



UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

FACULTAD DE HUMANIDADES

Carrera de Psicología

**FACTORES DE LA PERSONALIDAD Y ADICCIÓN A
LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE LIMA METROPOLITANA**

**Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en
Psicología**

ALEXANDRA VANESSA BARREDA CORNEJO

0000-0002-4397-5575

Asesor:

Mag. Renzo Felipe Carranza Esteban

0000-0002-4086-4845

Lima - Perú

2020

Primero que nada, le dedico esta Tesis a mis padres, quienes me apoyaron moral y económicamente durante todo este camino. A mis abuelos, que siempre me recordaron que podría lograr lo que me proponía. Y, a mi pequeña compañera de vida y amanecidas, quien desearía pudiera estar en estos momentos.

Alexandra Barreda Cornejo

Le dedico esta Tesis a mi mamá Kelly quien con su fuerza siempre me apoyó e incentivo a seguir adelante a pesar de las dificultades, a mi papá Cesar quien con su sabiduría me aconsejó y supo guiarme a lo largo de mi vida, ambos creyeron siempre en mí y estuvieron conmigo en esta jornada, por lo cual estaré eternamente agradecida. A mis hermanos Cesar y Cristina; y a mis sobrinos quienes llenan mis días de felicidad Fabricio, Abigail y Chloe.

Elizabeth Marilia Rivera Laureano

Tabla de contenidos

Carátula	I
Dedicatoria	II
Tabla de contenidos	III
Resumen	V
Abstract	VI
I. Introducción	
Planteamiento del problema	1
Formulación del problema	2
Justificación del problema	3
Marco Teórico	4
Antecedentes	6
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
Hipótesis	9
II. Método	
Tipo y diseño de investigación	10
Participantes	10
Instrumentos	11
Procedimiento	12
Análisis de datos	13
III. Resultados	14
IV. Discusión	17

V.	Referencias	20
VI.	Anexos	
	<i>Anexo 1:</i> Formulario de consentimiento informado	25
	<i>Anexo 2:</i> Ficha Sociodemográfica	26
	<i>Anexo 3:</i> Cuestionario de adicción a las RS	27
	<i>Anexo 4:</i> Big Factory Inventory (BF-15)	28
	<i>Anexo 5:</i> Autorización de uso Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)	29
	<i>Anexo 6:</i> Autorización de uso Big Five InventoryBF-15	29

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre los factores de la personalidad y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. El estudio es de tipo empírico diseño correlacional simple. Participaron 375 estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana, de los cuales 29% (n=10) eran varones y el 71% (n=265) mujeres, cuyas edades oscilan entre los 18 y 28 años. Para evaluar los factores de personalidad se administró el *Big Five Inventory BFI-15*, y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales ARS. Los resultados mostraron que existe una relación estadísticamente significativa entre el factor de Neuroticismo y la Adicción a las Redes Sociales ($r = .211$; $p = .000$) en la muestra estudiada. En conclusión, las personas que obtienen altos indicadores en la personalidad neuroticismo presentan mayor Adicción a las Redes Sociales.

Palabras Clave: Personalidad, Adicción, Redes Sociales, universitarios

Abstract

The objective of the present study is to determine the relationship between personality factors and addiction to social networks in university students from Lima Metropolitan. The study is of an empirical type and simple correlational design. 375 students from private universities in Metropolitan Lima participated, of which 29% (n = 10) were male and 71% (n = 265) are female, ages ranging between 18 and 28 years. To evaluate the personality factors, the Big Five Inventory BFI-15 and the ARS Social Media Addiction Questionnaire were administered. The results show that there is a statistically significant relationship between the Neuroticism factor and Addiction to Social Networks ($r = .211$; $p = .000$) in the sample studied. In conclusion, the people who obtain high indicators in the neuroticism personality present greater Addiction to Social Networks.

Key Words: Personality, Addiction, Social Networks, university

Introducción

Planteamiento del problema

En la actualidad, es común observar a las personas pendientes de sus dispositivos móviles, llegando hasta el punto de descuidar las interacciones humanas presenciales; ya sea en colegios, universidades, trabajos, parques, restaurantes, cines, aeropuertos y hasta en durante vuelos, por el cual se realiza un pago extra por acceso a internet a la respectiva aerolínea. Las redes sociales son estructuras integradas por personas u organizaciones y son consideradas como uno de los medios de comunicación actualmente más utilizados por las personas de distintos lugares. Según un informe publicado, las redes sociales y plataformas más usadas son Facebook, Youtube, Whatsapp y Facebook Messenger (Martín-Abril, 2019). Todas las redes tienen como propósito principal permitir a los usuarios compartir, opinar, publicar, acerca de su vida diaria, intereses, etc.

El fin principal que tenían los soportes tecnológicos como: computadoras, dispositivos móviles, iPad, tablets, ordenadores portátiles o televisores era cubrir una necesidad fundamental de estar comunicados e informados sobre lo que sucede con el entorno; asimismo, el avance tecnológico que se ha desarrollado durante los últimos años, dio alcance al incremento del uso en específico de los smartphones, los cuales permiten realizar más cosas como navegar por Internet y hacer uso de aplicaciones que dependen de su conexión a la red, lo cual no estaba disponible en los teléfonos móviles convencionales. Esto ha convertido al dispositivo móvil en el principal nexo entre los individuos y las RS. El aumento significativo de los individuos que acceden a las redes sociales ha cambiado de ser ocasionalmente por medio de las computadoras a estar disponibles en cualquier momento. De aquí, nace la problemática del uso inadecuado que los jóvenes les dan a las redes sociales y llegando a ser considerado como un fenómeno global.

Según un reporte emitido por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018), la población entre los 19 a 24 años que han tenido acceso a internet durante el 2017 es de un 78.6%, tal porcentaje ha venido incrementándose durante los últimos 5 años, 2014 (68.7%), 2015 (68.4), 2016 (75.1%). Del mismo modo, Vizcarra (2018) informa que Perú, tiene 22 millones (68%) de usuarios de redes sociales, de los 32.3 millones de la población total. Dentro de los cuales, debemos considerar que existen usuarios que poseen entre dos o más. Los resultados de un estudio realizado por ComScore para el diario La República de Colombia, menciona que Perú lidera con más relevancia en la categoría de “social

media” con un 93.2%.” (Gestión, 2019), tal información expone que una de las razones por la que se da este resultado, es debido a la proliferación de los dispositivos móviles.

Asimismo, un estudio publicado por MAPFRE (2019), indica que los principales aparatos para conectarse a internet ya sea en el colegio o en casa son: el celular (92.7%), computadora personal (67.2%), laptop (62.8%) y la Tablet (35,7%) siendo esta la que tiene menor proporción de uso.

Según IPSOS (2018) en un informe sobre el perfil del usuario en redes sociales, indica que Facebook es la red social que cuenta con un 98% de uso, cuyas actividades principales son chatear, comentar, publicar fotos, dar “me gusta”, saludar por cumpleaños y leer muros.

El rápido acceso al internet tiene un lado positivo y otro negativo, facilita la vida para el acceso a la red, pero al mismo tiempo puede causar problemas. (M, Li; Chen,J.; N, Li, ; X. Li, 2014). El incremento y la pérdida de noción del uso, el descuido de responsabilidades, el aislamiento del medio externo, la incomodidad y fastidio cuando no se hace uso de la red social, podrían ser un claro indicador de que el individuo esté generando una adicción a las RS, por el uso inadecuado que le da.

Johnson y Knobloch-Westerwick, (2014) argumentan que cuando los individuos sienten insatisfacción por su vida, tienden a revisar perfiles de personas que ellos consideran menos exitosas en busca de regular su estado emocional por medio del incremento de su autoestima. Es por eso que las redes sociales son un medio por el cual las personas cuyas características son de personalidades más introvertidas, con baja autoestima e inhibición social encuentran un medio por el cual interactuar con el exterior. Del mismo modo, Cuyún (2013) buscando corroborar esta teoría, menciona que otras posibles características que hacen más vulnerables a los jóvenes son: la impulsividad y la necesidad de ser aceptados.

Es por esta razón, que se busca analizar qué factor de la personalidad tiende a presentar mayor vulnerabilidad y predisposición a generar este tipo de conductas adictivas a las RS, como medio para satisfacer sus necesidades.

Formulación del problema

¿Cómo se relacionan los factores de la personalidad y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana?

Justificación

Según Muñoz (2018), las redes sociales permiten que las personas estén comunicadas e informadas en tiempo real, pero con a medida que pasan los años, este paso de ser una herramienta de mejora de la comunicación a provocar un impacto negativo en algunos usuarios.

El incremento estadístico de la adicción a redes sociales durante los últimos años ha generado una clara preocupación en los profesionales de salud mental. Salas (2014) argumenta que estas adicciones psicológicas se están convirtiendo rápidamente en graves problemas de salud en el mundo y en el Perú, del mismo modo Sánchez (2019) confirmando esta teoría, explica la preocupación frente a este fenómeno, el cual es considerado una amenaza para la salud mental del individuo, el cual llegaría hasta el punto de considerar el uso de las RS como medio para resolver dificultades, diferencias o enfrentar situaciones difíciles; asimismo, el uso excesivo, puede ser un claro reflejo de: bajos niveles de autoestima, dificultad para encajar en un ambiente social y problemas para desarrollar sus habilidades sociales, ya sean básicas (escuchar, iniciar conversaciones, preguntar, presentarse con otras personas) o complejas (ser empáticos, asertivos, capacidad de comunicar emociones, evaluar situaciones, modular expresiones sociales, disculparse o defender sus derechos propios).

La relevancia de esta investigación se basa en contribuir al tema de interés, el cual en la actualidad requiere generar concientización en la sociedad, exponiendo este fenómeno en crecimiento. Al mismo tiempo, se busca ofrecer conocimiento sustentado de la investigación planteada, profundizando el tema de los factores de la personalidad que tienden a presentar mayor relación con la adicción a las redes sociales.

Marco teórico

Redes Sociales

Ponce (2012) define las RS como estructuras sociales, que se componen por grupos de personas, cuyos intereses son similares a través del internet, el cual representaría al medio por el cual estos tienen encuentros sociales y muestran preferencias por medio de la comunicación en tiempo real, aunque pueda darse la comunicación diferida en el tiempo, como lo son en el caso de los foros. Por medio de estas, las personas se relacionan, comparten, exponen gustos y tendencias abiertamente, expresando así la propia identidad.

Adicción

El concepto de adicción desde un inicio se relacionaba con el uso de sustancias las cuales lo consideraban una enfermedad física que crea dependencia, con la última modificación del Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-V) realizada por la American Psychological Association (APA, 2013) afirma que existe otro grupo de adicciones sin sustancias, pero no la consideran dentro de la clasificación. De la misma manera, Cugota (2008) establece que el hablar de una adicción, es hacer referencia a una conducta adictiva que se caracteriza por frecuencia, tiempo e intensidad y sobre todo, en la interferencia que esta conducta presenta en el entorno familiar, estudiantil, laboral y social.

Adicción Psicológica o Conductuales

Salas (2014) define adicciones psicológicas como el conjunto de comportamientos los cuales suelen repetirse sin que la misma pueda hacer algo al respecto, lo cual, en estas sensaciones de incapacidad de controlar la situación, ya que requieren mayor dedicación de tiempo para eliminar la sensación de incomodidad al no realizarlas.

Del mismo modo, Salas (2019) considera a este grupo de adicciones, como no convencionales las cuales pueden ser: adicciones a internet, redes sociales, tecnologías o móviles, juegos de azar, comida, actividad física, trabajo, sexo, amor, música, Estas adicciones no convencionales, se caracterizan principalmente por: ser reforzadas negativamente ya que la persona busca mantener la conducta, ya que esta da sensación de placer al llevarla a cabo; causar sensación de malestar, cuando la persona no lleva a cabo la conducta adictiva por lo que surgen sensaciones de inquietud o angustia; crear mayor

tolerancia, lo cual se da cuando la persona lleva a cabo la conducta hasta sobrepasar la cantidad de tiempo considerado “normal”; la incapacidad controlar la conducta, por lo que la persona buscará de alguna manera u otra satisfacer esta conducta pudiendo desencadenar hasta comportamientos agresivos; descuidar o postergar actividades, la persona prefiere el “contacto virtual” antes de las relaciones directas relaciones, del mismo modo se tiende a descuidar responsabilidades como estudios, trabajo, etc.; descuidar necesidades básicas, tales como horarios de sueño, comida; no ser reconocidas por la persona que la padece.

Personalidad

La American Psychological Association, APA (2017) define personalidad como las diferencias individuales en los patrones características del pensamiento, comportamiento y sentimientos. Asimismo, uno de los más reconocidos modelos sobre esta temática es el de La teoría de los 5 rasgos de la personalidad de Golberg (1993) quien estudia la personalidad basándose en la estructura de rasgos. Estos forman el acrónimo *OCEAN* y son: el Factor O, Factor C, Factor, E, Factor A, Factor N. Cada uno de estos, está constituido por rasgos más específicos de la personalidad.

De acuerdo con Goldberg (1993) los 5 factores de la personalidad son:

El Factor O – Apertura a experiencias: Se refiere a la voluntad del sujeto por intentar cosas nuevas, la capacidad de ser vulnerable y la capacidad de pensar *fuera de la caja*. Se asocia rasgos como: imaginación, perspicacia, originalidad, atrevimiento, preferencia por la variedad, astucia, creatividad, curiosidad, perceptibilidad. complejidad y profundidad.

El Factor C – Responsabilidad: Se refiere a la tendencia a controlar impulsos y actuar en formas socialmente aceptadas, el individuo trabaja siguiendo reglas, planes y organizaciones efectivamente. Se asocia rasgos como: persistencia, ambición, minuciosidad, autodisciplina, consistencia, previsibilidad, control, fiabilidad, trabajo duro, energía, perseverancia y planificación.

El Factor E – Extraversión: Se refiere al grado en el que el individuo muestra su energía al interactuar con los demás. En el caso contrario, los introvertidos, se cansan de la interacción con el entorno y reponer su energía con soledad. Se asocia rasgos como: sociabilidad, asertividad, alegría, naturaleza extrovertida, energía, locuacidad, capacidad para ser articulado, naturaleza del amante de la diversión, tendencia al afecto, amabilidad y confianza social.

Factor A – Amabilidad: Se refiere a la orientación de uno hacia los demás, que tan bien las personas se llevan con los demás. Tienden a ser apreciadas, respetadas y sensibles a las necesidades de los demás. Se asocia rasgos como: altruismo, confianza, modestia, moderación, paciencia, tacto, amabilidad, lealtad, desinterés, lealtad, no egoísmo, amabilidad, sensibilidad, alegría y consideración.

Factor N – Neuroticismo: Este factor, está relacionado con la forma en que una persona afronta las situaciones ocurrientes en la vida. No es de maldad sino uno de confianza y de estar cómodo en la propia piel. Abarca la estabilidad emocional y el temperamento del individuo. Se asocia rasgos como: torpeza, pesimismo, mal humor, celos, miedo, nerviosismo, ansiedad, timidez, cautela, autocrítica, falta de confianza, inseguridad, inestabilidad, sobre sensibilidad.

Diversos autores han explorado la relación entre las variables de adicción a las redes sociales y la personalidad en base al modelo de los cinco factores, sin embargo aún no se llega a un consenso debido a que los hallazgos realizados en las investigaciones han sido diversos, como indican Puerta y Carbonell (2014), algunos reportaron una relación positiva entre la dimensión de neuroticismo (Hamburger y Ben-Artzi, 2000; Hardie y Tee, 2007; Tsai et al., 2009; Wolfradt y Doll, 2001) y extraversión (Hamburger et al., 2000) y algunos resultados mostraron una relación negativa con neuroticismo y positiva con las dimensiones de apertura y afabilidad (Luo y Ding, 2006).

Antecedentes

Becerra (2017) realizó una investigación cuyo objetivo fue identificar la relación que existe entre la conducta adictiva a las redes sociales y los cinco factores de personalidad. Siguiendo un diseño no experimental, correlacional de tipo transversal. Se aplicó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra et. al., (2014) y el Big Five Inventory, versión de Benet-Martinez (1998) a 251 jóvenes universitarios, entre 18 y 24 años. Los resultados demuestran la existencia de una correlación significativa positiva ($r = .285$; $p =$) entre la dimensión neuroticismo y la adicción a Redes Sociales, así como una correlación negativa entre la dimensión Amabilidad ($r_s = -.201$) y Responsabilidad ($r_s = -.155$) con la ARS. En conclusión, las personas que presentan altos indicadores en neuroticismo presentan una mayor Adicción a las Redes Sociales y las personas más responsables y amables otorgan un menor tiempo al uso de las redes sociales.

Ruiz, Ruiz, Benites y Valle (2018) realizaron un estudio cuyo objetivo era el analizar qué tanta influencia tiene el internet y las redes en las personalidades de estudiantes universitarios. Para lo cual siguieron un diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional, además aplicaron la escala de Adicción al internet y el Inventario de Personalidad (NEO-FFI) a 173 estudiantes. Los resultados se mostraron significativos en cuanto a las personalidades de apertura a la experiencia ($p < 0.004$) y responsabilidad ($p < 0.043$) respecto a los análisis de correlación no se encontraron correlaciones significativas en cuanto a las pruebas de especificidad. Por lo que se concluye que el sexo es un factor asociado a las personalidades analizadas, del mismo modo no se encontró relación significativa entre el uso de internet y al acceso a las redes sociales.

En el trabajo realizado por Muñoz y Ramírez (2016) cuyo objetivo fue conocer la personalidad más frecuente en relación con la adicción a redes sociales en estudiantes, así como cuanto afectan en ellos. Siguiendo un diseño descriptivo, aplicaron el Inventario Eysenck De Personalidad de Hans Jürgen (EPI) y el Test de Adicción a las Redes Sociales (TARS) de Bateiro, M, Robles-Fernandez, Juarros-Basterretxea y Pedrosa (2013) a 80 estudiantes entre edades de 16 y 17 años. Los resultados señalaron que, en personalidades introvertidas, a diferencia de extrovertidas es más común que se presente adicción a redes sociales, provocando una fuerte repercusión en los ámbitos sociales, escolares, y familiares de los adolescentes que la padecen.

Ochoa y Carhuari (2016) presentan un trabajo de investigación cuyo objetivo establecer la relación entre las dimensiones de personalidad y la adicción a las redes sociales en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Agustín. Emplearon un diseño cuantitativo de tipo descriptivo correlacional además se aplicaron los siguientes instrumentos: “Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales CARS” y el “Inventario de Personalidad de Eysenck EQP – B, para adultos Hans J. Eysenck” a una muestra de 920 alumnos. Los resultados señalaron que la dimensión de extraversión se encuentra relacionada con la adicción ($r = ,165$), la dimensión dureza presentó una relación con la adicción a las redes sociales ($r = ,104$), asimismo la dimensión emotividad y la adicción a las redes sociales presentan relación ($r = ,031$). En conclusión, existe relación directa entre las dimensiones de personalidad y la adicción a las redes sociales.

Jacome (2016) realizó una investigación para comprender cómo las redes sociales influyen en el comportamiento de la personalidad en los estudiantes y las consecuencias

que estas llevan originando malos hábitos de comportamiento. Se utilizó una Encuesta Cuestionario Estructurada para medir redes sociales y el Test de personalidad: Cuestionario HSPQ. La muestra fue de 60 estudiantes de la Unidad Educativa Particular Ricardo Descalzi. Los resultados mostraron que los estudiantes hacen uso de las redes como herramienta de comunicación y que tienen dificultad para comunicarse abiertamente con sus pares de forma tradicional. Concluyeron que las redes sociales tienen una prominente importancia en la vida diaria de los adolescentes

Aldaco, Álvarez, Mondragón y Ulloa (2018) cuya investigación tenía como objetivo principal analizar los efectos del internet en las relaciones sociales de los adultos jóvenes, en torno a sí repercute en formar personas extrovertidas o introvertidas. La muestra fue de 40 estudiantes. Se aplicó el Test de introversión-extroversión de Chaure, el Test de uso del internet de Young. En los resultados se encontraron niveles de abuso leve en la mayoría de estas personas, además de estar dentro de la norma de personalidad. En conclusión, el internet no genera jóvenes extrovertidos, sino que actúa como facilitador para establecer relaciones sociales.

Salcedo (2016) presentó una investigación cuyo objetivo era confirmar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima. La muestra fue de 346 universitarios entre las edades de 16 y 25 años. Se utilizaron la Escala de Autoestima de Stanley Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014). Los resultados obtenidos muestran que existe relación significativa inversa ($r = -.469$; $p = .01$) entre la adicción a las redes sociales y la autoestima. En conclusión, los universitarios que tienen mayor autoestima presentaron menor adicción a las redes sociales.

Objetivo general

Determinar la relación que existe entre los factores de la personalidad y adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana.

Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre los factores de la personalidad (neuroticismo, extraversión, apertura, responsabilidad, amabilidad) y falta de control personal en el uso de redes sociales.
- Determinar la relación entre los factores de la personalidad (neuroticismo, extraversión, apertura, responsabilidad, amabilidad) y uso excesivo de las redes sociales.
- Determinar la relación entre los factores de la personalidad (neuroticismo, extraversión, apertura, responsabilidad, amabilidad) y la obsesión por las redes sociales.

Hipótesis

Existe una relación significativa entre algunos de los factores de la personalidad y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana.

Método

Tipo y Diseño de investigación

La presente investigación es de tipo empírica y diseño correlacional simple (Ato, López & Benavente, 2013), la cual tuvo como finalidad analizar la relación entre los factores de la personalidad y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana.

Participantes

En la tabla 1, se muestra la información sociodemográfica de los participantes

La investigación estuvo constituida por 375 estudiantes universitarios de Lima Metropolitana, entre hombres (29%) y mujeres (71%), con edades comprendidas entre los 18 y 28 años de edad ($M = 21.93$, $DS = 2.17$), durante el semestre 2020-2. Los participantes accedieron voluntariamente a ser evaluados.

Criterios de inclusión: Se consideró a los participantes que aceptaron por medio del consentimiento informado ser parte del estudio, que se encuentren entre los 18 y 28 años de edad y sean estudiantes de universidades privadas de Lima.

Criterios de exclusión: estudiantes de universidades públicas, menores de edad así como aquellos que dejaron respuestas en blanco.

Tabla 1
Composición de la muestra de estudio

	N	%
Sexo		
Hombre	110	29.33
Mujer	265	70.67
Estado Civil		
Soltero	365	97.33
Casado	0	0.00
Conviviente	10	2.67
Divorciado	0	0.00
Viudo	0	0.00

Lugar de nacimiento

Lima	295	78.67
Fuera de Lima	75	20.00
Fuera del país	5	1.33

Edad

19	55	14.67
20	51	13.60
21	70	18.67
22	67	17.87
23	43	11.47
24	43	11.47
25	21	5.60
26	10	2.67
27	10	2.67
28	5	1.33

Instrumentos

La Ficha Sociodemográfica

Se utilizó para recolectar información sobre los participantes tales como sexo, estado civil, lugar de nacimiento, ciclo, carrera. Estos datos han sido considerados para describir a la muestra.

Big Five Inventory-15P (BFI-15P) (Gerlitz & Schupp, 2005)

Es una escala breve del Big Five Inventory (John, Donahue, & Kentle, 1991) y adaptada a estudiantes universitarios de Lima por Domínguez-Lara & Merino-Soto (2018), que evalúa los 5 factores de la personalidad: extraversión caracterizada por la capacidad de interactuar y hablar con los demás; la amabilidad, caracterizada por la sensibilidad hacia las necesidades de los demás; la responsabilidad, caracterizada por la planificación y fiabilidad; la apertura, caracterizada por la creatividad y perspicacia; el neuroticismo, caracterizado por la inestabilidad emocional. La escala posee 15 ítems con cinco alternativas de respuestas tipo Likert, muy en desacuerdo (1), ligeramente en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en

desacuerdo (3), ligeramente de acuerdo (4) y muy de acuerdo (5). El BFI-15p, respecto a cada factor, para Extraversión la confiabilidad fue de $\alpha = 0.763$, para Afabilidad fue de $\alpha = 0.700$, para Responsabilidad de $\alpha = 0.567$, para Neuroticismo de $\alpha = 0.602$ y de $\alpha = 0.592$ para Apertura. En el presente estudio la fiabilidad de la dimensión de Extraversión fue de $\alpha = 0.814$, para la dimensión de Afabilidad $\alpha = .663$, Responsabilidad $\alpha = .764$, respecto a la dimensión de Neuroticismo $\alpha = .700$ y para la dimensión de Apertura la fiabilidad obtenida fue de $\alpha = .759$.

Cuestionario de Adicción a Redes Sociales

Elaborado por Ecurra, M. y Salas, E. (2014) teniendo como base el DSM-IV- TR y una muestra de universitarios de Lima. El cuestionario es un instrumento de diagnóstico, que no reconoce las adicciones psicológicas como trastornos; no obstante, los autores tratan estas adicciones usando como referencia los indicadores de la adicción a sustancias. Esta, posee 24 ítems divididos en 3 dimensiones con cinco alternativas de respuesta tipo Likert, siempre, casi siempre, algunas veces, rara vez, nunca; consta de, las cuales son: primero como obsesión, segundo como “falta de control personal” y el tercero como “uso excesivo, los valores obtenidos en cuanto a confiabilidad fueron positivos en las 3 dimensiones: Obsesión por las Redes Sociales ($\alpha = 0.91$), Falta de Control Personal ($\alpha = 0.88$), Uso Excesivo de las Redes Sociales ($\alpha = 0.92$), además aportó evidencias de validez de constructo, ante el Análisis Factorial Confirmatorio ($\chi^2 (238) = 35.23$; $p < .05$; $\chi^2 / gl = 1.48$; GFI = .92; RMR = .06; RMSEA = .04; AIC = 477.28). Para el presente estudio se reportaron adecuados índices de fiabilidad para la dimensión Obsesión por las Redes Sociales ($\alpha = .857$), Falta de control personal ($\alpha = .760$) y Uso Excesivo de las Redes sociales ($\alpha = .881$) y de manera general en todo el instrumento ($\alpha = .935$).

Procedimiento

En primera instancia se les solicitó permiso a los autores de los instrumentos BFI 15P y el ARS para el uso de los mismos, después de contar con las autorizaciones correspondientes se procedió con la creación del formato virtual para los cuestionarios (Google forms). Para la aplicación de los instrumentos, se envió por medio de redes sociales como Facebook, WhatsApp y correo electrónico, medio por el cual se podría tener más alcance a estudiantes y estos decidieron el momento en el que completarían el cuestionario.

A los participantes, se les brindó indicaciones previas a la realización, en donde se especifican los datos más relevantes de la investigación. Principalmente, se les envió el link correspondiente, en el cual la primera pantalla mostraba un consentimiento informado, por el medio del cual se les indicó que la participación era voluntaria y anónima, asimismo se añadió la opción de ingresar correo electrónico para las personas interesadas en saber más sobre los resultados del estudio. Al finalizar el cuestionario, se les añadió un mensaje de agradecimiento por su participación.

Análisis de datos

Luego de pasar los datos al software estadístico SPSS, primero se realizó el análisis psicométrico, en el cual se evaluó la confiabilidad de cada prueba, a partir del índice del Alfa de Cronbach, teniendo en cuenta que los valores entre .70 y .90 indican consistencia interna buena (Oviedo & Campo-Arias, 2005). En segundo lugar, se realizó el análisis de los datos demográficos para especificar los valores obtenidos de la media aritmética, desviación estándar, asimetría y curtosis. En tercer lugar, se analizó la distribución de los datos a través de la asimetría y curtosis, dando como resultado, que los datos no presentan distribución normal. Por tanto, se utilizó el estadístico no paramétrico Spearman (Rho), para realizar las respectivas correlaciones entre las variables, en cuyo análisis se consideró que existe correlación significativa si $p < .05$ (Cohen, 1994) y esta correlación es considerada con significancia práctica si $r > .20$ (Ferguson, 2009).

Resultados

Análisis descriptivo

Respecto a los análisis descriptivos de las escalas administradas, se obtuvo la media (M), desviación estándar (DE), la asimetría (AS) y la curtosis (CU) (Tabla 2). En el caso de la dimensión Afabilidad, es la que mayor asimetría negativa tiene ($AS = -1.703$), a comparación del resto de las dimensiones de la escala Big Five, de las cuales tienen una distribución negativa no tan pronunciada. ($AS > -1.3$). Los valores de la curtosis indican que las escalas no siguen una distribución normal, dado que sus valores en una de las dimensiones exceden al rango ± 1.5 (Pérez & Medrano, 2010). Estos indicadores permitieron el uso de estadística no paramétrica, Rho de Spearman para la contrastación de hipótesis.

Tabla 2

Análisis Descriptivo de la Escala de Personalidad Big Factory (BFI-15) y la Adicción a las redes sociales (ARS)

VARIABLES	M	DE	Asimetría	Curtosis
Extraversión	8,06	2,89	-,735	,088
Afabilidad	10,13	2,08	-1,703	3,812
Responsabilidad	9,12	2,41	-1,245	2,089
Neuroticismo	6,16	3,01	-,189	-,959
Apertura	8,36	2,69	-,783	,477
Adicción a las redes sociales	37,62	17,26	,360	-,160
Obsesión a las Redes Sociales	11,94	7,21	,801	,514
Falta de Control en el Uso de Redes Sociales	9,81	4,72	,283	-,289
Uso Excesivo de las Redes Sociales	15,87	6,86	-,036	-,575

Contrastación de hipótesis

En la tabla 3, se puede observar que existe una correlación directa y estadísticamente significativa entre el factor neuroticismo y la adicción a redes sociales ($r = .211$; $p = .000$).

Tabla 3

Correlaciones Spearman de los Factores de Personalidad y el Cuestionario de Adicción a redes sociales

Big five Inventory	Adicción a las redes sociales	
	r	p
Extraversión	,066	,201
Afabilidad	,026	,613
Neuroticismo	,211	,000
Responsabilidad	-,068	,186
Apertura	-,008	,885

Se aprecia en la tabla 4, como respuesta al primer objetivo específico, que existe una correlación directa y estadísticamente significativa ($r=.168$; $p=.001$) entre neuroticismo y la falta de control de la Adicción a las Redes Sociales, más no una correlación práctica por ser un valor inferior a .20. Respecto a las otras dimensiones de los Factores de Personalidad, no muestran una correlación significativa.

Tabla 4

Correlaciones Spearman de los Factores de Personalidad y Falta de Control Personal en el Uso de Redes Sociales

Big Five Inventory- 15	Falta de control personal en el uso de redes sociales	
	r	p
Extraversión	,023	,662
Afabilidad	,018	,735
Neuroticismo	,168	,001
Responsabilidad	-,101	,050
Apertura	-,007	,894

La tabla 5 muestra, en base al segundo objetivo específico de la presente investigación, que existe una correlación significativa directa teórica y práctica entre el Factor de personalidad de Neuroticismo y la dimensión de Uso Excesivo de las Redes Sociales ($r=.210$; $p=.000$). Así mismo el factor de personalidad Afabilidad muestra una

correlación significativa directa teórica con la dimensión del Uso excesivo de las redes sociales ($r=.118$; $p=.022$), más no practica al ser $r<.20$.

Tabla 5

Correlaciones Spearman de los Factores de Personalidad y el Uso excesivo de las redes sociales

Big Five Inventory- 15	Uso excesivo de las redes sociales	
	r	p
Extraversión	,094	,070
Afabilidad	,118	,022
Neuroticismo	,210	,000
Responsabilidad	-,011	,825
Apertura	,015	,769

Por último, la tabla 6 responde al tercer objetivo específico de la presente investigación, mostrando la correlación significativa directa teórica y práctica entre el Factor de personalidad de Neuroticismo y la dimensión de Obsesión a las Redes Sociales ($r=.201$; $p=.000$).

Tabla 6

Correlaciones Spearman de los Factores de Personalidad y la Obsesión a las redes sociales

Big Five Inventory- 15	Obsesión a las redes sociales	
	r	p
Extraversión	,034	,506
Afabilidad	-,081	,115
Neuroticismo	,201	,000
Responsabilidad	-,098	,058
Apertura	-,050	,331

Discusión

En la actualidad, se han realizado investigaciones sobre la adicción a las redes sociales y se ha demostrado que estas se asocian con la depresión, síndrome déficit atencional, insomnio, entre otros, hasta un amplio rango de problemas psicosociales, siendo los jóvenes los más afectados (Arab & Díaz, 2015). En este sentido; el objetivo de la investigación fue, determinar la relación que existe entre los factores de la personalidad y adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. Se encontró que existe una correlación directa y estadísticamente significativa entre el factor de personalidad neuroticismo y adicción a las redes sociales, ($r=,211$; $p=,000$); es decir, las personas que obtienen altos indicadores en la personalidad neuroticismo presentan mayor Adicción a las Redes Sociales. Es importante resaltar que, los resultados obtenidos son similares a los de Becerra (2017), quien halló una relación significativa entre la dimensión neuroticismo y la adicción a las Redes sociales en jóvenes universitarios de distintas ciudades de México.

Asimismo, Muñoz y Ramirez (2016) señalan que “la adicción subyace problemas de personalidad, timidez excesiva, baja autoestima o rechazo de imagen corporal” (p.47). Por lo tanto, es de esperarse que las personas con puntaje alto en adicción a las RRSS tengan también puntuación alta en neuroticismo, que según la teoría de lo que representa el “Factor N”, las personas con puntajes altos en neuroticismo tienden a mostrarse ansiosos, pesimistas, preocupados y con baja autoestima (Goldberg, 1993).

Respecto a la correlación entre el factor extraversión y la adicción a las redes sociales, nuestros hallazgos distan de los resultados obtenido por Hamburger et al., (2000) quien encontró una relación directa entre los mismos, pero en un contexto diferente y en una época no tan digitalizada como en la que nos encontramos actualmente. Referente a las dimensiones de apertura y afabilidad no se encontró una relación significativa a diferencia de Luo y Ding (2006) quienes hallaron una relación significativa directa con la adicción a las redes sociales. En base a la relación entre responsabilidad y adicción a las redes sociales, no se encontró la relación significativa indirecta que se esperaba en base a la teoría, ya que Becerra (2017) afirmaba que las personas responsables ocupaban menos tiempo en redes sociales, cabe resaltar que en la actualidad las redes sociales se emplean tanto para los estudios como para los trabajos. Los resultados muestran que no existe una correlación significativa, es decir, las personas que obtienen altos indicadores en las personalidades de

extraversión, apertura, responsabilidad, amabilidad no presentan indicios de adicción a las redes sociales.

El presente estudio buscó concientizar sobre la relación que guarda la adicción a las redes sociales con la personalidad, las implicancias y la repercusión de la adicción en la personalidad, en un momento en el que las personas se encuentran usando constantemente las redes sociales para comunicarse, se debe poner atención y énfasis también al control del uso de las mismas.

Respecto a las limitaciones que se observaron en el presente estudio, se resalta que el tamaño de la muestra con el que se trabajó fue poco representativo de la población, del mismo modo la actual coyuntura nacional e internacional no permitió tener la facilidad de aplicar formularios virtuales y físicos al mismo tiempo. No obstante, la situación actual también genera condiciones para que las personas usen de modo más frecuente las redes sociales para interactuar debido al distanciamiento social y a la cuarentena obligatoria con el fin de contrarrestar el aislamiento social percibido, el cual es fuente de distrés (Tala & Vásquez, 2020).

Ponce (2012) menciona que las redes sociales les proporcionan una estructura social y se convierten en el medio por el cual se da la comunicación, por lo que, dada la situación actual, dicha estructura cotidiana se ha visto mermada, las redes sociales han cobrado fuerza. El diseño de estudio utilizado para la presente investigación también supone una limitación ya que no esclarece la causalidad de la adicción a redes sociales, si bien el estudio asocia el neuroticismo a la adicción no se puede concluir que dicha asociación sea de causalidad, es decir no podemos afirmar que una persona con altos índices de neuroticismo vaya a generar adicción a las redes sociales.

En base a los hallazgos de la presente investigación se concluye que, existe una relación significativa entre el factor de neuroticismo y la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. Dicha relación se presenta de forma directa, es decir a mayor presencia del factor de Neuroticismo presentaran más Adicción a las Redes Sociales. No se hallaron relaciones significativas entre los Factores de Personalidad tales como; Extraversión, Afabilidad, Responsabilidad y Apertura, y la Adicción a las Redes Sociales en universitarios de Lima Metropolitana.

Se recomienda, considerar una muestra más representativa (mayor cantidad de

participantes) para que los resultados puedan ser replicables a la población, del mismo modo aplicar formularios virtuales y presenciales para obtener un mayor alcance. Replicar la investigación en otros contextos, en universidades tanto privadas como estatales sería de vital contribución para la consolidación de la base teórica, además de incluir otras variables como la dependencia, la autoestima y el cansancio emocional, ya que son variables afectivas que guardan relación con la adicción a redes sociales.

Referencias

- Aldaco, A., Álvarez, A. A., Mondragón, S. & Ulloa, R. (2018). Cambios en el desarrollo de la personalidad a partir del uso excesivo de Redes Sociales. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 4(7), 36-46. Recuperado de <https://psicoeducativa.edusol.info/index.php/rpsicoedu/article/view/86>
- Ato, M., López, J. & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059. doi:10.6018/analesps.29.3.178511
- American Psychiatric Association. (2013). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales, (DSM-5)* (5ª ed.). Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- American Psychological Association. APA. (2017). *Manual de publicaciones*. (6ª. ed) México: Manual Moderno.
- Arab, E. & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. doi: 10.1016/j.rmclc.2014.12.001
- Becerra, J. (2017) *Conducta adictiva a redes sociales y relación con el modelo de los cinco factores de personalidad en jóvenes universitarios de distintas ciudades de México*. (Tesis Maestría) Recuperada de <http://eprints.uanl.mx/14297/1/1080243194.pdf>
- Cohen, J. (1994). The Earth is round (p <. 05). *American Psychologist*, 49 (12), 997– 1003. Recuperado de <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.49.12.997>
- Cugota, M. (2008). *Adicciones ¿hablamos?*. Psicología Monografías, 2. España: Parramon.
- Cuyun, M. (2013). *Adicción a redes sociales en jóvenes (estudio realizado con jóvenes de 14-16 años del colegio Liceo San Luis Quetzaltenango)*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>
- Datum (2020, agosto). *Comportamiento Onlinne ante coyuntura Covid-19* [Datum Internacional]. Recuperado de https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/2020%20Comportamiento%20onlinne%20ante%20coyuntura%20Covid-19_201016090929.pdf

- Domínguez, S. & Merino, C. (2018). Dos versiones breves del Big Five Inventory en universitarios peruanos: BFI-15p y BFI-10p. *Liberabit*, 24(1), 81-96. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272018000100006&lng=es&nrm=iso
- Escurra, M. & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 20. 73-91. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/686/68631260007.pdf>
- Ferguson, C. (2009). An effect size primer: a guide for clinicians and researchers. *Professional Psychology: Research and Practice*, 40(5), 532–538. Recuperado de https://psychology.okstate.edu/faculty/jgrice/psyc5314/AnEffectSizePrimer_2009.pdf
- Gestión (2019, 11 de febrero). Social Media: Perú es el primer país de la región con mayor porcentaje de alcance de redes sociales. [Gestión]. Recuperado de <https://gestion.pe/tecnologia/social-media-peru-primer-pais-region-mayor-porcentaje-alcance-redes-sociales-258321-noticia/>
- Goldberg, L. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48(1), 26–34. Recuperado de http://psych.colorado.edu/~carey/courses/psyc5112/readings/psnstructure_goldberg.pdf
- Hamburger, Y. & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 16, 441- 449.
- Hardie, E. & Tee, M. (2007). Excessive Internet use: The role of personality, loneliness and social support networks in Internet addiction. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 5, 34-47.
- Hernández, R., Fernandez, C. & Baptista, P. et al. (1998). *Metodología de la Investigación*. (5^a. ed.). México : Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Datos estadísticos de acceso al servicio de internet a nivel de Lima Metropolitana. [INEI]. Recuperado de <http://webapp.inei.gob.pe:8080/sirtod-series/>
- IPSOS (2018, septiembre). Perfil del usuario de redes sociales del Perú Urbano [IPSOS]. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-usuario-de-redes-sociales-2>

- Jacome, D. (2016). *Las redes sociales y la personalidad de los estudiantes de primero y segundo año de BGU, de la Unidad Educativa Particular Ricardo Descalzi*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/24737>
- John, O., Donahue, E. & Kentle, R. (1991). *The Big Five Inventory - Versions 4a and 5a*. California: Institute of Personality and Social Research. Recuperado de <https://scirp.org/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1624789>
- Johnson, B. & Knobloch-Westerwick, S. (2014). Glancing up or down: Mood management and selective social comparisons on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 41 33-39. doi: 10.1016/j.chb.2014.09.009
- Landers, R. & Lounsbury, J. (2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22, 283- 293. doi: 10.1016/j.chb.2004.06.001
- Li, M., Chen, J., Li, N. & Li, X. (2014). A twin study of problematic internet use: its heritability and genetic association with effortful control. *Twin Research and Human Genetics*, 17(4), 279-287.
- Luo, T. & Ding, D. (2006). Relationships among personality traits, motive of Internet use, and tendency of Internet addiction. *Chinese Journal of Clinical Psychology*, 14, 365- 367. doi: <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.131>
- Martín-Abril, M. (2019). *Las 24 Redes Sociales más usadas del Mundo en 2019* [Neoattack.com]. Recuperado de <https://neoattack.com/redes-sociales/>
- Mutualidad de la Agrupación de Propietarios de Fincas Rústicas de España. MAPFRE (2019). Patrones de uso y abuso de las TIC entre adolescentes de Lima y Arequipa. Percepción de los riesgos. *Fundación MAPFRE*
- Muñoz, N. & Ramírez, S. (2016). Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2(4), 46-52. Recuperado de <https://psicoeducativa.iztacala.unam.mx/revista/index.php/rpsicoedu/article/view/32>
- Ochoa, E. & Carhuari, R. (2016). *Dimensiones de personalidad y adicción a las redes sociales en estudiantes de la Universidad Nacional de San Agustín*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3629>

- Oviedo, H. & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach; An Approach to the Use of Cronbach's Alfa. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
- Ponce, I. (2012). Redes sociales-Historia de las redes sociales [Monográfico]. Observatorio Tecnológico del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Gobierno de España. Cuadernos de Información y Comunicación, 14, 213-231. Recuperado de: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web20/1043-redes>
- Puerta, D. y Carbonell, X. (2014). El modelo de los cinco grandes factores de personalidad y el uso problemático de Internet en jóvenes colombianos. *Adicciones*, 26(1),54-61. doi: <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.131>
- Ruiz, S., Benites, V. y Valle, M. (2018). Influencia de Internet y redes sociales en rasgos de personalidad de estudiantes universitarios. *Edúcate Conciencia*, 17(18), 7–19. Recuperado de <http://tecnocientifica.com.mx/educateconciencia/index.php/revistaeducate/article/view/418/509>
- Salas, E. (2014). Adicciones psicológicas y los nuevos problemas de salud. *Revista Cultura*. 28. 111-146. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Edwin_Salas2/publication/272681780_Adicciones_psicologicas_y_los_nuevos_problemas_de_salud/links/54f47cf30cf2ba6150632d46.pdf
- Salas, E. (2019). Las adicciones comportamentales. En C. Rojas (Ed.), *Drogas: Sujeto Sociedad y Cultura* (123-138). Talca: Nueva Mirada Ediciones.
- Salcedo, I. (2016). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima. (Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres). Recuperado de http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2026/salcedo_CI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, C. (2019). Adultos están perdiendo la capacidad de comunicarse “cara a cara” por usar redes sociales. *Andina* Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-adultos-estan-perdiendo-capacidad-comunicarse-cara-a-cara-usar-redes-sociales-762636.aspx>

- Tala, Á. & Vásquez, E. (2020). Conexión en tiempos de COVID-19. *Revista médica de Chile*, 148(4), 557-558. <https://dx.doi.org/10.4067/s0034-98872020000400557>
- Tsai, H. F., Cheng, S. H., Yeh, T. L., Shih, C. C., Chen, K. C., Yang, Y. C. & Yang, Y.K.(2009). The risk factors of Internet addiction: A survey of university freshmen. *Psychiatry Research*, 167(3), 294-299. doi: 10.1016/j.psychres.2008.01.015.
- Vizcarra, E. (2018). Perú en Redes Sociales 2018 (Parte I). [La República]. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/1198456-peru-en-redes-sociales-2018-parte-i/>
- Wolfradt, U. y Doll, J. (2001). Motives of adolescents to use the Internet as a function of personality traits, personal and social factors. *Journal of Educational Computing Research*, 24(1), 13-27. doi: 10.2190/ANPM-LN97-AU97-AUT2-D2EJ.

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título del proyecto: Personalidad y adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana

Institución: Universidad San Ignacio de Loyola

Investigadoras: Alexandra Barreda Cornejo, Elizabeth Marilia Rivera Laureano

Correo: alexandrabarredacornejo@gmail.com

Dirección: Av. La Fontana 550, La Molina

El presente es un estudio de Psicología de la Universidad de San Ignacio de Loyola, que tiene como objetivo determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y los cinco factores de la personalidad de los estudiantes. En este sentido, su participación es fundamental en este proceso y estaremos sumamente agradecidos si accede.

La participación consiste en responder los cuestionarios que figuran a continuación. El proceso es completamente anónimo y puede interrumpir su participación cuando considere pertinente.

Esta actividad es voluntaria

Muchas gracias por su atención.

He leído el Formulario de Consentimiento Informado y acepto participar en esta actividad de investigación. Comprendo que puedo dejar de participar en esta actividad en algún momento. También entiendo que no recibiré algún pago o beneficio económico por esta participación.

Firma: _____

Fecha: _____

Anexo 2. Ficha Sociodemográfica

ID

Edad : _____

Fecha de nacimiento: ___/___/___

Fecha de evaluación: ___/___/___

Sexo

Masculino

Femenino

Estado civil

Soltero

Casado

Conviviente

Divorciado / Separado

Viudo

Último nivel de instrucción logrado

Primaria

Secundaria

Técnico

Universidad

Lugar de nacimiento

Lima

Fuera de Lima: _____

Fuera del país

Carrera: _____

Ciclo: _____

Ingreso familiar estimado

Menos de S/. 500

Entre S/. 501 y S/.1000

Entre S/. 1001 y S/. 1500

Más de S/. 1500

Distrito de residencia actual:

Trabajo actual:

Sí: ¿Donde? _____

No

Anexo 3: Cuestionario Adicción a las redes sociales (ARS)

CUESTIONARIO DE ADICCION A LAS REDES SOCIALES (ARS)

A continuación se presentan 24 ítems referidos al uso de las Redes Sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existen respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

Siempre	S	Rara vez	RV
Casi siempre	CS	Nunca	N
Algunas veces	AV		

N° ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

Anexo 4: Big Factory Inventory – BF- 15

Questionario

Las siguientes expresiones describen características de las personas. Por favor, escoja un número para cada una de las siguientes expresiones, indicando así hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en cómo le describen a usted.

1. Muy en desacuerdo
 2. Ligeramente en desacuerdo
 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 4. Ligeramente de acuerdo
 5. Muy de acuerdo
-

Me veo a mi mismo como alguien que...

1	...es bien hablador.	
2	...es depresivo, melancólico.	
3	...es generoso.	
4	...está lleno de energía.	
5	...es un estudiante cumplidor, digno de confianza.	
6	...con frecuencia se pone tenso.	
7	...valora lo artístico y lo estético.	
8	...persevera hasta terminar el trabajo.	
9	...es inventivo.	
10	...es temperamental, de humor cambiante.	
11	...hace planes y los sigue cuidadosamente.	
12	...es considerado y amable con casi todo el mundo.	
13	...es educado en arte, música o literatura.	
14	...le gusta cooperar con los demás.	
15	...es extrovertido, sociable.	

Anexo 5: Autorización de uso Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)

Permiso para uso de instrumento ▶ Recibidos ×

 **Alexandra Barreda** <alexandrabarredacornejo@gmail.com> para edwin.salas ▼ lun., 28 oct. 11:03 ☆ ↶ ⋮

Buenos días Profesor,

Como le comentaba en clase, para mi investigación de tesis haré uso del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales, agradecería si pudiera brindarme el material para poder realizarlo, estaré atenta a su respuesta.

Muchas Gracias de antemano,

...

 **EDWIN SALUSTIO SALAS BLAS** a través de usilpe.onmicrosoft.com para mí ▼ lun., 28 oct. 11:34 ☆ ↶ ⋮

Aquí va

De: Alexandra Barreda <alexandrabarredacornejo@gmail.com>
Enviado: lunes, 28 de octubre de 2019 11:03
Para: EDWIN SALUSTIO SALAS BLAS <edwin.salas@usil.pe>
Asunto: Permiso para uso de instrumento

...

[Mensaje recortado] [Ver todo el mensaje](#)

9 archivos adjuntos ↓ ↻

Anexo 6: Autorización de uso Big Factory Inventory BF-15

 **Alexandra Barreda** lun., 18 nov. 9:11 (hace 6 días) ☆

Estimado Dr. Sergio Dominguez, Soy Alexandra Barreda alumna de la Universidad San Ignacio de Loyola, actualmente me encuentro realizando mi investigación para e

 **Sergio Dominguez** para mí ▼ lun., 18 nov. 9:26 (hace 6 días) ☆ ↶ ⋮

Estimada Alexandra, muchas gracias por el interés. Te envió la escala trabajada en Perú, clave, y artículos donde fue usada (envío la versión de 10 y 15 ítems, por si hicieran falta).

Además, es bueno agregar que los test como este no tienen manual o algo así ya que son pruebas de difusión académica, no son tests comerciales (como los que vende TEA o MANUAL MODERNO). Podrían elaborarse, sí; pero no fue el objetivo de las investigaciones. En tal sentido, tendrías que enfocarte más en aspectos teóricos y estudios psicométricos para sustentar su uso, y "construir" la ficha técnica (si te la solicitaran) en base a los datos que figuran en los artículos de validación.

Por último, no tiene baremos (que no serían necesarios si vas a trabajar estudios comparativos o correlacionales).

Saludos cordiales.

Dr. SERGIO ALEXIS DOMINGUEZ LARA
C.Ps.P. 18556
Universidad de San Martín de Porres - [Instituto de Investigación de Psicología](#)
Investigador CONCYTEC: [Perfil](#)
Researchgate: https://www.researchgate.net/profile/Sergio_Dominguez_Lara/
ORCID: <http://www.orcid.org/0000-0002-2083-4278>
SCOPUS-ID: 56287930500 (<https://www.scopus.com/authorid/detail.uri?authorid=56287930500>)
LOOP: <http://loop.frontiersin.org/people/346044/>
Scholar Google: <https://scholar.google.com.pe/citations?user=ldSIecAAAAAJ&hl=es>
Autores-Redalyc: <http://www.redalyc.org/autor/oa?id=2906>
Publón-Peer Reviews <https://publons.com/author/1390155>
Microsoft Academic : <https://academic.microsoft.com/#/detail/2161565109>
ResearchID: <http://www.researcherid.com/rid/I-6666-2018>
==