aquí.						
14.	Si continúo en esta organización es porque en otra no tendría las mismas ventajas y beneficios que recibo aquí.						
15.	Aunque quisiera, sería muy difícil para mí dejar este trabajo ahora mismo.						
16.	Una de las desventajas de dejar esta organización es que hay pocas posibilidades de encontrar otro empleo.						
17.	Si ahora decidiera dejar esta organización muchas cosas en mi vida personal se verían interrumpidas.						
18.	En este momento, dejar esta organización supondría un gran coste para mí.						
19.	Creo que si dejara esta organización no tendría muchas opciones de encontrar otro trabajo.						
20.	Ahora mismo, trabajo en esta organización más porque lo necesito que porque yo quiera.						
21.	Podría dejar este trabajo aunque no tenga otro a la vista.						

**Identificación Organizacional**, se utilizó el cuestionario de Topa & Morales (2006) basado en el instrumento elaborado por Ellemers, Kortekaas y Ouwerkerk (1999).

	DECLARACIÓN	Desacuerdo			De acuerdo		
		1	2	3	4	5	6
1.	Doy lo que sea por mi grupo de trabajo.						
2.	Les digo a las personas de fuera que éste es un buen lugar de trabajo.						
3.	Aceptaría cualquier puesto para seguir trabajando en este grupo.						
4.	Me preocupa el futuro de este grupo.						
5.	Me siento orgulloso de decir que formo parte de este grupo.						

**Uso personal del Internet**, se elaboraron a partir de la encuesta aplicada por Vault.com en Muhl (2003). Y se adaptaron ITEMS del instrumento de González (2013), ya que el instrumento estaba diseñado para estudiantes y se reestructuro para trabajadores.

	DECLARACIÓN	Desacuerdo			De acuerdo		
		1	2	3	4	5	6
1.	Es conveniente que a los empleados se les permita utilizar el Internet para cuestiones personales en su lugar de trabajo.						
2.	Considero apropiado que se permita a los empleados enviar mensajes personales por redes sociales o correos electrónicos durante su horario de trabajo.						
3.	Considero que mi productividad no se vería afectada al utilizar el Internet de mi trabajo para cuestiones personales.						
4.	Estoy en contra de las restricciones de sitios web en el lugar de trabajo.						
5.	He utilizado el Internet para visitar sitios no relacionados con mi trabajo en mi tiempo laboral						
6.	Utilizo el Internet en mi trabajo para interactuar en las páginas de redes sociales (Facebook, Twitter, etc).						
7.	Utilizo el Internet en mi trabajo para escuchar mi música favorita.						
8.	Utilizo el Internet en mi trabajo para ver videos, películas, programas, etc.						
9.	Utilizo el Internet en mi trabajo para distraerme en mi tiempo libre.						
10.	Utilizo el Internet en mi trabajo para enviar mensajes o correos electrónicos a mis amigos.						
11.	He visto a algún compañero de trabajo usar el Internet de manera personal en su espacio de trabajo.						

## Referencias

Adriana, M., Jeferson, F., & Antônio, M. (2014). O processo de identificação organizacional ante a reforma administrativa: um estudo exploratório / The organizational identification process front of administrative reform: an exploratory study / El proceso de identificación organizativa frente a la reforma administrativa: uno estudio exploratorio. RAM. Revista De Administração Mackenzie, (1), 49. doi:10.1590/S1678-69712014000100003

Allen, N. & Meyer, P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal Of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.

Álvarez, A. Lonela, A. Marín, I. Marrero, T. Mas, L. Muñoz, M. (2014) Identificación Organizacional y Satisfacción Laboral: Diferencia entre Empresas Públicas y Privadas, *REIDOCREA*, Vol. 3, Pág. 34-40. Recuperado el 14 de agosto de 2015 de: <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/31293/1/ReiDoCrea-Vol.3-Art.5-Alvarez-Lonela-Marin-Marrero-Mas-Gonzalez.pdf>

Amorós, E. (2007). *Comportamiento organizacional*, Universidad Católica de Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado el 18 de agosto de 2015 de: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/301136/ACCION\\_PSICOSOCIAL\\_Y TRAB AJO/Unidad 2 Psicología Personas y Trabajo/TEMA%201%20Y%203-Comportamiento%20Organizacional.PDF](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/301136/ACCION_PSICOSOCIAL_Y TRAB AJO/Unidad 2 Psicología Personas y Trabajo/TEMA%201%20Y%203-Comportamiento%20Organizacional.PDF)

Anandarajan, M. & Simmers, C. (2005) Developing human capital through personal web use in the workplace: mapping employee perceptions en *Communications of the Association for Information Systems* 15, 776-791

Ascencio, R. (2011). *Comportamiento Organizacional*, 1ra Ed. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE REYNOSA. Recuperado el 18 de agosto de 2015 de: <http://www.reneascencio.com/Comportamiento-Organizacion-Por-Rene-Ascencio.pdf>

Bencomo, T. (2008). "El trabajo" visto desde una perspectiva social y jurídica. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, Revista Latinoamericana de Derecho Social, Recuperado el 08 de julio de 2015 de:  
<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/revlads/cont/7/art/art2.pdf>

Bentazos, N. Andrade, P. Paz, F. (2006). Compromiso organizacional en una muestra de trabajadores mexicanos. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, Sin mes, 25-43

Bentazos, D. & Paz, F. (2007). Análisis psicométrico del compromiso organizacional como variable actitudinal, *anales de psicología*, vol. 23, no. 2 (diciembre), 207-215. Recuperado el 15 de agosto de 2015 de:  
[http://www.um.es/analesps/v23/v23\\_2/05-23\\_2.pdf](http://www.um.es/analesps/v23/v23_2/05-23_2.pdf)

Bermúdez, K. (2007) Internet en el trabajo. *Discurso laboral*. Universidad Externado de Colombia. Derecho laboral. Recuperado el 10 de Abril de 2015 de:  
<http://portal.uexternado.edu.co/pdf/Derecho/derechoLaboral/DiscursoLab7.pdf>

Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*, Ed. McGraw-hill, 8va ed.

Coker, B. (2011), Freedom to surf: the positive effects of workplace Internet leisure browsing in *New Technology, Work and Employment*, 238-247.

Contreras, C. & Hernández, E. (2011). Antecedentes teóricos y niveles de análisis de la identidad organizacional. *Nova Scientia*, 3(6) 158-179. Recuperado el 13 de agosto de 2015 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203318388009>

Dillon, T.W. & Thomas, D.S. (2006). Knowledge of privacy, personal use and administrative oversight of office computers and e-mail in the workplace,

*Information Technology, Learning, and Performance Journal*, Vol. 24, No. 2, pp.23–34. Recuperado el 07 de Abril de 2015 de:  
<http://c.ymcdn.com/sites/aisnet.org/resource/group/3f1cd2cf-a29b-4822-8581-7b1360e30c71/itl&pjv24no2/dillonthomasfall2006.pdf>

Edel, R. García, A. Casiano, R. (2007). *Clima y Compromiso Organizacional*. Vol. I, Versión electrónica gratuita. Recuperado el 18 de agosto de 2015 de:  
<http://eumed.net/libros/2007c/>

GALVIN, B. M., LANGE, D., & ASHFORTH, B. E. (2015). NARCISSISTIC ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION: SEEING ONESELF AS CENTRAL TO THE ORGANIZATION'S IDENTITY. *Academy Of Management Review*, 40(2), 163-181. doi:10.5465/amr.2013.0103

Garret, K. & Danziger, J. (2008). Disaffection or expected outcomes: Understanding personal Internet use during Work. *Journal of Computer-Mediated Communication*. . Recuperado el 07 de Abril de 2015 de:  
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.00425.x/epdf>

Greenfield, D. & Davis, R. (2002). Lost in cyberspace: the web @ work. *CyberPsychology & Behavior*. Recuperado el 02 de Abril de 2015 de: <http://virtual-addiction.com/wp-content/pdf/lostincyberspace.pdf>

Guo, M., Liao, G., & Chu, F. (2014). HIGH-PERFORMANCE WORK SYSTEMS, ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION AND JOB SATISFACTION: EVIDENCE FROM CHINA. *Pakistan Journal Of Statistics*,30(5), 751-766.

Jamaluddin, H. Ahmad, Z. Alias, M. & Simun, M. (2015). Personal Internet use: The use of personal mobile devices at the workplace. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 172, 495 – 502. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/272682558\\_Personal\\_Internet\\_Use\\_The\\_Use\\_of\\_Personal\\_Mobile\\_Devices\\_at\\_the\\_Workplace](https://www.researchgate.net/publication/272682558_Personal_Internet_Use_The_Use_of_Personal_Mobile_Devices_at_the_Workplace)

Juaneda, E. & Gonzalez, L. (2007). DEFINICIÓN, ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS DEL COMPROMISO ORGANIZATIVO, *Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro*.

Lieberman, B. Seidman, G. McKenna, K. Buffardi, L. (2011). Employee job attitudes and organizational characteristics as predictors of cyberloafing. *Computers in Human Behavior*, 27, 2192–2199. Recuperado el 13 de Marzo de: <http://148.231.10.114:3018/ehost/detail/detail?vid=17&sid=cc047be7-e732-489c-a8d3-cd941772c752%40sessionmgr198&hid=101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=iih&AN=65338749>

Lim, V. Teo, T. & Loo, G. (2002) "How Do I Loaf Here? Let Me Count the Way", *Communications of the ACM* (45)1, pp. 66-70. Recuperado el 15 de Abril de 2015 de: <http://bschool.nus.edu/staff/bizteosh/LimTeoLooCACM2002Cyberloaf.pdf>

Loli, A. (2007). Compromiso organizacional de los trabajadores de una Universidad Pública, *PRODUCCIÓN Y GESTIÓN*, Recuperado el 18 de agosto de 2015 de: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/vol10\\_n2/a06.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/vol10_n2/a06.pdf)

López, J. Minguela, B. Rodríguez, A. Sandulli, F. (2006). Uso de internet y paradoja de la productividad: el caso de las empresas españolas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, núm. 26, 2006, pp. 149-173. Recuperado el 16 de Abril de 2015 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80702603>

Luengo, E. (2009). LA COMPLEJIDAD HUMANA: APORTACIONES DESDE LA SOCIOLOGÍA, *Comunidad de Pensamiento Complejo*, Recuperado el 08 de julio de 2015 de: <http://www.pensamientocomplejo.com.ar/homenaje/galeria/wp-content/uploads/Luengo-Enrique-La-complejidad-humana-aportaciones-desde-la-sociologia.pdf>

Maldonado, S. Guillén, A. Carranza, R. (2011). EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA, *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS*, Vol 4, Num 4, Recuperado el 13 de agosto de 2015 de: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v4n4-2011/RIAF-V4N4-2011-9.pdf>

Manpower Group. (2010) ¿Las redes sociales vs. el management?. *Manpower*. Recuperado el 15 de Abril de 2015 de: [http://www.manpower-venezuela.com/home/estudio\\_detalle.php?id\\_eei=6](http://www.manpower-venezuela.com/home/estudio_detalle.php?id_eei=6)

Maristany, J. (2008). *Tratado de recursos humanos*, Buenos Aires, Recuperado el 10 de julio de 2015 de: [http://www.jaimemaristany.com/home\\_libros\\_sobre\\_management\\_y\\_recursos\\_hu\\_manos\\_detalle.php?id=151](http://www.jaimemaristany.com/home_libros_sobre_management_y_recursos_hu_manos_detalle.php?id=151)

Moriano, J. Topa, G. Valero, E. Levy, J. (2009). Identificación organizacional y conducta “intraemprendedora”, *anales de psicología*, vol. 25, no. 2 , 277-287. Recuperado el 14 de agosto de 2015 de: [http://www.um.es/analesps/v25/v25\\_2/10-25\\_2.pdf](http://www.um.es/analesps/v25/v25_2/10-25_2.pdf)

Muñoz, H. (2009). *La universidad pública en México*, Seminario de Educación superior de la UNAM. SES. Recuperado el 18 de septiembre de 2015 de: [https://www.ses.unam.mx/integrantes/uploadfile/hmunoz/Munoz\\_PubliDigitalesSES.pdf](https://www.ses.unam.mx/integrantes/uploadfile/hmunoz/Munoz_PubliDigitalesSES.pdf)

Robbins, S. (2009). *Comportamiento organizacional*, 13va Ed.

Rodríguez, C. (2010). Cumplimiento del Contrato Psicológico y Compromiso: El Papel Mediador de la Identificación Organizacional, *Universidad Autónoma de Madrid*. Recuperado el 14 de agosto de 2015 de: <http://www.uam.es/otros/webRRHH/docs/Cesar.pdf>

Soberanes, L. & de la Fuente, A. (2009). El clima y el compromiso organizacional en las organizaciones, *Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional*, núm. 9, pp. 120-127. Recuperado el 18 de agosto de 2015 de:

[http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI\\_GestEmp/abel\\_fuente/1.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_GestEmp/abel_fuente/1.pdf)

Topa, G. & Morales, F. (2006). Identificación organizacional y proactividad personal en grupos de trabajo: Un modelo de ecuaciones estructurales, *anales de psicología*, vol. 22, no. 2, 234-242. Recuperado el 13 de agosto de 2015 de:

[http://www.um.es/analesps/v22/v22\\_2/08-22\\_2.pdf](http://www.um.es/analesps/v22/v22_2/08-22_2.pdf)

Universidad Autónoma de Baja California. (2016). *Tij.uabc.mx*. Recuperado de:

<http://www.tij.uabc.mx/campus/resenahistorica.html>

UABC - Vicerrectoría Campus Ensenada. (2016). *Ens.uabc.mx*. Recuperado de:

<http://www.ens.uabc.mx/>

Wang, Y. & Kobsa, A. (2009). Privacy in online social networking at Workplace. *The IEE PASSAT-09 & SocialCom-09 Workshop on Security and Privacy in Online Social Networking*. Vancouver, Canadá. Recuperado el 14 de marzo de 2015 de:

<http://www.ics.uci.edu/~kobsa/papers/2009-SPOSN09-kobsa.pdf>

Wong, M. Lee, D. & Lim, H. (2005). Managing Non-Work Related Computing within an Organization: The Effects of Two Disciplinary Approaches on Employees' Commitment to Change. *PACIS 2005 Proceedings*. Paper 36.

Young, K.S. & C.J. Case (2002). Employee Internet use policy: an examination of perceived effectiveness, *International Association for Computer Information Systems*, Recuperado el 14 de marzo de 2015 de:

<http://iacis.org/iis/2002/CaseYoung.pdf>

Young, K. (2010). Killer Surf Issues: Crafting an Organizational Model to Combat Employee Internet Abuse. *Information Management Journal*, 44(1), 34.

Recuperado el 07 de Abril de 2015 de:

<http://148.231.10.114:3018/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=3d54fca9-3327-42e4-8dcb-5ace2f452f7e%40sessionmgr110&hid=107>

Zoghbi, P. (2009). La Anomia como Moderador de la Relación entre Percepciones de Justicia Organizativa y el Uso Negligente de Internet en el Trabajo. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, Sin mes, 99-112