

INVESTIGACIÓN

Recibido: 10/12/2022

Aceptado: 03/02/2023

Publicado: 13/04/2023

EL EFECTO DE LA NOMOFOBIA EN EL *CIBERLOAFING* ENTRE LOS EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

The effect of Nomophobia on Cyberloafing among employees in
tourism enterprises

 **Sevcanyildiz¹**: Akdeniz University. Turquía.
sevcanyildiz@gmail.com

 **Didem Kutlu²**: Akdeniz University. Turquía.
didemkutlu@akdeniz.edu.tr

 **Raşıit Yildiz³**: Akdeniz University. Turquía.
rasityildiz@akdeniz.edu.tr

Cómo referenciar este artículo:

Yildiz, S., Kutlu, D. y Yildiz, R. (2023). El efecto de la Nomofobia en el *Ciberloafing* entre los empleados de las empresas turísticas. *Vivat Academia*, 156, 173-198.
<http://doi.org/10.15178/va.2023.e1465>

RESUMEN

Debido a la naturaleza dinámica del turismo, es esencial seguir y adoptar la tecnología en desarrollo tanto para satisfacer la estructura de demanda cambiante como para facilitar la operación interna del negocio. Sin embargo, si bien la tecnología tiene un efecto positivo en las organizaciones en términos de viajes, flujo de turistas y gestión, el acceso a Internet de los empleados para fines no laborales durante el tiempo de trabajo provoca el desarrollo de conductas de *cyberloafing* y nomofobia. Dado que las tecnologías de la información y la comunicación se utilizan en todos los campos del sector turístico, se cree que será importante examinar la relación entre el *cyberloafing* y la nomofobia, específicamente en los empleados del sector turístico. El objetivo principal de este estudio fue investigar la relación entre la nomofobia y el *cyberloafing*

¹ **Sevcanyildiz**: Es profesor asociado en la Escuela Vocacional de Ciencias Sociales de la Universidad de Akdeniz. Su principal campo de investigación es el turismo y el marketing turístico. Además, su interés de investigación es el comportamiento turístico, la gestión turística y el turismo cultural.

² **Didem Kutlu**: Es profesora asistente en la Escuela Vocacional de Ciencias Sociales de la Universidad de Akdeniz. Su campo principal es el marketing y el marketing turístico. Su interés de investigación (según publicaciones) es la imagen del destino, la experiencia turística, el boca a boca electrónico y los estudios de agencias de viajes.

³ **Raşıit Yildiz**: Es el secretario de la Facultad de Negocios de Serik en la Universidad de Akdeniz. Obtuvo su maestría de la Universidad Akdeniz del Instituto de Ciencias Sociales, Departamento de Gestión Turística.

entre los empleados del hotel. La investigación se llevó a cabo con un total de 300 empleados en el sector del alojamiento en Antalya, Turquía. Según los resultados del estudio, se puede decir que los niveles de nomofobia y *cyberloafing* de los empleados del hotel son moderados. Los resultados revelaron que la nomofobia explicaba el 34,2 % de la varianza en el *cyberloafing*. Las implicaciones gerenciales se discuten en base a los resultados del estudio y se proporcionan direcciones para futuras investigaciones.

Palabras clave: Empresas turísticas, tecnología, adicción a los *smartphones*, *cyberloafing*, nomofobia.

ABSTRACT

Due to the dynamic nature of tourism, it is essential to follow and adopt the developing technology both to meet the changing demand structure and to facilitate the internal operation of the business. However, while technology has a positive effect on organizations in terms of travel, tourist flow and management, the employees' internet access for non-work purposes during work time causes the development of cyberloafing and nomophobia behavior. Since information and communication technologies are used in every field of the tourism sector, it is thought that it will be important to examine the relationship between cyberloafing and nomophobia, specifically on the employees in the tourism sector. The main aim of this study was to investigate the relationship between nomophobia and cyberloafing among hotel employees. The research was conducted with a total of 300 employees in accommodation sector in Antalya, Turkey. According to the results of the study, it can be said that the nomophobic and cyberloafing levels of the hotel employees are moderate. The results revealed that nomophobia explained 34.2% of the variance in cyberloafing. The managerial implications are discussed based on the study results, and directions for future research are provided.

Keywords: Tourism businesses, technology, smartphone addiction, cyberloafing, nomophobia.

O efeito da Nomofobia no Cyberloafing entre funcionários de empresas de turismo

RESUMO

Devido à natureza dinâmica do turismo, é essencial acompanhar e adotar tecnologias em desenvolvimento, tanto para atender às mudanças na estrutura da demanda quanto para facilitar a operação interna do negócio. No entanto, embora a tecnologia tenha um efeito positivo nas organizações em termos de viagens, fluxo turístico e gestão, o acesso à Internet por funcionários para fins não relacionados ao trabalho durante o horário de trabalho leva ao desenvolvimento de comportamentos de *cyberloafing* e nomofobia. Uma vez que as tecnologias de informação e comunicação são utilizadas em todos os domínios do setor do turismo, acredita-se que será importante examinar a relação entre *cyberloafing* e nomofobia, especificamente nos trabalhadores do setor do turismo. O principal objetivo deste estudo foi investigar a relação entre nomofobia e *cyberloafing* entre funcionários de hotéis. A pesquisa foi realizada com um total de 300 funcionários do setor de hospedagem em Antalya,

Turquia. De acuerdo con los resultados del estudio, puede-se decir que los niveles de nomofobia e *cyberloafing* de los funcionarios del hotel son moderados. Los resultados revelaron que la nomofobia explicó 34,2% de la variación en el *cyberloafing*. Las implicaciones gerenciales son discutidas con base en los resultados del estudio y son proporcionadas direcciones para investigaciones futuras.

Palabras clave: Empresas de turismo, tecnología, dependencia de *smartphones*, *cyberloafing*, nomofobia.

Translation by **Paula González** (Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela)

1. INTRODUCCIÓN

La tecnología ha experimentado un rápido cambio en el ámbito de las tecnologías móviles, y la difusión de estas, especialmente de los *smartphones* e internet móvil, ha aumentado drásticamente. Debido a la facilidad de acceso a Internet con independencia de la hora y el lugar, las tecnologías móviles se han convertido en una parte importante de la vida de las personas. Según el Banco Mundial, el 45,8% de las personas en el mundo utilizan internet y el 80% de la población europea accede a internet a través de sus *smartphones* (Apak y Yaman 2019).

Como vivimos en un mundo tecnológico, el uso de dispositivos inteligentes e internet se ha hecho más popular, y los integramos en cada parte de nuestras vidas. Las tecnologías móviles, que aportan comodidad a la vida de las personas, también plantean posibles problemas. Han cambiado los hábitos cotidianos de las personas, así como sus pautas de comportamiento psicológico y sociológico. La gente se ha acostumbrado a vivir en la realidad virtual y ha empezado a vivir con *smartphones* y tabletas en lugar de interactuar con otras personas (Yaman y Kavuncu 2019). Aunque el aumento de la tasa de uso de los *smartphones* facilita la vida, por un lado, también provocó la aparición de comportamientos negativos, como conductas adictivas e inquietas (Gezgin y Şahin 2017). Según los estudios, el uso excesivo de *smartphones* no solo altera la estructura de los dedos, sino que también revela aspectos negativos como la distracción, el trastorno del sueño, el miedo, la ansiedad, la fatiga, el estrés, la alienación y la depresión (Aşık 2018, p. 29). Junto con el uso problemático de *smartphones*, conceptos como la adicción a los *smartphones* (Gökçearsan et al., 2018), la nomofobia (Dixit et al., 2010), el ciberacoso y el *cyberloafing* han comenzado a surgir en el campo de la investigación. El término nomofobia es una abreviatura de la expresión "no-mobile-phone-phobia". El *cyberloafing* se define como el uso que hacen los empleados de las tecnologías TIC, incluidos dispositivos como ordenadores portátiles, ordenadores de sobremesa y *smartphones*, y de Internet (proporcionado por la organización) para acceder a las redes sociales y otros sitios web durante las horas de trabajo (Tandon et al., 2021).

Aunque se han realizado muchos estudios con la nomofobia y el *cyberloafing* por separado, hay muy pocos estudios en la literatura que midan el efecto de la nomofobia en el *cyberloafing*. Según los resultados de un estudio que mide el efecto de la nomofobia sobre el *cyberloafing* en estudiantes universitarios, los estudiantes universitarios tienen una nomofobia moderada y el nivel de *cyberloafing* es alto (Masadeh 2021, p. 342). En

otro estudio en el que se midieron los niveles de *ciberloafing* de los estudiantes que cursaban estudios en el Departamento de Educación en Informática y Tecnología Educativa de Turquía, todos los estudiantes admitieron haber hecho *ciberloafing* en diferentes semestres y cursos. Se ha observado que el nivel de *ciberloafing* está cerca del nivel medio y especialmente en las clases, los estudiantes muestran los comportamientos de compartir contenidos y acceder a contenidos en línea (Gezgin y Sarsar 2020, p. 243). Dado que el entorno de aprendizaje y el entorno de trabajo son diferentes entre sí, los niveles de *ciberloafing* de estudiantes y empleados difieren. Los entornos de clase y de trabajo se diferencian en términos de derechos de los empleados y los estudiantes, situación económica (por ejemplo, el *ciberloafing* en forma de compras), modo de comunicación, horario diario, supervisión y ambiente (Gökçearsan et al., 2018; Akbulut et al., 2017). Cuando se evaluaron los estudios en la literatura, se vio que los estudios se centraron principalmente en estudiantes de secundaria y universitarios y un número limitado de estudios examinan la relación entre la nomofobia y el *ciberloafing* (Masadeh 2021; Tandon et al., 2021). Por lo tanto, una de las contribuciones a la literatura de este estudio empírico es analizar la relación del *ciberloafing* y la nomofobia en diferentes entornos como las empresas de alojamiento. Otra contribución de esta investigación es que pretende presentar nuevas pruebas empíricas a la literatura turística. La selección de las empresas de alojamiento también hará que los resultados del estudio sean importantes para los responsables de las políticas turísticas.

1.1. *Ciberloafing*

El concepto de *ciberloafing* significa el uso de la red de internet proporcionada al personal por las organizaciones dentro del ámbito de los propósitos individuales del personal (Lim 2002; Afacan Fındıklı 2016, p. 37). El comportamiento de *ciberloafing* causa efectos negativos en términos de empresa y empleado. Mientras que el empleado se enfrenta a desventajas como no poder completar su trabajo, perder su tiempo y disminuir su motivación, la organización experimenta efectos negativos como pérdidas materiales y morales, sanciones legales y la concentración de la red de Internet (Ünal 2015, p. 96).

Mientras que algunos de los estudios destacan que el *ciberloafing* tiene efectos negativos en las organizaciones en términos de productividad, cumplimiento legal y seguridad de la información (Henle et al., 2009; Wagner et al., 2012), otros sugieren que tiene efectos positivos como la mejora de la creatividad y la eliminación del estrés laboral. (Lim y Chen 2009; Robinson y Bennett 1995). El *ciberloafing* permite al empleado alejarse del entorno laboral y volver a centrarse en su trabajo (Anandarajan y Simmers 2005; Lim y Chen 2012). El *ciberloafing* se divide en cuatro dimensiones como crecimiento personal, recuperación, desviación y adicción. En cuanto a la dimensión de desarrollo personal, los comportamientos de *ciberloafing* son una fuente potencial de aprendizaje y se definen como un comportamiento que muestra una evolución positiva para el empleado y el empleador. La recuperación se refiere a los beneficios que aporta al estado de salud y motivación del empleado, aumenta su tranquilidad en la organización y reduce la situación de malestar. La desviación, por su parte, provoca una disminución de la productividad en la organización y consiste en

comportamientos que crean resultados negativos en la organización. Las adicciones son comportamientos que causan problemas porque son conductas que se han convertido en hábitos. La razón principal de las adicciones surge como reacción a la insatisfacción o angustia (Özkalp y Yıldız 2018, p. 61).

En un estudio, se determinó que a medida que aumenta el nivel educativo de los empleados, aumentan las actividades insignificantes de *ciberloafing*, y que los que trabajan en los niveles superiores realizan actividades de *ciberloafing* más graves que los que trabajan en los niveles inferiores (Kaplan y Çetinkaya 2014). La razón por la que los ejecutivos son más propensos al *ciberloafing* es que las personas en estos puestos tienen trabajos más estresantes y es más probable que utilicen Internet para distraer su mente del trabajo (Ugrin *et al.*, 2007).

1.2. Nomofobia

La nomofobia es un tipo de fobia definida como el estado de sentirse incómodo o preocupado en ausencia de un teléfono móvil, ordenador personal u otro dispositivo de comunicación virtual (Yıldız *et al.*, 2020; Adnan y Gezgin 2016; King *et al.*, 2010). Las personas que padecen nomofobia pueden identificarse por ciertas características como "comprobar si hay mensajes o llamadas continuamente", "experimentar ansiedad y estrés fuera del área de cobertura o en lugares donde el uso del teléfono está limitado", "no apagar nunca el teléfono" e "irse a la cama con un *smartphone*". En algunos casos graves, cuando se desconecta el teléfono o se impide su uso, los nomofóbicos pueden sufrir efectos secundarios físicos como "ataques de pánico", "dificultad para respirar", "temblores", "sudoración", "aceleración del ritmo cardíaco", "dolor en las articulaciones de las manos, dolor en el cuello y la espalda" (Kaur *et al.*, 2021; Erdem *et al.*, 2016). Aunque la nomofobia es más común entre los jóvenes, personas de todos los grupos de edad están en riesgo. El hecho de que los *smartphones* tengan demasiadas funciones, la facilidad de uso y la portabilidad, también conduce a un aumento de la adicción. Además, la nomofobia es una enfermedad psicológica desde el punto de vista personal, pero también afecta de cerca a la sociedad desde el punto de vista sociológico.

Hay muy pocos estudios en la literatura que midan el efecto de la nomofobia en el *ciberloafing*. Según los resultados de un estudio que mide el efecto de la nomofobia sobre el *ciberloafing* en estudiantes universitarios, éstos tienen una nomofobia moderada y el nivel de *ciberloafing* es alto (Masadeh 2021, p. 342). En un estudio que examinó la relación entre la distracción y la nomofobia debido al uso de *smartphones* en la práctica clínica de estudiantes de enfermería, se encontró una correlación positiva entre el uso de *smartphones* y la puntuación total de nomofobia (Aguilera-Manrique *et al.*, 2018). En otro estudio que midió los niveles de *ciberloafing* de los estudiantes que estudian en el Departamento de Educación en Tecnología Informática e Instruccional en Turquía, todos los estudiantes admitieron que hicieron *ciberloafing* en diferentes semestres y cursos. Se ha observado que el nivel de *ciberloafing* está cerca del nivel medio y especialmente en las clases, los estudiantes muestran los comportamientos de compartir contenidos y acceder a contenidos en línea (Gezgin y Sarsar 2020, p. 243). Gözümlü *et al.*, (2020) examinaron la relación entre las variables de preparación para el

aprendizaje móvil (m-learning) de los candidatos a maestros de preescolar, el *ciberloafing*, la nomofobia y la adicción a los *smartphones*. El resultado de la investigación es que los *smartphones* que los candidatos a maestros de preescolar utilizan tanto para el m-learning como para el *ciberloafing* en el aula tienen un efecto sobre la nomofobia y la adicción a los *smartphones*. Según los resultados de un estudio que investigaba el efecto de la nomofobia en el compromiso y la interrupción de los empleados, el agotamiento emocional y la productividad, algunos empleados nomofóbicos se sentían más productivos, pero otros tendían a sentirse emocionalmente agotados y menos productivos. También se observó que la nomofobia aumentaba la interrupción del trabajo y la percepción de la carga de trabajo de los empleados (Erdem *et al.*, 2016; Hosgor *et al.*, 2020). En estudios anteriores, se observó que los estudiantes universitarios con alta nomofobia tienden a utilizar los *smartphones* más que otros estudiantes (Gökçearslan *et al.*, 2018; Erdem *et al.*, 2016). Con el fin de revelar los comportamientos de *ciberloafing* y nomofobia de los empleados en las empresas turísticas y examinar la relación entre los conceptos de *ciberloafing* y nomofobia, se han establecido las siguientes hipótesis:

H1: La nomofobia tiene un efecto sobre el *ciberloafing*.

Aunque los estudios sobre la nomofobia se centran generalmente en los estudiantes, la nomofobia también tiene graves efectos en el entorno laboral. Los trastornos físicos y psicológicos (distracción, estrés, insomnio, dolor de manos y muñecas, etc.) causados por la nomofobia pueden provocar accidentes laborales y afectar negativamente al rendimiento y la productividad de los empleados (Augner y Hacker 2012; Zarghami *et al.*, 2015). El hecho de que los empleados pasen demasiado tiempo con sus teléfonos en el trabajo puede dañar sus relaciones sociales con sus compañeros y afectar negativamente el compromiso organizacional y la satisfacción laboral de las personas (Aşık, 2018). En los estudios que examinan los efectos de la nomofobia en la vida empresarial, se ha determinado que la nomofobia conduce a consecuencias organizativas como la reducción de la satisfacción laboral y el compromiso con el trabajo, la creación de una percepción de exceso de carga de trabajo (Erdem *et al.*, 2016) y la exhibición de comportamientos de procrastinación (Hosgor *et al.*, 2020; Aguilera-Manrique *et al.*, 2018). Teniendo en cuenta los efectos de la nomofobia en la vida empresarial, es importante determinar los niveles de nomofobia de los individuos y determinar qué variables difieren en sus niveles de nomofobia. Se ha propuesto la siguiente hipótesis para determinar los niveles de nomofobia de los individuos en función de las variables demográficas:

H2: Los niveles de nomofobia difieren en función de las características demográficas (sexo, edad, uso diario de Internet) de los empleados.

El comportamiento de *ciberloafing* en el lugar de trabajo puede crear una amenaza interna en términos de productividad, pérdidas financieras, moral, justicia organizacional y una fuente potencial de riesgos (Piotrowski 2012). Por lo tanto, es importante entender los comportamientos de *ciberloafing* que ocupan a los empleados con el fin de gestionar eficazmente el uso de Internet de los empleados en el lugar de trabajo. El uso generalizado de las tecnologías informáticas y de Internet,

especialmente en las empresas hoteleras, conlleva la posibilidad de que los empleados utilicen estas tecnologías para sus propios fines, navegando por Internet y utilizando herramientas de redes sociales (Kaplan y Çetinkaya 2014). Con el fin de determinar los niveles de *ciberloafing* de los empleados hoteleros en función de variables demográficas, se propuso la siguiente hipótesis:

H3: Los niveles de *ciberloafing* difieren en función de las características demográficas (género, edad, uso diario de internet) de los empleados.

2. OBJETIVOS

Cuando se evaluaron los estudios en la literatura, se vio que los estudios se centraron principalmente en estudiantes de secundaria y universitarios y un número limitado de estudios examinan la relación entre nomofobia y *ciberloafing* (Masadeh 2021; Tandon *et al.*, 2021). Por lo tanto, una de las contribuciones a la literatura de este estudio empírico es analizar la relación del *ciberloafing* y la nomofobia en diferentes entornos como las empresas de alojamiento. Otra contribución de esta investigación es que pretende presentar nuevas pruebas empíricas a la literatura turística. La selección de las empresas de alojamiento también hará que los resultados del estudio sean importantes para los responsables de las políticas turísticas.

3. METODOLOGÍA

El enfoque cuantitativo se utilizó para investigar los niveles de nomofobia y los comportamientos de *ciberloafing* entre los empleados de las empresas turísticas en Antalya y las variables que afectan a estos niveles. La escala de nomofobia consiste en "no poder acceder a la información", "renunciar a la comodidad", "no poder comunicarse" y "perder la conectividad" (Yıldırım y Correira 2015). Para la escala de *ciberloafing*, se utilizaron 5 dimensiones que incluyen "compartir", "comprar", "actualización en tiempo real", "acceder a contenido en línea", "juegos/apuestas" (Akbulut *et al.*, 2017). En el ámbito de este estudio, el cuestionario fue traducido del idioma de origen (inglés) al idioma de destino (turco) por un experto bilingüe. Tras las correcciones realizadas por los expertos en el campo de la tecnología educativa en los ítems traducidos, los autores de este estudio revisaron los ítems, y se realizó un estudio piloto con 35 participantes para comprobar la claridad y comprensibilidad de las preguntas.

3.1. Participantes y recopilación de datos

Se determinó que el universo objetivo del estudio eran los empleados hoteleros de la región turística de Belek, en la provincia de Antalya. Se eligió como método de muestreo el muestreo por conveniencia, que es un método no probabilístico y preferido debido a la fácil accesibilidad de los sujetos (Gegez 2014, p. 217). Los datos se recogieron en los trimestres de invierno y primavera de 2021 y se aplicó un cuestionario a los empleados que trabajaban en hoteles de 5 estrellas de forma voluntaria. Se eliminaron las respuestas incompletas de un total de 322 cuestionarios y se continuó el análisis con 300 cuestionarios.

Según la Tabla 1, la mayoría de los encuestados son hombres, con edades comprendidas entre los 26 y los 35 años, solteros y con estudios secundarios. En cuanto al uso diario de Internet, la mayoría de los participantes afirmaron utilizar Internet entre 1 y 3 horas.

Tabla 1: Características demográficas de los participantes.

Características demográficas		Frecuencia	%	Características demográficas		Frecuencia	%
Género	Masculino	167	55.7	Experiencia laboral	6 - 10 años	50	16.7
	Femenino	133	44.3		11 - 15 años	34	11.3
Edad	≤ 25	85	28.3		16 - 20 años	31	10.3
	26 - 35	110	36.7		>21 años	28	9.3
	36 - 45	55	18.3	Antigüedad	< 1 año	69	23.0
	46 - 55	42	14.0		1 - 3 años	105	35.0
	56 ≥	8	2.7		4 - 6 años	64	21.3
Estado civil	Soltero	155	51.7		7 - 9 años	41	13.7
	Casado	145	48.3	>10 años	21	7.0	
Educación	Secundaria	57	19.0	Uso diario de Internet	I No lo utiliza	27	9.0
	Bachiller	119	39.7		< 1 hora	193	64.3
	Licenciado	109	36.3		1 - 3 horas	68	22.7
	Universidad	15	5.0		4 - 6 horas	10	3.3
Experiencia laboral	< 1 año	58	19.3		>7 horas	2	0.7
	1 - 5 años	99	33.0	Total	300	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Medición

La escala de nomofobia desarrollada por Yıldırım y Correira (2015) que consta de cuatro dimensiones y veinte ítems: (1) no poder comunicarse, (2) perder la conectividad, (3) no poder acceder a la información y (4) renunciar a la comodidad. La escala de *ciberloafing* se operacionalizó utilizando cinco constructos (compartir, comprar, actualizar en tiempo real, acceder a contenidos online, jugar/apostar) adaptados de (Akbulut *et al.*, 2017) y treinta ítems. Todos los ítems se midieron utilizando una escala Likert de cinco puntos, que oscilaba entre 1 (totalmente en desacuerdo) y 5 (totalmente de acuerdo).

3.3. Análisis de datos

Para analizar los datos obtenidos del cuestionario se utilizó el programa de análisis cuantitativo SPSS 20. Para que los datos obtenidos en estudios cuantitativos se acepten como científicamente correctos o sean creíbles, se debe medir su validez y fiabilidad (Christensen *et al.*, 2015, p. 154). En nuestro estudio, se utilizó el análisis factorial explicativo para la validez de las escalas y el alfa de Cronbach para la fiabilidad.

Tabla 2: Cargas factoriales y valores Alfa de Cronbach del constructo nomofobia.

Elementos de constructo/medida	A de Cronbach	Carga factorial	Valor propio	Varianza explicada
<i>perder la conectividad</i>	.972	.952	5.172	25.85

Me sentiría incómodo porque no podría estar al día con las redes sociales e Internet		.949		
Me sentiría raro porque no sabría qué hacer		.945		
Me sentiría incómodo porque no podría comprobar mis notificaciones de actualizaciones de mis conexiones y redes en línea		.942		
Me sentiría ansioso porque no podría comprobar mis mensajes de correo electrónico		.931		
Me sentiría nervioso porque estaría desconectado de mi identidad en línea.				
no poder comunicarse	.883		3.578	17.89
Estaría nervioso porque no podría saber si alguien ha intentado localizarme		.854		
Estaría preocupado porque mi familia y/o amigos no podrían ponerse en contacto conmigo		.843		
Me sentiría nervioso porque no podría recibir mensajes de texto ni llamadas		.839		
Me sentiría angustiado porque se rompería mi conexión constante con mi familia y amigos		.816		
Me sentiría angustiado porque no podría mantenerme en contacto con mi familia y/o amigos		.709		
Me sentiría ansioso por no poder comunicarme al instante con mi familia y/o amigos		.683		
renunciar a la comodidad	.865		3.070	15.35
Si me quedara sin saldo o alcanzara mi límite mensual de datos, entraría en pánico.		.846		
Si no pudiera utilizar mi smartphone, tendría miedo de quedarme varado en algún sitio.		.830		
Si no pudiera consultar mi smartphone durante un tiempo, sentiría deseos de consultarlo		.794		
Si no tuviera señal de datos o no pudiera conectarme a una red Wi-Fi, comprobaría constantemente si tuviera señal o pudiera encontrar una red Wi-Fi.		.776		
Me asustaría quedarme sin batería en el smartphone.		.771		
no poder acceder a la información	.795		2.428	12.14
Me sentiría incómodo sin un acceso constante a la información a través de mi smartphone		.800		
Me molestaría no poder utilizar mi smartphone y/o sus funciones cuando quisiera		.791		
Me molestaría no poder buscar información en mi smartphone siempre que quisiera		.783		
Me pondría nervioso no poder acceder a las noticias (por ejemplo, sucesos, tiempo, etc.) en mi smartphone		.756		

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=.828

Prueba de esfericidad de Bartlett $\chi^2 = 4437.235$; $p=.000$

Nota: % de la varianza total: %71.245

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados mostraron un valor aceptable de .828 en la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin. El hecho de que el valor p obtenido en la prueba de esfericidad de Bartlett sea inferior a .001 indica que el factor de análisis es adecuado. Todos los coeficientes de

fiabilidad comunicados superan .70 (Tabla 2), lo que sugiere una consistencia interna aceptable (Nunnally 1978). El alfa de Cronbach del constructo nomofobia se sitúa entre .795 y .972, lo que muestra una alta fiabilidad. La varianza total explicada por los 4 factores es del 71,245%. Según Hair *et al.* (2006), una solución factorial que explica el 60% (y en algunos casos incluso menos) de la varianza total se considera satisfactoria en la investigación en ciencias sociales. Los ítems de medida adaptados de estudios existentes han indicado que la nomofobia tiene cuatro constructos, a saber, no poder acceder a la información, renunciar a la comodidad, no poder comunicarse y perder la conectividad. En nuestro estudio se confirmó el resultado de la EFA.

Tabla 3: Cargas factoriales y valores Alfa de Cronbach del constructo ciberloafing.

Elementos de constructo/medida	A de Cronbach	Carga factorial	Valor propio	Varianza explicada
Compartir Reviso las páginas de redes sociales de mis amigos Comento las fotos compartidas Me gustan las publicaciones que me interesan Veo vídeos divertidos que se comparten Envío mensajes de texto a mis amigos Hago actualizaciones de estado en las redes sociales Comparto contenidos (texto, foto, vídeo, etc.) en las redes sociales Etiqueto a mis amigos en las fotos compartidas Miro los contenidos compartidos por mis amigos	.970	.915 .906 .901 .899 .893 .889 .888 0.885 0.829	8.072	26.90
Compras Reviso sitios de anuncios clasificados de segunda mano. Miro ofertas de empleo. Visito sitios de subastas (Gittigidiyor, e-bay, etc.) Realizo transacciones bancarias Compro en sitios de compras Visito sitios de oportunidades (Grupanya, Bonubon etc.) Visito sitios de compras.	.939	.872 .869 .861 .848 .848 .763 .659	6.671	22.23
acceder a contenidos en línea Descargo las aplicaciones que necesito Escucho música en línea Veó vídeos en Internet Descargo vídeos de Internet Descargo música de Internet	.917	.876 .864 .856 .824 .739	3.422	11.40
actualización en tiempo real Yo tuiteo Vuelvo a publicar un tweet que me ha gustado (retweet) Leo tuits	.858	.806 .804 .789 .785	2.289	7.63

Comento los trending topics Añado un tuit que me gusta a mis favoritos		.767		
Juego/apuestas	.850		1.948	6.49
Visito sitios de deportes en línea		.861		
Visito sitios de apuestas		.822		
Juego en línea		.802		
Apuesto		.778		

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=.902

Prueba de esfericidad de Bartlett: $\chi^2 = 8302.299$; $p=.000$ **Fuente:** Elaboración propia.

Los resultados mostraron un valor aceptable de .902 en la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin. El valor p resultante de la prueba de esfericidad de Bartlett fue inferior a .001, lo que indicó que el factor de análisis era adecuado. La escala explica el 74,674% de la varianza total. Se puede decir que la relación de varianza total tiene un valor importante para la regla de al menos el 50% (Yaşlıoğlu 2017). Se observa que la escala consta de 5 subdimensiones con un valor propio superior a 1. Cuando se examinan las cargas factoriales de los ítems de la escala en general, puede decirse que proporcionan la regla $(.65-.91) > 0,35$ (Tabachnick y Fidell 2013). El valor del coeficiente alfa de cronbach del *ciberloafing* fue de .0878. Su subdimensión se determinó respectivamente compartir, comprar, acceder a contenidos online, actualizar en tiempo real y jugar/jugar. Como se puede observar en la Tabla 3, la escala tiene una alta fiabilidad basada en los rangos de valores de los coeficientes alfa relacionados tanto con la dimensión general como con las subdimensiones (Kalaycı 2010).

Tabla 4: Puntuaciones medias de nomofobia y *ciberloafing*.

Variables	N	Min.	Max.	X	σ
Nomofobia	300	1.40	4.40	3.177	0.585
Perder la conectividad	300	1.00	5.00	3.076	1.307
No poder comunicarse	300	1.00	5.00	3.660	0.997
Renunciar a la comodidad	300	1.00	5.00	2.371	0.863
No poder acceder a la información	300	1.00	5.00	3.589	1.060
<i>Ciberloafing</i>	300	1.63	4.60	3.056	0.602
Compartir	300	1.00	5.00	2.958	1.295
Comprar	300	1.43	5.00	2.623	1.078
Acceder a contenidos en línea	300	1.00	5.00	3.492	1.117
Actualización en tiempo real	300	1.00	5.00	3.148	0.862
Juego/Apuestas	300	1.00	5.00	3.374	0.959

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 4 muestra las puntuaciones medias de nomofobia y *ciberloafing*. Considerando las puntuaciones medias relacionadas con la nomofobia y el *ciberloafing*; podría decirse que los niveles de nomofobia ($X=3,17$) y de *ciberloafing* ($X=3,056$) de los participantes en la investigación se sitúan en un nivel moderado. Cuando se examinaron las subdimensiones, se vio que los participantes experimentan malestar cuando no pueden comunicarse ($X=3,66$) y no pueden acceder a la información ($X=3,58$). Cuando se evalúa en términos de *ciberloafing*, podría decirse que los participantes holgazanean

durante el acceso a contenidos en línea ($\bar{X}=3,49$). En general, la nomofobia y el ciberloafing resultaron ser poco frecuentes en otras subdimensiones.

4. RESULTADOS

4.1. Estadísticas descriptivas de la nomofobia

Se examinó si los niveles de nomofobia de los participantes mostraban una diferencia significativa en función de sus características demográficas. En este contexto, la Tabla 5 muestra los resultados de la prueba T de muestras independientes sobre si el género de los empleados afecta a los niveles de nomofobia.

Tabla 5: Resultados de la prueba T de los niveles de nomofobia de los empleados en función del género.

	Género	N	\bar{X}	σ	T	P
Nomofobia	Femenino	133	3.12	0.54	-1.333	.184
	Masculino	167	3.21	0.61		
Perder la conectividad	Femenino	133	2.89	1.24	-2.200	.029*
	Masculino	167	3.22	1.34		
No poder comunicarse	Femenino	133	3.69	1.00	0.510	.610
	Masculino	167	3.63	0.99		
Renunciar a la comodidad	Femenino	133	2.38	0.85	0.163	.871
	Masculino	167	2.36	0.87		
No poder acceder a la información	Femenino	133	3.50	1.05	-1.191	.235
	Masculino	167	3.65	1.06		

* $p < .05$

Fuente: Elaboración propia.

Según la Tabla 5, se determinó que el nivel de nomofobia y las subdimensiones de no poder comunicarse, renunciar a la comodidad y no poder acceder a la información no diferían significativamente según el género. Se comprobó que existía una diferencia significativa entre el malestar experimentado por hombres y mujeres por perder la conectividad ($t=-2,200$, $p=0,029$). En consecuencia, puede decirse que los hombres experimentan más inquietud cuando pierden su conexión en línea que las mujeres. En otros estudios las diferencias de género varían, los niveles de nomofobia de las mujeres eran mayores (Kaviani *et al.*, 2020; İşçitürk 2020; Aguilera-Manrique *et al.*, 2018), mientras que en otros no se encontraron diferencias (Kaur *et al.*, 2021; Argumosa-Villar *et al.*, 2017; Dixit *et al.*, 2010). According to Table 5, it was determined that the level of *nomophobia* and the sub-dimensions of not being able to communicate, not giving up convenience and not being able to access information did not differ significantly according to gender. It was found that there was a significant difference between the discomfort experienced by men and women about losing connectedness ($t=-2.200$, $p=0.029$). Accordingly, it can be said that men experience more restlessness when they lose their online connection than women. In other studies gender differences varies, women's *nomophobia* levels were higher (Kaviani *et al.*, 2020; İşçitürk 2020; Aguilera-Manrique *et al.*, 2018), while in others no difference was found (Kaur *et al.*, 2021; Argumosa-Villar *et al.*, 2017; Dixit *et al.*, 2010).

Tabla 6: Resultados del Anova de los niveles de nomofobia de los empleados en función de la edad.

	Edad	N	X	σ	F	p	Tukey
<i>Nomofobia</i>	≤ 25	85	3.20	0.56	0.895	.467	-
	26 - 35	110	3.21	0.60			
	36 - 45	55	3.15	0.55			
	46 - 55	42	3.10	0.61			
	56 ≥	8	2.87	0.45			
<i>Perder la conectividad</i>	≤ 25	85	3.29	1.20	1.629	.167	-
	26 - 35	110	3.14	1.33			
	36 - 45	55	2.86	1.23			
	46 - 55	42	2.84	1.42			
	56 ≥	8	2.60	1.59			
<i>No poder comunicarse</i>	≤ 25	85	3.65	0.97	0.392	.815	-
	26 - 35	110	3.65	1.00			
	36 - 45	55	3.76	1.09			
	46 - 55	42	3.59	0.91			
	56 ≥	8	3.35	1.02			
<i>Renunciar a la comodidad</i>	≤ 25	85	2.30	0.81	0.295	.881	-
	26 - 35	110	2.40	0.91			
	36 - 45	55	2.44	0.84			
	46 - 55	42	2.32	0.82			
	56 ≥	8	2.40	1.02			
<i>No poder acceder a la información</i>	≤ 25	85	3.55	1.15	0.825	.510	-
	26 - 35	110	3.67	0.98			
	36 - 45	55	3.48	1.17			
	46 - 55	42	3.66	0.86			
	56 ≥	8	3.09	1.16			

*p<.05

Fuente: Elaboración propia.

Según la Tabla 6, se determinó que los niveles de nomofobia y las subdimensiones de los participantes no diferían significativamente según la edad ($p>.05$). Por lo tanto, se puede afirmar que el nivel de nomofobia en todas las dimensiones es similar. En consonancia con nuestro estudio, algunos autores afirman que no pudieron encontrar diferencias en función de la edad, y que la nomofobia puede desarrollarse a cualquier edad (Aguilera-Manrique *et al.*, 2018). Sin embargo, algunos autores encontraron que el nivel de nomofobia difiere según la edad (Kaviani *et al.*, 2020; Arman y Şahin Ören 2021; İşçitürk 2020).

Tabla 7: Comparación del nivel de nomofobia según los periodos de uso no laboral de Internet por parte de los empleados.

	Tiempo de uso de Internet	N	X	σ	F	P	Tukey
Nomofobia	never	27	3.21	0.46	1.503	.201	-
	< 1h	193	3.22	0.58			
	1-3h	68	3.02	0.61			

	4-6h	10	3.25	0.53			
	> 7h	2	3.02	0.88			
<i>Perder la conectividad</i>	never	27	2.88	1.42			
	< 1h	193	3.13	1.29			
	1-3h	68	2.94	1.30	0.573	.683	-
	4-6h	10	3.42	1.27			
	> 7h	2	3.20	2.54			
<i>No poder comunicarse</i>	never	27	3.90	0.76			
	< 1h	193	3.71	0.97			
	1-3h	68	3.39	1.13	1.976	.098	-
	4-6h	10	3.81	0.58			
	> 7h	2	3.08	1.29			
<i>Renunciar a la comodidad</i>	never	27	2.10	0.74			
	< 1h	193	2.46	0.87			
	1-3h	68	2.21	0.82	1.861	.117	-
	4-6h	10	2.46	1.04			
	> 7h	2	2.00	0.56			
<i>No poder acceder a la información</i>	never	27	4.00	0.77			
	< 1h	193	3.54	1.13			
	1-3h	68	3.58	0.95	1.508	.200	-
	4-6h	10	3.20	0.89			
	> 7h	2	4.00	0.00			

*p<.05

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 7 muestra que no hubo diferencias significativas en los niveles de nomofobia de los participantes según su uso de Internet durante las horas de trabajo ($p>.05$). Contrariamente a este resultado, en algunos estudios se observó que el nivel de nomofobia aumentaba a medida que aumentaba el tiempo que los participantes pasaban en Internet (İşçitürk, 2020). Sin embargo, en un estudio diferente, se observó que el nivel de nomofobia aumentaba en los grupos que utilizaban Internet más de 3 horas relacionadas con fines no laborales (Kaviani *et al.*, 2020; Arman y Şahin Ören 2021). Sobre la base de los resultados anteriores relacionados con la nomofobia, se aceptó parcialmente la hipótesis H2.

4.2. Estadísticas descriptivas del *ciberloafing*

Se utilizó una prueba t de muestras independientes para determinar si el nivel de *ciberloafing* de los empleados se veía afectado por su género. Según la Tabla 8, existe una diferencia significativa entre los niveles de *ciberloafing* de mujeres y hombres ($t=-4,342$, $p=0,000$). Cuando se evalúan los promedios aritméticos, se comprueba que los hombres hacen más *ciberloafing* que las mujeres. Se ha determinado que existe una diferencia de género en el compartir por Internet ($t=-2,625$, $p=0,009$) y en el acceso a contenidos ($t=-4,688$, $p=0,000$) y que los hombres comparten y compran más que las

mujeres. Estos hallazgos son coherentes con los resultados de estudios anteriores que encontraron que los hombres eran más propensos a cyberloaf en comparación con las mujeres (Serttaş & Şimşek 2017; Baturay y Toker 2015; Lim y Chen 2012). Según los datos de TUIK 2020, la tasa de uso de internet por género se determinó en un 84,7% para los hombres y un 73,3% para las mujeres. En comparación con años anteriores, se observa que estas tasas están próximas entre sí. Sin embargo, el hecho de que los hombres sean más dominantes en el uso de Internet puede deberse a la estructura jerárquica y dependiente de la cultura turca (Hofstede et. al 2010).

Table 8: T-test analysis results of employees' ciberloafing levels according to gender.

	Género	N	X	σ	t	p
<i>Ciberloafing</i>	Femenino	133	2.89	0.50	-4.342	.000*
	Masculino	167	3.18	0.64		
<i>Compartir</i>	Femenino	133	2.74	1.19	-2.625	.009*
	Masculino	167	3.13	1.34		
<i>Comprar</i>	Femenino	133	2.30	0.88	-4.688	.000*
	Masculino	167	2.87	1.15		
<i>Acceder a contenidos en línea</i>	Femenino	133	3.41	1.13	-1.106	.270
	Masculino	167	3.55	1.10		
<i>Actualizaciones en tiempo real</i>	Femenino	133	3.08	0.88	-1.210	.227
	Masculino	167	3.20	0.84		
<i>Juego/Apuestas</i>	Femenino	133	3.36	0.92	-0.092	.926
	Masculino	167	3.37	0.98		

*p<.05

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 9 se muestran los resultados del Anova unidireccional de los niveles de *ciberloafing* de los empleados en función de la variable edad. En general, se observa que el nivel de *ciberloafing* difiere significativamente en función de la edad ($F=3,242$, $p=0,013$). Según los resultados de Tukey, puede decirse que los empleados de 25 años o menos son más propensos a procrastinar en el entorno virtual que los demás. Además, se ha determinado que las personas de entre 25 y 36 años tienden a procrastinar en el entorno virtual en comparación con las personas del grupo superior. En el estudio se encontraron diferencias significativas en las compras ($F=2,601$, $p=0,036$) y el acceso a contenidos en línea ($F=2,626$, $p=0,035$), pero no se hallaron diferencias en compartir, actualizar en tiempo real y jugar/apostar. En consonancia con nuestro estudio, varios autores afirman haber encontrado diferencias con respecto a la edad, como que los jóvenes tienden a realizar más *ciberloafing* (Arman y Şahin Ören 2021; Çınar y Karcioğlu 2015; Ugrin et al., 2007).

Tabla 9: Resultados del Anova de los niveles de ciberloafing de los empleados en función de la edad.

	Edad	N	X	σ	F	p	Tukey
<i>Ciberloafing</i>	≤ 25	85	3.21	0.56			
	26 - 35	110	3.06	0.63			1>2,3
	36 - 45	55	2.93	0.56	3.242	.013*	1>4,5
	46 - 55	42	2.93	0.59			2>3,4,5
	56 ≥	8	2.70	0.38			
<i>Compartir</i>	≤ 25	85	3.14	1.17			
	26 - 35	110	3.04	1.36			
	36 - 45	55	2.76	1.18	1.649	.162	-
	46 - 55	42	2.71	1.37			
	56 ≥	8	2.40	1.62			
<i>Comprar</i>	≤ 25	85	2.89	1.18			
	26 - 35	110	2.55	1.05			1>2,3
	36 - 45	55	2.56	1.01	2.601	.036*	1>4,5
	46 - 55	42	2.44	0.99			2,3>5
	56 ≥	8	1.96	0.25			
<i>Acceder a contenidos en línea</i>	≤ 25	85	3.80	0.98			
	26 - 35	110	3.38	1.11			
	36 - 45	55	3.26	1.22	2.626	.035*	1>3
	46 - 55	42	3.42	1.13			
	56 ≥	8	3.65	1.06			
<i>Actualizaciones en tiempo real</i>	≤ 25	85	3.13	0.92			
	26 - 35	110	3.20	0.83			
	36 - 45	55	3.12	0.79	1.036	.389	-
	46 - 55	42	3.15	0.79			
	56 ≥	8	2.57	1.24			
<i>Juego/Apuestas</i>	≤ 25	85	3.30	0.95			
	26 - 35	110	3.41	0.99			
	36 - 45	55	3.34	0.89	0.307	.873	-
	46 - 55	42	3.39	1.02			
	56 ≥	8	3.62	0.59			

*p<.05

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 10 se muestran los resultados Anova de los niveles de *ciberloafing* de los empleados según el tiempo de uso de Internet. El nivel de *ciberloafing* difiere significativamente según el tiempo de uso de Internet durante las horas de trabajo (F=3.321, p=.011). Los resultados de Tukey muestran que los que permanecen en Internet menos de 1 hora son más propensos a hacer *ciberloafing* que los que permanecen en Internet entre 1 y 3 horas. En cuanto a las subdimensiones, a saber, compartir, actualización en tiempo real y juegos/apuestas, no se han encontrado diferencias significativas. Sin embargo, se ha determinado que había una diferencia significativa en las dimensiones comprar (F=7.345, p=.000) y acceso a contenidos (F=3.512, p=.008) según el tiempo de permanencia en Internet. Así, se ha determinado

que aquellos que dicen no utilizar Internet durante el periodo laboral realizan más compras online que los que permanecen entre 1-3 horas y 4-6 horas. Además, se ha determinado que los que permanecen en Internet menos de 1 hora realizan más compras en línea que los que permanecen en Internet entre 1 y 3 horas. Los que dicen no navegar nunca por Internet en el trabajo y los que dicen navegar menos de 1 hora tienen acceso a más contenidos virtuales que los que navegan entre 1 y 3 horas. En un estudio realizado con estudiantes universitarios, se descubrió que la actividad de *ciberloafing* más habitual era acceder a contenidos en línea, mientras que comprar era el comportamiento menos habitual (Masadeh 2021). En otro estudio en el que se examinaron las actividades de *ciberloafing* de los empleados de la recepción de los establecimientos de alojamiento, no se encontraron diferencias significativas entre el *ciberloafing* y la duración de la estancia en internet (Serttaş y Şimşek 2017). Sin embargo, a diferencia de nuestro estudio, algunos estudios han demostrado que aquellos que utilizan Internet todos los días practican más *ciberloafing* en comparación con aquellos que utilizan Internet con menos frecuencia (Baturay y Toker 2015). Sobre la base de los resultados anteriores relacionados con el *ciberloafing*, se aceptó parcialmente la hipótesis H3.

Tabla 10: Comparación del nivel de ciberloafing por Internet no laboral de los empleados.

Internet	Tiempo de uso de	N	X	σ	F	p	Tukey
<i>Ciberloafing</i>	Nunca	27	3.16	0.59			
	< 1h	193	3.12	0.61			
	1-3h	68	2.85	0.55	3.321	.011*	2>3
	4-6h	10	2.82	0.32			
	> 7h	2	2.71	0.30			
<i>Compartir</i>	Nunca	27	2.73	1.43			
	< 1h	193	3.00	1.28			
	1-3h	68	2.87	1.27	0.407	.803	
	4-6h	10	3.16	1.34			
	> 7h	2	3.11	2.35			
<i>Comprar</i>	Nunca	27	2.95	1.25			
	< 1h	193	2.79	1.13			
	1-3h	68	2.14	0.66	7.345	.000*	1>3,4 2>3
	4-6h	10	1.88	0.21			
	> 7h	2	1.64	0.30			
<i>Acceder a contenidos en línea</i>	Nunca	27	3.97	0.91			
	< 1h	193	3.56	1.08			
	1-3h	68	3.12	1.17	3.512	.008*	1>3 2>3
	4-6h	10	3.26	1.26			
	> 7h	2	3.30	1.55			
<i>Actualizaciones en tiempo real</i>	Nunca	27	3.43	0.63			
	< 1h	193	3.17	0.86	2.157	.074	-
	1-3h	68	3.02	0.85			
	4-6h	10	2.62	1.10			

	> 7h	2	3.30	0.98			
Juego/Apuestas	Nunca	27	3.15	0.82			
	< 1h	193	3.35	0.97			
	1-3h	68	3.54	0.94	1.567	.183	-
	4-6h	10	3.37	1.06			
	> 7h	2	2.25	0.35			

*p<.05

Fuente: Elaboración propia.

4.3. La relación entre la nomofobia y el *ciberloafing*

Según la Tabla 11, existe una relación positiva y moderada entre la nomofobia, que es la variable independiente, y el *ciberloafing*, que es la variable dependiente ($r=.586$, $p<.01$). Existe una relación moderada ($r=.630$, $p<.01$) entre la nomofobia y la subdimensión compartir del *ciberloafing*, una relación débil entre la dimensión ir de compras ($r=.396$, $p<.01$), y una relación débil ($r=.265$, $p<.01$) entre actualizar el estado. Sin embargo, existía una relación muy débil y negativa entre el juego/apuestas y la nomofobia ($r=-.197$, $p<.01$).

Tabla 11: Conclusiones sobre la relación entre nomofobia y *ciberloafing*.

	Nomofobia	Perder la conectividad	no poder comunicarse	renunciar a la comodidad	no poder acceder a la información
<i>Ciberloafing</i>	.586**	.616**	.108	.228**	.284**
Compartir	.630**	.956**	.238**	.037	-.110
Comprar	.396**	.217**	.030	.318**	.393**
Acceder a contenidos	-.022	.101	-.163**	.158**	.166**
Actualizar el estado	.265**	.042	.075	.130*	.558**
Juego/Apuestas	-.197**	-.235**	-.119*	.039	.028

**p<.01, *p<.05

Fuente: Elaboración propia.

Se encontró que la pérdida de conectividad y el *ciberloafing* estaban moderadamente correlacionados positivamente ($r=.616$, $p<.01$). La pérdida de conectividad y el compartir están fuertemente correlacionados ($r=.956$, $p<.01$). Se puede pensar que los empleados se comprometen a compartir con miedo a perder la conectividad. Existe una relación muy débil ($r=0,217$, $p<0,01$) entre la pérdida de conectividad y las compras, mientras que existe una relación muy débil y negativa entre la pérdida de conectividad y los juegos y las apuestas ($r=0,235$, $p<0,01$).

Se encontró una correlación muy débil entre no poder comunicarse y compartir ($r=.238$, $p<.01$). Además, se determinó que existía una relación muy débil y negativa entre no poder comunicarse y acceder a contenidos ($r=-.163$, $p<.01$) y juego/apuestas ($r=-.119$, $p<.05$).

Se encontró una correlación muy débil entre "renunciar a la comodidad" y el "*ciberloafing*" ($r=.228, p<.01$). Existe una relación débil entre "renunciar a la comodidad" y las compras ($r=0,318, p<0,01$), mientras que se encuentra una relación muy débil entre "acceder a contenidos" ($r=0,158, p<0,01$) y "actualizar el estado" ($r=0,130, p<0,05$).

Existe una débil relación entre la imposibilidad de acceder a la información, que es la subdimensión de la nomofobia, y el *ciberloafing* ($r=0,284, p<0,01$). La falta de acceso a la información y las compras están débilmente correlacionadas. Se determinó que existía una relación muy débil entre no poder acceder a la información y acceder a contenidos ($r=.166, p<.01$), y una relación moderada entre no poder acceder a la información y actualizar el estado ($r=.558, p<.05$). En un estudio realizado con estudiantes universitarios, el 57% de los participantes cree que no poder acceder constantemente a la información en sus *smartphones* y no poder obtener la información que desean son factores críticos de nomofobia para ellos (Masadeh 2021). Sin embargo, en otro estudio, los participantes informaron de que se sentían seguros cuando llevaban el teléfono consigo todo el tiempo, lo que les facilitaba tomar una decisión en una situación sospechosa (Aguilera-Manrique *et al.*, 2018).

4.4. El efecto de la nomofobia en el *ciberloafing*

Los resultados del análisis de regresión por el método Enter realizado para determinar el efecto de la nomofobia sobre el *ciberloafing* se presentan en la Tabla 12. El método Enter permite introducir y evaluar variables independientes como un bloque en un solo paso.

Tabla 12: 4.4. El efecto de la nomofobia en el *ciberloafing*.

	B	SE	B	T	R ²	R ² ajustado	F
Variabes							
Nomofobia	.604	.48	.586	12.499	.344	.342	156.228

* $p<.05$

Fuente: Elaboración propia.

Según la Tabla 12, el nivel de nomofobia de los empleados explica el 34,2% de la varianza. En otras palabras, se reveló que la nomofobia afecta al *ciberloafing* en un 34,2%. Además, el modelo establecido para la nomofobia y el *ciberloafing* resultó ser significativo [$F(37,363) = 156,228, p<.05$]. En consecuencia, podría decirse que un aumento de una unidad en los niveles de nomofobia de los participantes afecta a los niveles de *ciberloafing* de los participantes en 0,604 unidades. Según este resultado, se apoyó la hipótesis 1 (H1). En un estudio realizado por Gözüüm *et al.* (2020), los investigadores descubrieron que la nomofobia afecta directa y positivamente al *ciberloafing* en clase y a la adicción a los *smartphones*. Según los resultados de otro estudio en el que participaron 666 profesores en formación, el *ciberloafing* predijo significativamente el nivel de nomofobia (İşçitürk 2020). En un estudio realizado con los empleados de los departamentos de alimentos y bebidas de empresas turísticas, se determinó que las dimensiones de *ciberloafing* y nomofobia tienen una relación positiva

entre sí (Arman y Şahin Ören 2021). Por lo tanto, según los resultados de nuestra investigación, podría decirse que el efecto de la nomofobia sobre el *ciberloafing* es coherente con los resultados de estudios anteriores.

5. CONCLUSIÓN

Debido a la naturaleza dinámica del turismo, es muy importante seguir y adoptar la tecnología en desarrollo tanto para satisfacer la cambiante estructura de la demanda como para facilitar el funcionamiento interno de la empresa. Sin embargo, mientras que la tecnología tiene un efecto positivo en las organizaciones en relación con los viajes, el flujo turístico y la gestión, el acceso de los empleados a Internet para fines no laborales durante el tiempo de trabajo provoca el desarrollo del comportamiento de *ciberloafing* y nomofobia. Para garantizar la eficacia de las empresas, es importante trabajar para eliminar o frenar el efecto del *ciberloafing* y la nomofobia. De acuerdo con esta importancia, el objetivo del estudio es investigar el efecto de la nomofobia en el *ciberloafing* de los empleados de empresas turísticas.

La muestra de la investigación está formada por un total de 300 personas que trabajan en empresas hoteleras de 5 estrellas que operan en la región turística de Belek, provincia de Antalya, en los trimestres de invierno y primavera de 2021. Según los resultados del estudio, se determinó que los niveles de nomofobia y ciberofobia de los individuos participantes en la investigación son moderados. Cuando se examinaron las subdimensiones, se vio que los participantes experimentan malestar cuando no pueden comunicarse ($X=3,66$) y no pueden acceder a la información ($X=3,58$). Desde el punto de vista del *ciberloafing*, podría decirse que los participantes holgazanean durante el acceso a los contenidos en línea ($X=3,49$). En general, la nomofobia y el *ciberloafing* resultaron ser poco frecuentes en otras subdimensiones.

Según los resultados de la prueba T relacionados con la nomofobia, las subdimensiones de la nomofobia como no poder comunicarse, no renunciar a la comodidad y no poder acceder a la información no difirieron significativamente en función del género. Se encontró una diferencia significativa en la dimensión de perder la conectividad en función de la variable género. En consecuencia, los hombres experimentan más inquietud que las mujeres cuando pierden su conexión en línea. Según la variable edad, no se encontraron diferencias significativas en las dimensiones de perder la conectividad y no poder comunicarse. Durante las horas de trabajo, no hubo diferencias significativas en los niveles de nomofobia de los participantes según la duración del uso de Internet.

De acuerdo con los resultados de la prueba T relacionada con el *ciberloafing*, se encontró una diferencia significativa en la variable de género, lo que concuerda con la literatura. En consecuencia, los hombres tienden a practicar el *ciberloafing* más que las mujeres (Serttaş y Şimşek 2017; Baturay y Toker 2015; Lim y Chen 2012). Cuando se evalúa en función de la edad, se ha visto que los empleados de 25 años o menos hacen más *ciberloafing* que los demás. Este hallazgo respalda las conclusiones de varios autores (Arman y Şahin-Ören 2021; Çınar y Karcioğlu 2015; Ugrin *et al.*, 2007) que afirman que

los jóvenes tienden a hacer más *ciberloafing*. El nivel de *ciberloafing* difiere significativamente según el tiempo que se pasa en internet durante las horas de trabajo.

En este estudio se pretendía investigar la relación entre la nomofobia y el *ciberloafing* de los empleados de hotel. Según los resultados del análisis de correlación, se encontró una relación positiva y moderada entre la nomofobia y el *ciberloafing*. Además, se puede afirmar que un aumento de una unidad en los niveles de nomofobia de los participantes afecta en 0,604 unidades a los niveles de *ciberloafing* de los participantes.

Existen diferentes enfoques sobre el *ciberloafing* y la nomofobia en la literatura. Situaciones como el aumento de la calidad del servicio de los empleados que trabajan en establecimientos de alojamiento, la eficiencia laboral y las pérdidas de producción pueden afectar directamente a los empresarios. Por lo tanto, proporcionar diversas formaciones o información a los empleados durante los procesos de contratación o las fases de orientación puede prevenir las actividades de *ciberloafing* de los empleados. Mediante el uso de software de control de empleados (Mills *et al.*, 2001), como las aplicaciones de Marriott International, Starwood Hotels & Resorts, Budget Host International y Diplomat Hotels, se puede prevenir el *ciberloafing*. Las empresas turísticas pueden introducir diversos arreglos (como hacer más pausas) en sus rutinas de trabajo para distraer a los empleados de la nomofobia y el comportamiento *ciberloafing*.

Una de las limitaciones de este estudio es que los tipos y la frecuencia de uso del teléfono no distinguen entre frecuencia de lectura/respuesta/escritura/llamada. Es importante distinguir entre estos comportamientos porque hay diferentes predictores conductuales entre iniciar, supervisar o responder a aplicaciones sociales interactivas (Gauld *et al.*, 2017). Dado que el proceso de recogida de datos coincidió con la pandemia de Covid 19, el uso de las tecnologías digitales más de lo habitual puede haber afectado al nivel de nomofobia de los participantes. Otra limitación del estudio es que los resultados no pueden generalizarse ya que se utilizó la técnica de muestreo por conveniencia.

En futuros estudios, la investigación sobre el efecto de la nomofobia en el *ciberloafing* podría realizarse con diferentes grupos de muestra de distintos sectores. En futuras investigaciones, podrían diseñarse estudios mixtos para obtener datos más exhaustivos.

6. REFERENCIAS

- Adnan, M., & Gezgin, D. M. (2016). Modern çağın yeni fobisi: üniversite öğrencileri arasında nomofobi prevalansı. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences*, 49(1), 141-158.
- Afacan Fındıklı, M. (2016). Sanal kaytarma ve iş performansı ilişkisi: sağlık ve tekstil sektörü çalışanlarının karşılaştırılması. *International Journal of Social Inquiry*, 9(1), 33-62.

- Aguilera-Manrique G., Márquez-Hernández V. V., Alcaraz-Córdoba, T., Granados-Gámez, G., Gutiérrez-Puertas, V., & Gutiérrez-Puertas, L. (2018). The relationship between nomophobia and the distraction associated with smartphone use among nursing students in their clinical practicum. *PLoS ONE*, 13(8), e0202953. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0202953>
- Akbulut, Y., Dönmez, O., & Dursun, Ö.Ö. (2017). *Ciberloafing* and social desirability bias among students and employees. *Computers in Human Behavior*, 72, 87-95. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.043>
- Anandarajan, M., & Simmers, C. A. (2005). Developing human capital through personal web use in the workplace: Mapping employee perceptions. *Communications of the Association for Information Systems*, 15, 776-791.
- Apak, E., & Yaman, Ö. M. (2019). Üniversite öğrencilerinde nomofobi yaygınlığı ve nomofobi ile sosyal fobi arasındaki ilişki: Bingöl üniversitesi örnekleme. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3, 609-627.
- Argumosa-Villar, L., Boada-Grau, J., & Vigil-Colet, A. (2017). Exploratory investigation of theoretical predictors of nomophobia using the Mobile Phone Involvement Questionnaire (MPIQ). *Journal of Adolescence*, 56, 127-135.
- Arman, A., & Şahin Ören, T. (2021). An empirical research on the relationship of virtual lasting and nomophobia in food and beverage enterprises employees. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 2228-2258.
- Aşık, N. (2018). Aidiyet duygusu ve nomofobi ilişkisi: turizm öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7, 24-42.
- Augner, C., & Hacker, G. W. (2012). Associations between problematic mobile phone use and psychological parameters in young adults. *International Journal of Public Health*, 57(2), 437-441.
- Baturay, M. H., & Toker, S. (2015). An investigation of the impact of demographics on *ciberloafing* from an educational setting angle. *Computers in Human Behavior*, 50, 358-366. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.081>
- Christensen, L. B., Johnson, R. B., & Turner, L. A. (2015). *Araştırma yöntemleri: Desen ve analiz*. Anı Yayıncılık.
- Çınar, O., & Karcıoğlu, F. (2015). The relationship between cyber loafing and organizational citizenship behavior: A survey study in Erzurum/Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 444-453.
- Dixit, S., Shukla, H., Bhagwat, A., Bindal, A., Goyal, A., Zaidi, A. K., & Shrivastava, A. (2010). A study to evaluate mobile phone dependence among students of a medical college and associated hospital of central India. *Indian Journal of Community*

Medicine: Official Publication of Indian Association of Preventive & Social Medicine, 35(2), 339-341. <https://doi.org/10.4103/0970-0218.66878>

Erdem, H., Türen, U., & Kalkın, G. (2016). Mobil telefon yoksunluğu korkusu (Nomofobi) yayılımı: Türkiye'den üniversite öğrencileri ve kamu çalışanları örnekleme. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(1), 1-12.

Gauld, C. S., Lewis, I., White, K. M., Fleiter, J. F., & Watson, B. (2017). Smartphone use while driving: What factors predict young drivers' intentions to initiate, read, and respond to social interactive technology? *Computers in Human Behavior*, 76, 174-183, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.023>

Gegez, E. A. (2014). *Pazarlama araştırmaları*. Beta Publishing.

Gezgin, D. M., & Sarsar, F. (2020). BÖTE bölümünde öğrenim gören öğrencilerin siber aylıklık yapma nedenlerine ait görüşleri: bir karma yöntem çalışması. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 24(1), 243-256.

Gezgin, M. D., & Şahin, L. Y. (2017). Sosyal ağ kullanıcılarının nomofobi düzeylerinin çeşitli faktörler açısından incelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 7(1), 1-15.

Gökçearslan, Ş., Uluyol, Ç., & Şahin, S. (2018). Smartphone addiction, *ciberloafing*, stress and social support among university students: A path analysis. *Children and Youth Services Review*, 91, 47-54. <https://bit.ly/3l8UM8M>

Gözüm, A. İ. C., Erkul, R., & Aksoy, N. (2020). Use of *smartphones* in class: examining the relationship between m-learning readiness, *ciberloafing*, nomophobia and addiction variables. *International Journal of Progressive Education*, 16(6), 94-120.

Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2006). *Multivariate data analysis*. Macmillon Publishing.

Henle, C. A., Kohut, G., & Booth, R. (2009). Designing electronic use policies to enhance employee perceptions of fairness and to reduce *ciberloafing*: An empirical test of justice theory. *Computers in Human Behavior*, 25, 902-910.

Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival* (3.rd ed.), McGraw-Hill.

Hosgor, H., Coskun, F., Caliskan, F., & Gunduz-Hosgor, D. (2020). Relationship between nomophobia, fear of missing out, and perceived work overload in nurses in Turkey. *Perspectives in Psychiatric Care*, 57(3), 1026-1033.

İşçitürk, G. B. (2020). Examining pre-service teachers' nomophobia levels in terms of several variables. *Journal of Education and Learning*, 9(6), 21-30.

- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (5.th ed.). Asil Yayın Dağıtım.
- Kaplan, M., & Çetinkaya, A. Ş. (2014) Sanal kaytarma ve demografik özellikler açısından farklılıklar: otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: turizm araştırmaları dergisi*, 25(1), 26-34.
- Kaur, A., Ani, A., Sharma, A., & Kumari, V. (2021). Nomophobia and social interaction anxiety among university students. *International Journal of Africa Nursing Sciences*, 15, 100352.
- Kaviani, F., Young, K. L., Robards, B., & Koppel, S. (2020). Nomophobia and self-reported smartphone use while driving: An investigation into whether nomophobia can increase the likelihood of illegal smartphone use while driving. *Transportation Research Part F*, 74, 212-224. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2020.08.024>
- King, A. L., Valença, A. M., & Nardi, A. E. (2010). Nomophobia: The mobile phone in panic disorder with agoraphobia: Reducing phobias or worsening of dependence? *Cognitive and Behavioral Neurology: Official Journal of the Society for Behavioral and Cognitive Neurology*, 23(1), 52-54.
- Lim, V. K., & Chen, D. J. (2012). *Ciberloafing* at the workplace: Gain or drain on work? *Behaviour & Information Technology*, 31(4), 343-353. <http://dx.doi.org/10.1080/01449290903353054>
- Lim, V. K. G. (2002). The IT way of loafing on the job: *ciberloafing*, neutralizing and organizational justice. *Journal of Organizational Behavior*, 23(5), 675-694.
- Masadeh, T. S. Y. (2021). Prevalence of nomophobia and *ciberloafing* behaviors among undergraduate students. *European Journal of Education Studies*, 8(2), 342-361.
- Mills, J. E., Hu, B., Beldona, S., & Clay, J. (2001). *Cyber slacking! A liability issue for wired work places*, *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 42-34.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2.nd ed.). McGraw-Hill.
- Özkalp, E., & Yıldız, H. (2018). Olumlu ve olumsuz sanal kaytarma davranışlarının işteki stres üzerindeki etkisi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 20(1), 53-74.
- Piotrowski, Chris (2012). *Ciberloafing*: a content analysis of the emerging literature. *Journal of Instructional Psychology*, 39(3-4). <https://bit.ly/3LgYWWM>
- Robinson, S., & Bennett, R. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multi-dimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, 38, 555-572.

- Serttaş, O., & Şimşek, G. (2017). Konaklama işletmelerinde siber aylıklık: çalışanların demografik özellikleri ile siber aylıklıkları üzerine bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (Özel Sayı 1), 20-34.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6.th ed.). Pearson Education.
- Tandon, A., Kaur, P., Ruparel, N., Islam, J. U., & Dhir, A. (2021). *Ciberloafing* and cyberslacking in the workplace: systematic literature review of past achievements and future promises. *Internet Research*, 32(1), 55-89.
- Ugrin, J. C., Pearson, J. M., & Odom, M. D. (2007). Profiling cyber-slackers in the workplace: Demographic, cultural and workplace factors. *Journal of Internet Commerce*, 6(3), p. 75-89.
- Ünal, Ö. F., & Tekdemir, S. (2015). Sanal kaytarma: bir kamu kurumunda ampirik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 95-118.
- Wagner, D. T., Barnes, C. M., Lim, V. K. G., & Ferris, D. L. (2012). Lost sleep and *ciberloafing*: Evidence from the laboratory and a daylight saving time quasi-experiment. *Journal of Applied Psychology*, 97(5), 1068-1076.
- World Bank Data. (2020). Individuals using the Internet (% of population). <https://bit.ly/3ZO7uZS>
- Yaman, Z., & Kavuncu, B. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal gelişmeleri kaçırma korkusunun ve sosyal ağ kullanım amacının nomofobi düzeyine etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 555-570.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Özel Sayı) 74-85.
- Yildirim, C., & Correia, A. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130-137.
- Yıldız, K., Kurnaz, D., & Kirik, A. M. (2020). Nomofobi, netlessfobi ve gelişmeleri kaçırma korkusu: sporcu genç yetişkinler üzerine bir araştırma. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 321-338.
- Zharghami, M., Khalilian, A., Setareh, J., & Salehpour, G. (2015). The impact of using cell phones after light out on sleep quality, headache, tiredness, and distractibility among students of a university in north of Iran. *Iranian Journal of Psychiatry and Behavioral Sciences*, 9(4), 1-5.

CONTRIBUCIONES DE LOS AUTORES, FINANCIAMIENTO Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los autores:

Conceptualización: Yildiz, Sevcan; Yildiz, Raşit. **Metodología:** Yildiz, Sevcan; Yildiz, Raşit. **Software:** Yildiz, Raşit. **Validación:** Yildiz, Raşit. **Análisis formal:** Yildiz, Sevcan; Yildiz, Raşit; Kutlu, Didem. **Curación de datos:** Yildiz, Raşit. **Redacción-Preparación del borrador original:** Kutlu, Didem. **Redacción -Revisión y Edición:** Kutlu, Didem. **Supervisión:** Yildiz, Sevcan. **Visualización:** Yildiz, Sevcan; Kutlu, Didem; Yildiz, Raşit. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Yildiz, Sevcan; Kutlu, Didem; Yildiz, Raşit.

AUTORES:

Sevcan Yildiz:

La profesora adjunta Sevcan Yildiz es profesora en la Escuela Profesional de Ciencias Sociales de la Universidad Akdeniz. Su principal campo de investigación es el turismo y el marketing turístico. Además, sus intereses de investigación se centran en el comportamiento de los turistas, la gestión del turismo y el turismo cultural. Realizó su doctorado en turismo y hostelería en la Universidad de Akdeniz. Además, tiene licencia de guía en Turquía.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2066-1941>

Didem Kutlu:

Didem Kutlu es profesora en la Escuela Profesional de Ciencias Sociales de la Universidad de Akdeniz. Su campo principal es el marketing y el marketing turístico. Sus intereses de investigación (según sus publicaciones) son la imagen del destino, la experiencia turística, el boca a boca electrónico y los estudios sobre agencias de viajes. Completó su doctorado en marketing empresarial en la Universidad Técnica de Karadeniz.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-3354-5202>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Didem-Kutlu-3>

Raşit Yildiz:

Raşit Yildiz es secretario de la Facultad de Negocios Serik de la Universidad Akdeniz. Obtuvo su maestría en la Universidad Akdeniz del Instituto de Ciencias Sociales, Departamento de Gestión de Turismo. Su campo principal es la gestión del turismo.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4433-9925>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Rasit-Yildiz/research>