



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

Adaptación del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) a la adicción al TikTok en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Psicología

AUTORA:

Olivari Moreno, Diana Carolina Elizabeth (orcid.org/0000-0003-0554-0105)

ASESOR:

Mg. Peralta Eugenio, Gutember Viligran (orcid.org/0000-0002-1177-6088)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Psicométrica

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

CHIMBOTE – PERÚ

2024

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a tres personas importantes en mi vida, mi gran fuente de inspiración y alegría, mi hermana pequeña, Keyssi. Así también, dedico todo el esfuerzo que le puse, a mi querida madre, Karin. Finalmente deseo dedicar mis noches de estudio e investigación, a la persona que me levantó cuando muchas veces estaba por rendirme, Marco. Tres personas que me enseñaron a sentir y dar amor de una manera única y magnificente. Cada logro que yo pueda alcanzar, siempre llevará sus nombres.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias en primera instancia a Dios, ser universal que me ilumina y da fortaleza. A Mario, por darme la oportunidad de tener estudios universitarios, gracias por confiar en mi potencial. También agradecer a mi asesor Gutember Peralta Eugenio, por su guía y paciencia.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PERALTA EUGENIO GUTEMBER VILIGRAN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "ADAPTACIÓN DEL CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES (ARS) A LA ADICCIÓN AL TIKTOK EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE NUEVO CHIMBOTE", cuyo autor es OLIVARI MORENO DIANA CAROLINA ELIZABETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 31 de Enero del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PERALTA EUGENIO GUTEMBER VILIGRAN DNI: 44110570 ORCID: 0000-0002-1177-6088	Firmado electrónicamente por: GPERALTAE el 04- 02-2024 13:59:20

Código documento Trilce: TRI - 0736509





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, OLIVARI MORENO DIANA CAROLINA ELIZABETH estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "ADAPTACIÓN DEL CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES (ARS) A LA ADICCIÓN AL TIKTOK EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE NUEVO CHIMBOTE", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
DIANA CAROLINA ELIZABETH OLIVARI MORENO DNI: 76580138 ORCID: 0000-0003-0554-0105	Firmado electrónicamente por: COLIVARIMO7 el 31- 01-2024 16:42:01

Código documento Trilce: TRI - 0736511



ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	13
3.2. Variables y Operacionalización	13
3.3. Población, muestra, muestreo y Unidad de Análisis	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5. Procedimiento	16
3.6. Método de Análisis de Datos	16
3.7. Aspectos Éticos	17
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Índices de Homogeneidad y Consistencia interna (n=76)	18
Tabla 2 Índices de Homogeneidad, cargas factoriales y consistencia interna (n=123)	19
Tabla 3 Índices de Ajuste Global (n=123)	20
Tabla 4 Frecuencia de respuestas - Análisis Preliminar – Descriptivos e índices de Homogeneidad (n=305)	21
Tabla 5 Índices de Ajuste Global (n=305)	22
Tabla 6 Cargas factoriales estandarizadas y consistencia interna (n=305)	23

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad estimar las evidencias psicométricas de la Escala de Adicción al TikTok, siendo esta adaptada a partir del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales de Ecurra y Salas-Blas. Teniendo como población objetiva jóvenes universitarios que residan el Nuevo Chimbote. Esta investigación cuenta con una metodología de tipo básica y diseño instrumental, teniendo un total de cinco muestras, siendo la última la definitiva donde se encuestó a 305 universitarios, donde se obtuvo como índices de ajuste absoluto: $X^2/gl = 4.12$, RMSEA (IC 90%) = 0.084 (0.077 - 0.092), SRMR = 0.057, TLI = 0.994 y un CFI de 0.995. Con un coeficiente alfa de 0.92, 0.85 y 0.91 correspondientemente en cada una de las dimensiones, siendo estas: Obsesión por TikTok, Falta de Control personal en el uso de TikTok y Uso excesivo de TikTok. Llegando a la conclusión que se logró adaptar el ARS a la adicción al TikTok, mediante el juicio de expertos, a través del cual se eliminó tres ítems (2,4 y 5) que poseían ambigüedad y el ítem 13 se optó por ponerlo en orden directo, pasando a ser la versión final, la muestra tres. Siendo así que las evidencias de validez y fiabilidad obtenidas en la Escala de Adicción al TikTok son adecuadas, como también los índices de ajuste global.

Palabras Clave: Adaptación, adicción, TikTok, evidencias de validez, universitarios

ABSTRACT

The purpose of this research was to estimate the psychometric evidence of the TikTok Addiction Scale, adapted from the Social Network Addiction Questionnaire of Escurra and Salas-Blas. The target population was university students residing in Nuevo Chimbote. This research has a basic methodology and instrumental design, having a total of five samples, the last one being the definitive one where 305 university students were surveyed, where the following absolute adjustment indexes were obtained: $X^2/gf = 4.12$, RMSEA (CI 90%) = 0.084 (0.077 - 0.092), SRMR = 0.057, TLI = 0.994 and a CFI of 0.995. With an alpha coefficient of 0.92, 0.85 and 0.91 correspondingly in each of the dimensions, these being: Obsession with TikTok, Lack of Personal Control in the use of TikTok and Excessive use of TikTok. It was concluded that the ARS was adapted to TikTok addiction by means of expert judgment, through which three items (2, 4 and 5) that were ambiguous were eliminated and item 13 was put in direct order, becoming the final version, sample three. Thus, the validity and reliability evidences obtained in the TikTok Addiction Scale are adequate, as well as the global adjustment indexes.

Keywords: Adaptation, addiction, TikTok, evidence of validity, university students

I. INTRODUCCIÓN

Se sabe que, al paso del tiempo, debido a las nuevas tecnologías y la globalización en general, es inevitable el crecimiento de las redes sociales, hoy en día gran mayoría de la población mundial cuenta con el acceso a redes sociales e interactúan a través de ellas. Sin embargo, cabe resaltar que este aumento del uso de redes, fue propiciado aún más debido a la pandemia. Agregando a ello que su uso va guiado a distintos y diversos objetivos, dentro de estos se encuentran el entretenimiento, así también permite la comunicación entre personas con un vínculo que se encuentran a distancia, oportuna el contacto dentro de grupos familiares, amicales, profesionales, del mismo modo, propicia la búsqueda de información, aunque cabe tener en cuenta que no toda la información encontrada en redes cuenta con veracidad (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2020).

Con respecto al empleo de redes sociales en el ámbito mundial, existen 4760 millones de usuarios, lo cual es equivalente al 59.4%. A diferencia del año 2022 las cifras acrecentaron en 137 millones de usuarios nuevos, lo cual evidencia un incremento aproximado de más de 4 usuarios por segundo; no obstante, se debe considerar que el número de los usuarios pueden no representar a personas únicas, debido a dificultades con las cuentas duplicadas, es por ello que el número de usuarios de redes sociales pueden ser más elevados que, de consumidores de internet (Kepios, 2023).

En cuanto a las estadísticas relacionadas al consumo del TikTok, una red social relativamente nueva, en el 2021 alcanzó un total de 1000 millones de usuarios activos por mes a nivel minimalismo, ameritando ello que ocupe el sexto lugar concerniente a la clasificación de las plataformas de redes social que se encuentran más activas en el mundo (Kemp, 2023).

En cuanto al contexto internacional sobre la utilización del aplicativo TikTok, se tiene que China es el país con mayores consumidores de esta red, con 669 millones de usuarios. Del mismo modo, se indica que EE. UU. cuenta con 113.3 millones de usuarios activos en TikTok mayores a 18 años, seguido de Indonesia con un 109.9 millones, Brasil con 82.2 millones y México con 57.5 millones (Kemp, 2023).

En el ámbito nacional, según un estudio realizado por Havas Group, se refiere que TikTok fue la plataforma con mayor crecimiento en el 2021 en el Perú, se indica que es la tercera aplicación más instalada, siendo así que el 49% de pobladores peruanos tienen al menos una cuenta creada en esta red social. En cuanto a la comparación por género, concerniente a la frecuencia de consumo, se menciona que el género femenino ocuparía un 53%, mientras que la población masculina respondería al 47% respectivamente (Jurado,2022).

También es relevante hacer de conocimiento que, en el Perú, el sector de población más propensa a excederse en la utilización o consumo de redes sociales, son los jóvenes universitarios, a causa de sus propias necesidades de comunicación, relacionarse con sus compañeros, las exigencias académicas también entran en juego, es así que estas determinantes influyen en el mayor uso de redes por parte de los universitarios, corroborando ello están los resultados estadísticos que denotan que los universitarios corresponden a un 94.7% de la población que mayor uso le da al internet (INEI, 2020).

Por lo expuesto, se denota que el consumo adictivo de redes sociales, especialmente a TikTok, se ha convertido en una problemática creciente en la sociedad actual. El uso excesivo de estas plataformas puede generar un decrecimiento con respecto a la calidad de vida del usuario, así también puede presentar alteraciones en el sueño, problemas de concentración, elevación o consolidación de síntomas ansiosos y depresivos. Es por lo mencionado que se vuelve crucial el tener un instrumento para evaluar la adicción a esta plataforma, para comprender en qué magnitud se encuentra este problema, como es la adicción al uso de esta red social y de tal forma poder establecer distintas estrategias de prevención al respecto.

Se propone realizar la adaptación de un instrumento de adicción a Redes Sociales, a la plataforma TikTok, entre estos se tienen: Test Social Media Disorder Scale (SMD), la cual se llevó a cabo con tres muestras, considerando para análisis solo la primera y la tercera, donde se obtuvo: La escala de 27 ítems se incluyó en la primera muestra (N = 724), M = 5,65, SD = 5,5 y en la tercera muestra (N = 601), M = 5,65, SD = 6,17.

La estructura dimensional se probó utilizando un modelo factorial de segundo orden. Esto resultó en un ajuste de modelo aceptable, $\chi^2 (288, n = 724) = 672,424$, $p < 0,001$, CFI = 0,963, RMSEA = 0,043 (90 % IC: 0,039–0,047). De manera similar, en la tercera muestra (n = 601), el mismo modelo también mostró un ajuste de modelo aceptable, $\chi^2 (288, n = 601) = 570.681$, $p < 0.001$, CFI = 0.973, RMSEA = 0.040 (IC 90%: 0.036 –0,045). Además, la escala SMD de 27 ítems mostró una buena consistencia interna con un alfa de Cronbach de 0,90 en la primera muestra y 0,92 en la tercera muestra (Van den, et al., 2016).

También se encuentra la Escala de Riesgo de Adicción a las Redes Sociales e Internet (ERA-RSI), cuyo alfa de cronbach total fue de .9, correspondiendo a la primera dimensión .81, la segunda .82, la tercera .72 y la última una confiabilidad de .82. Confirmando de tal forma una consistencia adecuada. Se empleò un análisis factorial, con el fin de calcular las medidas de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y el test de esfericidad de Bartlett. El índice KMO mostró un valor de .90, y en cuanto a Barlett, sus resultados fueron significativos, siendo: $\chi^2 (406) = 6138.89$; $p < .001$) (Peris, et al., 2018).

Del mismo modo está el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) cuyo puntaje promedio total del ARS fue de 35.7 (DS= 18.3) con un rango entre 8 y 84. El análisis factorial confirmatorio (AFC) denotó un ajuste adecuado: $\chi^2_{S-B} = 625.564$; $df = 249$; $\chi^2_{S-B} / (249) = 2.512$; $p < .001$; NNFI= .929; CFI= .936; RMSEA= .054 (90% CI [.045, .063]); SRMR= .066; AIC= 775.564. Los valores de consistencia interna según el alfa de cronbach fueron entre .82 (segunda dimensión) y .93 (primera dimensión), dejando con un .89 en la tercera dimensión y un total de .95 (Escurra y Salas-Blas, 2014).

Es así que en la presente investigación se optó por adaptar el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Escurra y Salas-Blas, construido en el año 2014, quienes tomaron de referencia los criterios diagnósticos del DSM-IV, asociado a dependencia de sustancias, en donde se puede observar una clasificación sintomatológica comprendida en: Necesidad de consumo constante por un largo periodo, el que se

vea desarrollada la tolerancia desarrollo de la tolerancia, pérdida o carencia de control frente al consumo, la dejadez por los intereses personales y deberes para dar prioridad a consumir medios sociales, que las relaciones interpersonales se vean perjudicadas debido al deterioro de estas, acompañada de una conducta irritable y ansiosa cuando se restringe el consumo, las necesidades básicas se ven despojadas del individuo por mantenerse al pendiente de consumir, incumplimiento y violación de normas para continuar en el hábito de consumo a pesar de tener daños colaterales. Todo esto abarca la conducta adictiva, lo cual evidentemente provoca problemas contraproducentes a la salud mental.

Por lo tanto, se realiza la interrogante: ¿Cómo son las evidencias psicométricas de la adaptación de la escala de adicción a las redes sociales al TikTok en jóvenes universitarios?

Mencionando ello, la presente investigación se justifica a nivel teórico porque brinda una revisión teórica acerca de la variable especificada. A nivel metodológico sirve como antecedente y aporta información de carácter relevante de la variable estudiada. En cuanto a la justificación social, será de utilidad académica para estudiantes e investigadores interesados en la variable, amparado de datos confiables. A nivel práctico, proporcionará un instrumento confiable para realizar un diagnóstico presuntivo.

Teniendo como objetivo general estimar las evidencias psicométricas de la Escala de Adicción al TikTok, teniendo como objetivos específicos: a) estimar la validez de contenido de la escala adaptada a la adicción al TikTok; b) estimar la validez basada en la estructura interna; c) estimar la fiabilidad por medio del método de consistencia interna.

II. MARCO TEÓRICO

En cuanto a investigaciones que hayan construido o adaptado instrumentos que midan la variable, en el ámbito internacional, se tiene a Rosero et al. (2021), quienes validaron la escala ARS en la población de adolescentes colombianos, cuyo puntaje promedio total del ARS fue de 35.7 (DS= 18.3) con un rango entre 8 y 84. El análisis factorial confirmatorio (AFC) denotó un ajuste adecuado: χ^2 -B= 625.564; df= 249; χ^2 -B/ (249) = 2.512; $p < .001$; NNFI= .929; CFI= .936; RMSEA= .054 (90% CI [.045, .063]); SRMR= .066; AIC= 775.564. Los valores de consistencia interna según el alfa de Cronbach fueron entre .82 (segunda dimensión) y .93 (primera dimensión), dejando con un .89 en la tercera dimensión y un total de .95.

Por otro lado, se tiene a González et al. (2021) en su investigación, donde participaron 744 adolescentes, cuyas edades oscilaban entre 17 y 19 años (M = 17.52; DT = .58). De quienes el 56.85% eran del género femenino, siendo el restante de 43.15% del género masculino. En cuanto a los índices de ajuste, se tienen: $\chi^2(40) = 81.854$, $p < .001$; $\chi^2/gf = 2.04$; CFI = .98; SRMR = .02; RMSEA = .03; GFI = .98. Con un alfa de Cronbach de .76, .79 y .76 respectivamente por cada dimensión y en total un alfa de .86.

En el ámbito nacional se puede citar a Benites (2018), en su estudio donde tuvo de muestra a 615 estudiantes de dos universidades de la ciudad de Trujillo, cuyas edades oscilan entre 17 a 35 años, muestra como resultados en su índice de ajuste un GFI de .969, un CFI de .960, .71 de RMSEA, .945 de TLI. Con un alfa de .86, .72 y .83 correspondientemente en cada una de sus dimensiones.

Para definir el comportamiento adictivo se puede citar a Madrid (2000) quien menciona que estos son caracterizados debido a que surgen o se dan de manera repetitiva, resultando de tal forma placenteros para el individuo en primera instancia, pero el problema yace cuando estas conductas son instauradas en la persona como hábitos o rutinas, provocando estados asociados a la necesidad incontrolada acompañada de síntomas ansiosos, en respuesta a reducir o erradicar estos síntomas, el individuo

procederá a desarrollar el comportamiento adictivo; naciendo este no solo por el placer de realizar esta acción, sino también para aminorar la sensación de ansiedad que genera el no realizar dicha actividad, produciendo así un círculo vicioso, cimientando de las adicciones. De modo que, estos mecanismos mencionados (placer-repetición / displacer-evitación) van a permitir comprender que este suceso puede ser catalogado como una adicción. Diferenciado con el resto de adicciones, la focalización a, es decir, el empleo o no empleo de sustancias (Madrid, 2000).

Las señales primordiales de que una actividad se ha convertido en adicción, son que el individuo pierda totalmente el control relacionado a la actividad mencionada y que vuelva a repetir de manera continua, a pesar de las consecuencias perjudiciales que pueda traerle. En cuanto al riesgo que produce una adicción, es constante, sin embargo, influye mucho si la persona tiene vulnerabilidad o pre disposición psicológica, también cabe resaltar la posible intervención de factores estresores (Araujo, 2016).

Se indica que la adicción está basada en lo que vendría a ser la pérdida de control de la persona, motivada o causada por una acción que le sea gratificante o le produzca mucho placer, y que esta llegue a estar por encima de sus actividades o deberes diarios, provocando daños en cada ámbito de la vida del sujeto (Cía, 2013). La adicción a Internet, se encuentra dentro de las llamadas adicciones conductuales o psicológicas, la cual no está registrada en algún manual diagnóstico como tal (American Psychiatric Association [APA], 2003).

Según lo referido al análisis de las conductas asociadas a la utilización del internet, tienen un gran interés mayormente por el público joven, ya que tanto los adolescentes como los universitarios, están categorizados como los grupos con más susceptibilidad a experimentar la pérdida o dificultad de ejercer el autocontrol (Ledo-Varela et al.,2011). La conducta adictiva a los medios sociales, engloba un conjunto de características guiadas a conductas no adaptativas que demuestra la persona, es considerada como un sub tipo de adicción a internet, ya que comparten los mismos criterios, diferenciándose por el consumo de plataformas, como: Facebook, twitter,

entre otros (Błachnio, et al., 2015).

Conceptualizando esto, Watson (2015) señala que el ser una persona dependiente a redes sociales, está caracterizado por la preocupación de carácter excesivo que muestra el sujeto por hacer uso de las redes sociales, sintiendo una necesidad de dedicarle más tiempo a estas, ya que le generan alto grado de satisfacción, junto a ello se pueden mencionar los intentos en vanos por aminorar su uso, acompañado de sensaciones de irritabilidad cuando este intenta alejarse o desconectarse.

Kuss y Griffiths (2011), señalan que las personas que usan con más frecuencia las redes sociales, se pueden dividir en dos, en primera instancia se nombra a las personas extrovertidas que la utilizan para mejorar aún más sus relaciones sociales, y los individuos introvertidos, quienes la emplean a modo de compensación de sus relaciones sociales.

Los posibles indicadores de que una persona es adicta a navegar en los medios sociales, son los siguientes: aminoración de las horas de sueño, un promedio menor a cinco horas, actitud y comportamiento de carácter desentendido en los demás aspectos de su vida, el tener ameritado reclamos por los parientes o personas cercanas debido al excesivo uso de alguna red social, así también estos individuos tienden a sentirse irritables cuando no pueden acceder a los medios sociales, otro indicador viene a ser la pérdida de la noción del tiempo cuando está navegando en la red, y el deterioro en cuanto al rendimiento académico y / o laboral (Cía, 2013)

El excesivo empleo de las redes sociales, provoca un severo cambio en la conducta de las personas, teniendo una mayor repercusión en el público de niños, adolescentes y jóvenes, ya que ven como actividad vital el interactuar virtualmente, distanciándose de las “interacciones reales”, rechazando la convivencia familiar, además se suma a ello la pérdida de control que experimenta el individuo, relacionado a el empleo del tiempo que pasa navegando en redes sociales, provocando diversos problemas en cada aspecto de su vida (Terán, 2019).

Tanto Ramos et al. (2017); Sotero et al. (2019), concuerdan en que el abuso en el empleo de TikTok, provoca el bajo rendimiento académico o laboral de la persona, así como también propicia el desinterés por otras actividades prioritarias, el comportamiento del individuo comienza a mostrar cambios abruptos, formando un trastorno conductual, y también provoca la tendencia al aislamiento.

Por lo que concierne a los llamados agentes de riesgo vinculados a el desarrollo de estas conductas adictivas, se encuentra el entorno psicosocial, incluyendo dentro de este tanto el ámbito familiar, como círculo amical de la persona (Echeburúa y de Corral, 2010). Esto viene acompañado del llamado patrón de adicción, el cual se basa en la necesidad del individuo por disminuir su nivel de estrés, provocando cierto placer y convirtiéndose esto en una dependencia a estar conectado una mayor parte del tiempo, provocando un uso excesivo y descontrolado, propiciándose de tal forma la llamada adicción (Araujo, 2016).

Referido a las dimensiones de la conducta adictiva a las redes sociales se puede citar a Ecurra y Salas-Blas (2014), quienes proponen tres dimensiones, la primera de ellas es la obsesión por las redes sociales, la cual involucra el compromiso de la mente del individuo con las redes sociales, relacionado apensamiento constante y fantasías con estas, acompañado de preocupación por inconvenientes en cuanto al acceso a estas. La segunda dimensión propuesta es la falta de control personal en el uso de las redes sociales, esta se encuentra vinculada a la ansiedad por el escaso control o que el individuo se vea interrumpido en el empleo de las redes, dejando de lado los deberes, en cuanto a aspectos laborales o estudios. Por último, como tercera dimensión se tiene el uso excesivo de las redes sociales, la cual se refiere al tiempo excesivo que dedica a los medios sociales, perdiendo la noción de este, impidiendo que solo se mantenga por un tiempo predeterminado, es decir, se refiere a la pérdida de la capacidad para controlar el tiempo que dedica a las redes.

Por otro lado, relacionado a los enfoques teóricos que explican la adicción a redes sociales, se tiene al enfoque cognitivo, el cual explica que el descontrol y uso

desmedido a emplear estas plataformas se reconoce como cogniciones no adaptativas, las cuales son motivadas por agentes ambientales, en unión con los factores de riesgo (considerado dentro de estos la predisposición psicológica y experiencias a partir de relaciones interpersonales); relacionando ello con la teoría sociocognitiva, la cual apunta a resaltar que la persona va a crear expectativas de carácter positivo, en función a la autoeficacia de la utilización de redes sociales y una falta de regulación vinculada al control por esta acción (Jasso, et al., 2017).

Así también se tiene el enfoque guiado a habilidades sociales, el cual indica que la persona usa desmedidamente las redes sociales a causa de la tendencia y preferencia por relacionarse socialmente a través de plataformas virtuales, es decir, en línea, dejando atrás la interacción interpersonal de manera personal o presencial (Turel y Serenko, 2012).

En el mismo ámbito también se tiene al modelo cognitivo – conductual en cual postula que la adicción o el comportamiento adictivo básicamente forma parte de pensamientos desadaptativos que tiene el sujeto, lo cual es detonado por los factores de su entorno, tanto influencia social, como ya una predisposición psicológica del individuo (Davis, 2001)

De otro lado, se encuentra el Modelo de Adicción Biopsicosocial de Griffiths, el cual está basado en comparar a las personas adictas a sustancias químicas con individuos que presentan adicción a diferentes tecnologías, llegando a la conclusión que los síntomas son similares en los dos casos. Siendo así que los criterios clínicos son: Saliencia, lo cual se da cuando una actividad en específico pasa a convertirse en la actividad más importante para la persona, teniendo dominio sobre su forma de pensar, sentir y su comportamiento, otro criterio es el cambio de humor, lo cual explica que la persona cuando realiza esta actividad, siente euforia, sentimientos asociados al desestrés, alivio. Otro criterio es la tolerancia asociada al incremento de la actividad para sentir los efectos iguales al inicio, también se tiene el síndrome de abstinencia, conflictos interpersonales y, por último, la recaída, esta abarca la propensión a

regresar a los viejos patrones, después de haber pasado por un tiempo de abstinencia (Griffiths, 2005)

Del mismo modo en cuanto a enfoques teóricos, se puede citar a Echeburúa y De Corral (2010) quienes parten de la idea de Griffiths e indican que igualmente como existen primeros síntomas y signos asociados a la adicción a sustancias químicas, también existen en la adicción tecnológica, esto se puede constatar cuando la persona empieza a tener conductas distintas diariamente. Se indica que en cuanto a la adicción en el ámbito tecnológico estas conductas suelen apuntar al aislamiento, bajo rendimiento académico o laboral. Es allí donde comienzan a aparecer los primeros episodios de pérdida de control, la demanda desesperada por parte del individuo por el uso de las tecnologías, asociando ello a sentimientos de malestar cuando no tiene acceso a ella.

Actualmente, TikTok es el boom de los medios sociales, representa una de las aplicaciones chinas más exitosas del mundo; a pesar de su éxito en términos de número de usuarios, los estudios psicológicos que apuntan a comprender el uso de TikTok son escasos (Montag et al., 2021). Guiándose a la interrogante de por qué las personas consumen esta red social, se dice que debido a la permanencia o al uso que le den los individuos a TikTok, esta plataforma obtiene conocimientos profundos acerca de las características psicológicas de sus usuarios, mostrando contenido asociado a su gusto, debido al sistema de recomendaciones y algoritmo, cabe tener en cuenta que con toda esta información, las organizaciones dueñas de los medios sociales, pueden utilizarla con fines de microtargeting (Sindermann, et al., 2020). Es probable que este diseño de plataforma inmersiva también lleve a los usuarios con ciertas características al uso problemático de las redes sociales o al uso problemático de TikTok, mostrando así los individuos, un comportamiento adictivo (Marengo y Montag, 2020).

Guiado a lo que vendría a ser el tratamiento de la conducta adictiva a redes sociales, se sabe que, si bien el objetivo terapéutico empleado en adicciones químicas es la abstinencia de la sustancia, en este caso el procedimiento sería más complejo, hasta

sería considerado implanteable, excepcionando la adicción al juego online, ya que esta meta se focalizaría en mejorar el control de ciertas conductas asociadas a ello, sin embargo, se dificultaría ya que es inevitable el conectarse a las redes, ya sea por estudio o trabajo, hoy en día, se ha vuelto indispensable el empleo de las plataformas virtuales para socializar. De modo que, la meta terapéutica debe enfocarse en el reaprender a controlar su comportamiento, acorde a conductas “normales” y propias de la edad de la persona (Echeburúa, 2021).

En vista de lo mencionado, el método de intervención se puede estratificar en tres plazos, en primer lugar se tiene a corto plazo, el cual tiene como meta reestructurar el horario de la persona adicta, ejerciendo un control en cuanto a las horas que dedica a las redes y reemplazando el tiempo libre por actividades recreativas, impidiendo el uso del móvil o aparato electrónico, así también se impediría los lugares de riesgo, como por ejemplo quedarse a solas en la habitación motivaría a que el sujeto comience a navegar por internet (Echeburúa, 2021).

A medio plazo, según señala Echeburúa (2021), el tratamiento se centra en mantener el control de su comportamiento, y actuar en cuanto a la prevención de recaídas, identificando de tal manera, situaciones de riesgo y enseñando al individuo modos de respuestas idóneas para afrontar dichas situaciones. Cabe tener en cuenta que, mientras más tiempo tenga la persona controlada su conducta, la probabilidad de recaída disminuirá.

Por último, se tiene a largo plazo, el cual se basa en la solución de problemas determinados como ansiedad, problemas de pareja, depresión, entre otros, introduciendo nuevos hábitos a su estilo de vida, de tal manera que el individuo pueda enfrentar el día a día y obtener esa gratificación que sentía en el mundo virtual, de diferentes fuentes (Echeburúa, 2021).

Asimismo, se debe tener en cuenta que las terapias dadas a las personas con adicción a las redes sociales, deben estar enfocadas desde el aspecto cognitivo conductual con

el fin de propiciar el control del uso de las redes sociales, así también debe pasar por un proceso de exposición gradual y finalmente, contar con un programa de prevención de recaídas (Echeburúa y De Corral, 2010).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

La presente investigación es de tipo básica, ya que tiene el fin de proporcionar datos que puedan confirmar o refutar la inicial tesis de estudio, incrementando a la vez y dando un aporte al conocimiento científico por medio de trabajos de investigación teórica o de tipo experimental, los cuales van a pretender explicar los hechos observados (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica [CONCYTEC], 2018). En cuanto al diseño, fue instrumental, debido a que el propósito está guiado al análisis de un instrumento de medición psicológica (Ato et al., 2013).

3.2. Variables y Operacionalización

Definición Conceptual: Se señala que es un caso de adicción cuando la persona presenta los siguientes criterios clínicos: Saliencia, cambios repentinos de humor, sentimientos asociados al desestrés, alivio cuando realiza la actividad, la tolerancia asociada al incremento de la actividad, síndrome de abstinencia, conflictos interpersonales y, por último, la recaída (Griffiths, 2005).

Definición Operacional: Los puntajes que se obtienen a través de la escala de Adicción al Tiktok, están conformados por tres dimensiones, las cuales son: Obsesión por Tiktok, Falta de Control personal en el uso de TikTok y Uso excesivo de TikTok las cuales a su vez están formadas por 21 ítems. Relacionado a las respuestas, se empleó escala tipo Likert, donde siempre (4), casi siempre (3), a veces corresponde a 2, rara vez a 1, y nunca (0)

Indicadores: Cada dimensión posee sus indicadores, en cuanto a la primera dimensión denominada Obsesión por TikTok, se tiene como indicadores el compromiso mental hacia TikTok y la preocupación causada por la falta de acceso a esta red (ítems: 1,2,3,4,10,12,16,19,20), continuamente se tiene la dimensión segunda, llamada ausencia de control personal, cuyos indicadores son: Angustia por

la pérdida de acceso a TikTok o interrupción en su uso, descuido de diferentes aspectos de su vida personal (ítems: 8,9,11,17,21). Por último, se tiene la dimensión del uso excesivo, cuyo indicador está asociado al aspecto conductual del individuo, cambios bruscos y problemas de comportamiento a causa del uso desmesurado del TikTok (ítems: 5,6,7,13,14,15,18). Con respecto a la escala de medición, es ordinal.

3.3. Población, muestra, muestreo y Unidad de Análisis

Población

En cuanto a la población diana del presente trabajo de investigación, vendrían a ser los jóvenes universitarios de Nuevo Chimbote. Teniendo en cuenta como criterios de inclusión que los universitarios sean de ambos sexos y residan en el distrito de Nuevo Chimbote, así también que se encuentren cursando cualquier ciclo, por último, que hayan firmado o aceptado previamente, de manera voluntaria, el consentimiento informado. Por lo que concierne a los criterios de exclusión se descartarán del estudio, los universitarios que no residan en Nuevo Chimbote, así también quienes no hayan aceptado de forma voluntaria el consentimiento informado, y por último los universitarios que presenten habilidades diferentes.

Muestra

La muestra piloto corresponde a 76 estudiantes, la segunda muestra aplicada fue de 123 jóvenes universitarios y la tercera muestra fue de 305 universitarios, de quienes el 69% pertenecían al género femenino, mientras que el 31%, al género masculino. En cuanto al ciclo (I al XII), se tiene que el 23% formaba parte del IV ciclo, siendo el porcentaje más predominante, seguido del 14.5% pertenecientes al VI ciclo, siendo lo restante de los otros ciclos. Por lo que respecta a las edades, estas oscilaban entre 18 y 35 años, siendo la edad más común, 19 años con el 14%.

Muestreo

El tipo de muestreo utilizado fue no probabilístico por juicio, es decir que las elecciones

de los participantes fueron a criterio de la investigadora (Otzen y Manterola, 2017).

Unidad de Análisis

Se consideró a estudiantes universitarios de ambos sexos que se encuentren cursando cualquier ciclo y residan en Nuevo Chimbote.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó fue la encuesta, la cual permite obtener datos de relevancia de manera rápida y eficaz, la cual utiliza una serie de procedimientos ya estandarizados, mediante los cuales se van a recoger los datos de interés de una determinada muestra (Casas et al., 2003).

El tipo de encuesta que se aplicó fue el cuestionario, siendo en este caso la adaptación de la escala de Adicción a Redes Sociales de Ecurra y Salas-Blas, denominándose esta adaptación: "Escala de Adicción al TikTok". Cabe tener en cuenta que, en cuanto a las edades de aplicación, se encuentran de 16 a 42 años, así también la aplicación podría ser de manera individual o colectiva; respecto al tiempo de aplicación, es un promedio de 20 minutos. La Escala de Adicción a Redes Sociales, el cual está conformado por 24 ítems, los cuales están categorizados en 3 dimensiones, las cuales son: obsesión, falta de control en el uso y, por último, el uso excesivo. En cuanto al modelo de respuesta, se emplearon ítems politómicos, los cuales están establecidos en 5 alternativas. Los resultados estadísticos fueron muy bondadosos, la adecuación KMO obtuvo el valor de .95, lo cual corresponde a un nivel muy alto, del mismo modo el instrumento de esfericidad de Bartlett mostró idóneos resultados para el cuestionario $X^2(276) = 4313.8, p < .001$. En relación a la confiabilidad, se denotaron coeficientes alfa de Cronbach elevados, oscilando estos entre .88 en el factor 2, .91 en el factor 1 y .92 en el factor 3. El valor de consistencia interna fue de .85, considerándose alto (Ecurra y Salas-Blas, 2014).

Finalmente es relevante saber que este cuestionario adaptado tiene como objetivo evaluar la adicción a TikTok. Por otro lado, en cuanto a la aplicación y calificación, este cuestionario está conformado por 21 ítems, cuyas alternativas están en escala de Likert. Y se halla el puntaje total a través de la suma de las respuestas por cada ítem.

3.5. Procedimiento

En primera instancia se solicitó la autorización del empleo del cuestionario ARS, a los respectivos autores: Miguel Escurra y Edwin Salas-Blas. Mediante sus correos electrónicos. Después de ello se realizó la adaptación de cada uno de los ítems de la escala, posterior a esto, se pasó la aplicación de manera virtual, mediante google forms. Luego de los resultados de la primera muestra, se observó cierta inconsistencia en algunos de los ítems, motivo por el cual se modificó nuevamente y se volvió a aplicar a la segunda muestra, ya al obtener estos resultados, se realizó el juicio de expertos mediante 3 jueces, con dos de los cuales se realizó una reunión presencial / virtual, para una evaluación a fondo de cada uno de los ítems. Después de haber recibido sus sugerencias, se adaptó nuevamente la versión de la escala, para aplicar a la tercera muestra siendo esta la versión final de la Escala de Adicción al TikTok.

3.6. Método de Análisis de Datos

Se realizó un total de tres análisis, para los cuales se empleó Excel para la base de datos, luego se exportaron estos datos al programa SPSS Statistics, con la finalidad de los puntajes de validez, consistencia interna, estadísticos descriptivos, del mismo modo se empleó RStudio, para estimar también la validez y los índices de ajuste absolutotambién se empleó Jamovi para las cargas factoriales.

En cuanto al primer análisis (n=76) solo se utilizó el SPSS Statistics, para estimar el alfa de cronbach y los índices de homogeneidad.

En el segundo análisis se empleó el SPSS para el alfa de cronbach y también para

estimar la correlación ítem-test e ítem factor. Posterior a esto se utilizó el Jamovi para las cargas factoriales y el Rstudio para los índices de ajuste global.

Finalmente se realizó el tercer análisis, utilizando el SPSS se obtuvo el coeficiente alfa en cada dimensión, de igual manera se utilizó para los análisis descriptivos e índices homogeneidad. Para los índices de ajuste global se empleó RStudio y para las cargas factoriales, el jamovi.

3.7. Aspectos Éticos

El presente proyecto de investigación fue aprobado por el comité de ética. Así también, para la elaboración de esta investigación se tuvo en cuenta la integridad científica, la cual consiste en la realización de unas prácticas idóneas ajustadas a los códigos éticos establecidos y amparada en valores vinculados al trabajo científico, tales como honestidad intelectual, objetividad acompañada de la imparcialidad por parte del investigador, así también considerando aplicar siempre la verdad, justicia y siendo responsables tanto con la ejecución como con la difusión de los resultados del presente estudio, mostrando transparencia. Finalmente, protegiendo a los participantes de esta investigación, bajo anonimato, del mismo modo empleando un consentimiento informado, con la finalidad de que el sujeto se vea en libertad de aceptarlo o rechazarlo (CONCYTEC, 2018).

IV. RESULTADOS

Estudio 1

Para realizar la adaptación del Cuestionario de Adicción a Redes sociales a la adicción al TikTok, el primer paso fue reemplazar la palabra “redes sociales” por “TikTok” en cada reactivo, contextualizando el instrumento acorde a la variable. Se aplicó a 76 universitarios (primera muestra piloto). Los índices de homogeneidad ítem-factor, en la primera dimensión van desde .31 (ítem 13) a .80 (ítem 23), en la segunda dimensión, el menor valor encontrado fue en el ítem 12 (.32) y el mayor valor fue de .60 en el ítem 20, en la tercera dimensión los valores van desde .48 (ítem 18) hasta .74 en el ítem 9. En correlación ítem-test, el menor valor se observa en el ítem 12 con .23 y el mayor valor fue de .73 en el ítem 7 (véase la tabla 1).

Tabla 1

Índices de Homogeneidad y Consistencia interna (n=76)

Factor	Ítems	IHC		α
		Ítem-factor	Ítem-test	
Obsesión por el TikTok	ATK2	.57	.63	.90
	ATK3	.64	.63	
	ATK5	.68	.70	
	ATK6	.74	.66	
	ATK7	.78	.73	
	ATK13	.31	.27	
	ATK15	.72	.75	
	ATK19	.71	.70	
	ATK22	.79	.72	
ATK23	.80	.78		
Falta de control personal en el uso del TikTok	ATK4	.30	.55	.70
	ATK11	.40	.55	
	ATK12	.32	.23	
	ATK14	.46	.46	
	ATK20	.60	.78	
Uso excesivo del TikTok	ATK24	.58	.58	.87
	ATK1	.60	.62	
	ATK8	.55	.45	
	ATK9	.74	.69	

ATK10	.69	.65
ATK16	.70	.67
ATK17	.71	.69
ATK18	.48	.61
ATK21	.55	.70

Estudio 2

Se realizó la corrección de algunos ítems bajo la guía del asesor, modificando algunas palabras con el fin de disminuir la ambigüedad y se realizó la segunda aplicación a 123 universitarios, donde se observa en la correlación ítem-factor que los valores van desde .38 (ítem 13) hasta .77 (ítem 6) en la primera dimensión, en la segunda dimensión se encuentra que el menor valor es .42 en el ítem 12 y el mayor es .69 (reactivo 14), en la tercera dimensión se denotan valores desde .41 (ítem 21) hasta .80 (reactivo 17). En correlación ítem-test se encuentran valores desde .34 (ítem 13) hasta .76.

Concerniente a cargas factoriales, se observan bajos valores en los reactivos: 12 (.392), 13 (.413), 21 (.475) y 8 (.479), siendo el valor más alto .861 (reactivo 17).

Por último, se observa un alfa de cronbach de .88 en la primera dimensión, .79 en la segunda y .87 en la tercera (véase la tabla 2).

Tabla 2

Índices de Homogeneidad, cargas factoriales y consistencia interna (n=123)

Factor	Ítems	IHC		λ	α
		Ítem-factor	Ítem-test		
Obsesión por el TikTok	ATK2	.58	.68	.614	.88
	ATK3	.57	.56	.626	
	ATK5	.70	.66	.752	
	ATK6	.77	.64	.822	
	ATK7	.76	.67	.818	
	ATK13	.38	.34	.413	
	ATK15	.71	.69	.776	
	ATK19	.72	.73	.771	

	ATK22	.48	.48	.500	
	ATK23	.58	.60	.638	
Falta de control personal en el uso del TikTok	ATK4	.55	.64	.644	
	ATK11	.55	.64	.658	
	ATK12	.42	.39	.392	.79
	ATK14	.69	.71	.693	
	ATK20	.51	.69	.706	
	ATK24	.62	.67	.688	
	Uso excesivo del TikTok	ATK1	.62	.65	.655
ATK8		.46	.39	.479	
ATK9		.70	.66	.737	
ATK10		.71	.71	.777	.87
ATK16		.74	.73	.830	
ATK17		.80	.76	.861	
ATK18		.52	.64	.585	
ATK21		.41	.50	.475	

En cuanto a los índices de ajuste global, se observa un X^2/gl de 2.52, relacionado al RMSEA se obtuvo un valor de 0.111 encontrándose dentro de los parámetros (0.101-0.122) (IC 90%) (90%), se obtiene un 0.0904 de SRMR, así también se muestra un TLI de 0.763 y un CFI de 0.786 (véase la tabla 3).

Tabla 3

Índices de Ajuste Global (n=123)

Modelo	Ajuste Absoluto			Ajuste Comparativo	
	X^2/gl	RMSEA (IC 90%)	SRMR	TLI	CFI
MT1	2.52	0.111 (0.101 - 0.122)	0.0904	0.763	0.786

Nota: MT = Modelo Teórico 1; X^2/gl = Chi cuadrado sobre grados de libertad; RMSEA = error cuadrático medio de aproximación; SRMR=residuo cuadrático estandarizado; TLI = índice de Tucker-Lewis; CFI = índice de ajuste comparativo

Estudio 3

Se procedió a la revisión por jueces expertos, donde se analizó cada uno de los ítems, dando mayor prioridad a los ítems con bajas cargas factoriales e índices de homogeneidad, para lo cual se eliminó 3 ítems, trabajando con 21 reactivos y una muestra de 305 universitarios.

Se analizó los ítems de manera descriptiva donde se observa que casi en todos los reactivos, los porcentajes más elevados relacionados a la frecuencia de respuesta, son las opciones: Rara vez y a veces (reactivos: 1,2,5,6,7,9,13,14,20) y de igual manera “Nunca” (ítems:3,4,8,11,12,15,16,17,18,19,21); en cuanto a la media se evidencia que los valores van desde .71 (ítem 17) hasta 1.95 (ítem7), con una desviación estándar que va desde .86 (ítem 19) hasta 1.21 (ítem 10); con respecto a la asimetría se encuentran valores a partir de -.02 a 1.14 y en la curtosis (-.96 hasta .64) evidenciando normalidad univariada. Por último, en los índices de homogeneidad todos los valores son mayores a .5 (véase la tabla 4).

Tabla 4

Frecuencia de respuestas - Análisis Preliminar – Descriptivos e índices de Homogeneidad (n=305)

Factor	ítem	%					M	DE	g1	g2	IHC	
		N	RV	AV	CS	S					Ítem-factor	Ítem-test
F1	ATK1	18.4	32.8	35.4	10.8	2.6	1.47	1.00	0.27	-0.36	0.66	0.70
	ATK2	24.9	36.7	28.9	6.9	2.6	1.26	0.99	0.54	-0.05	0.55	0.54
	ATK3	52.1	27.5	15.4	3.9	1.0	0.74	0.93	1.14	0.7	0.73	0.70
	ATK4	47.2	31.1	15.7	4.6	1.3	0.82	0.95	1.07	0.64	0.75	0.74
	ATK10	30.8	29.2	17.7	18.4	3.9	1.35	1.21	0.47	-0.92	0.76	0.83
	ATK12	43.9	26.6	23.6	5.2	0.7	0.92	0.97	0.68	-0.48	0.8	0.80
	ATK16	47.2	26.6	20.7	5.6	0	0.85	0.94	0.72	-0.64	0.79	0.70
	ATK19	51.5	28.9	16.7	2.6	0.3	0.71	0.86	0.96	0.15	0.71	0.70
F2	ATK20	26.6	36.1	266	9.2	1.6	1.23	1.00	0.48	-0.38	0.74	0.74
	ATK8	32.5	27.5	26.9	11.5	1.6	1.22	1.07	0.43	-0.77	0.67	0.77
	ATK9	18.4	27.2	33.1	12.5	8.9	1.66	1.17	0.33	-0.60	0.52	0.51
	ATK11	28.9	28.5	27.5	11.8	3.3	1.32	1.11	0.44	-0.63	0.75	0.78

	ATK17	41.6	27.2	21.0	9.2	1.0	1.01	1.04	0.69	-0.54	0.63	0.73
	ATK21	33.8	24.3	25.9	12.1	3.9	1.28	1.17	0.50	-0.72	0.75	0.80
	ATK5	19.0	25.9	36.1	15.1	3.9	1.59	1.08	0.15	-0.63	0.7	0.70
	ATK6	13.4	23.6	31.8	23.9	7.2	1.88	1.14	-0.02	-0.79	0.66	0.63
	ATK7	13.1	23.3	31.1	20.7	11.8	1.95	1.2	0.06	-0.84	0.77	0.72
F3	ATK13	21.3	28.5	31.5	16.1	2.6	1.5	1.08	0.19	-0.78	0.76	0.77
	ATK14	17.0	25.6	29.8	21.6	5.9	1.74	1.15	0.08	-0.86	0.82	0.80
	ATK15	38.0	26.2	16.7	17.4	1.6	1.18	1.17	0.55	-0.96	0.72	0.77
	ATK18	34.4	30.5	25.2	8.2	1.6	1.12	1.03	0.57	-0.45	0.69	0.73

Nota: F1=Obsesión por TikTok; F2=Falta de control personal en el uso del TikTok; F3=Uso excesivo de TikTok; N=nunca; RV=rara vez; AV=a veces; CS=casi siempre; S=siempre; M=media; DE=desviación estándar; g1=asimetría; g2=curtosis.

Con relación a los índices de ajuste global, se observa un X^2/gl de 4.12; en cuanto al RMSEA (90%), se denota el valor de 0.084, se obtiene un SRMR de 0.057, un TLI de 0.994 y un CFI de 0.995, mostrando un valor idóneo (véase la tabla 5).

Tabla 5

Índices de Ajuste Global (n=305)

Modelo	Ajuste Absoluto			Ajuste Comparativo	
	X^2/gl	RMSEA (IC 90%)	SRMR	TLI	CFI
MT2	4.12	0.084 (0.077 - 0.092)	0.057	0.994	0.995

Nota: MT = Modelo Teórico 2; X^2/gl = Chi cuadrado sobre grados de libertad; RMSEA = error cuadrático medio de aproximación; SRMR=residuo cuadrático estandarizado; TLI = índice de Tucker-Lewis; CFI = índice de ajuste comparativo

Por lo que concierne a evidencias de validez, se observa que la primera dimensión correspondiente a obsesión por el TikTok se obtuvo un coeficiente alfa de .92, en la segunda dimensión: 0.85 y finalmente en la dimensión de uso obsesivo se observa un alfa de .91. En cuanto a las cargas factoriales, se tiene que, en la primera dimensión, el valor del coeficiente lambda más bajo fue el obtenido en el ítem 2, correspondiendo a un 0.613, y el más alto de esta dimensión es el ítem 10, con 0.885. Continuamente,

en la segunda dimensión, se denota que el menor valor obtenido fue del ítem 9, con 0.580 y el mayor, ítem 21 con 0.839. Por último, con respecto al coeficiente lambda de la tercera dimensión, el menor valor es del ítem 6 con 0.728 y con el mayor valor de 0.894, el ítem 14 (ver tabla 6).

Tabla 6

Cargas factoriales estandarizadas y consistencia interna (n=305)

Factor	Ítem	λ	α
Obsesión por TikTok	ATK1	0.756	0.92
	ATK2	0.613	
	ATK3	0.827	
	ATK4	0.848	
	ATK10	0.885	
	ATK12	0.876	
	ATK16	0.823	
	ATK19	0.846	
Falta de control personal en el uso de TikTok	ATK20	0.813	0.85
	ATK8	0.822	
	ATK9	0.580	
	ATK11	0.830	
	ATK17	0.813	
Uso excesivo de TikTok	ATK21	0.839	0.91
	ATK5	0.769	
	ATK6	0.728	
	ATK7	0.820	
	ATK13	0.867	
	ATK14	0.894	
	ATK15	0.875	
ATK18	0.828		

V. DISCUSIÓN

En estos últimos años se ha evidenciado la gran acogida de las personas hacia TikTok, y debido a su sistema de recomendaciones de esta red social, hace que el individuo se “enganche” más rápido, pasando horas consumiendo el contenido de este aplicativo, por lo cual en este estudio se tuvo como objetivo principal estimar las evidencias psicométricas de la adaptación del cuestionario de Adicción a Redes Sociales al TikTok en estudiantes universitarios, para esto, se modificaron algunas palabras de los ítems, con el fin de que cada uno de ellos esté acorde a la temática de TikTok, reemplazando la palabra “redes sociales” por “TikTok” y se procedió a aplicar la primera muestra (muestra piloto) de 76 universitarios, ya teniendo los resultados, al ver inconsistencias, se realizaron modificaciones nuevamente y se aplicó la segunda muestra de 123 universitarios. Luego de examinar los resultados se observaron valores inadecuados en ciertos reactivos, para lo cual se realizó el juicio de expertos, eliminando 3 ítems y realizando las últimas modificaciones al instrumento, para ser aplicado, cumpliendo el primer objetivo de estimación de validez de contenido. Siendo así que el cuestionario quedó conformado por 21 ítems, y se aplicó a un tamaño de muestra de 305 estudiantes universitarios (muestra final) del distrito de Nuevo Chimbote, siendo el 31% pertenecientes al género masculino y el 69% al género femenino, cuyas edades iban desde 18 a 35 años, siendo la edad más común 19 años (14%). La muestra empleada fue aceptable para un AFC, ya que es mayor a 250 individuos (Morata-Ramírez et al., 2015)

Como segundo objetivo se propuso estimar la validez basada en la estructura interna a través del análisis factorial confirmatorio (AFC), se empezó con un análisis descriptivo de los ítems, donde se observó que tanto la asimetría como la curtosis se encontraban dentro del rango ± 1.5 , lo cual indica normalidad univariada (Curran et al., 1996), en cuanto a las correlaciones ítem-test e ítem-factor se denotan valores $>.5$, siendo aceptables (Kline, 1986). En cuanto a las cargas factoriales, se tiene que todas son mayores a .55.

Así también, con relación a los índices de ajuste global, se observa un χ^2/gl de 4.12, comparando con los resultados del cuestionario ARS, donde se obtuvo como χ^2/gl un valor de 2.26 (Escrura y Salas-Blas, 2014); en cuanto al RMSEA (90%), se denota el valor de 0.084, encontrándose dentro de los parámetros (0.077 – 0.092). En cuanto SRMR, se obtiene un 0.057, en cuanto a esta medida, se indica como buen ajuste un valor inferior a 0.08 (Hu y Bentler, 1999), así también se muestra un TLI de 0.994, el cual se encuentra dentro de lo apropiado, ya que se recomienda que sea mayor a 0.90 (Xia & Yang, 2019) (Keih, 2019), y un CFI de 0.995, estando este, cerca de 0.95, el cual es un valor idóneo según refiere Rojas-Torres (2020).

Por lo que concierne al tercer objetivo, se planteó estimar la fiabilidad por medio del método de consistencia interna, en la primera dimensión correspondiente a obsesión por el TikTok se obtuvo un coeficiente alfa de .92, en la segunda dimensión: 0.85 y finalmente en la dimensión de uso obsesivo se observa un alfa de .91, siendo estos valores considerados como adecuados (De Vellis, 2012), contrastando con los resultados del cuestionario ARS, donde se obtienen como valores en cada una de las dimensiones: .88, .91 y .92, evidenciando en ambos casos una adecuada consistencia interna (Escrura y Salas-Blas, 2014).

En la presente investigación se encontraron algunas limitaciones, entre ellas: la cantidad muestral, debido a que no es tan elevada, provoca ciertos sesgos en los datos obtenidos en el estudio, ya que la muestra idónea mínima, según Arancibia (2017) es de 500 sujetos. Otra limitación también es el empleo de un muestreo no probabilístico por juicio, lo cual también coadyuva a que haya sesgos. Por otro lado, en el estudio solo se aborda como muestra universitarios, no existe otro grupo referencial de diferentes características (por ejemplo: adolescentes escolares) para realizar una comparación en cuanto a los resultados de la aplicación del instrumento. También entre otras limitaciones está la carencia de antecedentes locales.

Por último, el aporte que da el presente estudio son las primeras evidencias de las propiedades psicométricas del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales adaptado a la Adicción al TikTok, donde se observan resultados confiables, los cuales también servirán de referencia o antecedentes en posteriores estudios que pretendan estudiar la variable.

VI. CONCLUSIONES

Se realizó la adaptación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales de Ecurra y Salas-Blas a la adicción al TikTok, mediante el juicio de expertos, a través del cual se eliminó tres ítems (2,4 y 5) que poseían ambigüedad y el ítem 13 se optó por redactarlo en orden directo.

La adaptación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales de Ecurra y Salas-Blas a la adicción al TikTok mostró adecuadas evidencias de validez basada en la estructura interna, en cuanto al análisis descriptivo de los ítems se observó un rango de ± 1.5 en la curtosis y asimetría; y tanto las cargas factoriales como los índices de homogeneidad son mayores a .5; denotando también índices de ajuste aceptables.

La adaptación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales de Ecurra y Salas-Blas a la adicción al TikTok evidenció buenos valores de fiabilidad a través del método de consistencia interna, donde se obtuvo como coeficiente alfa de cronbach: .92, .85 y .91 correspondientemente en cada una de sus dimensiones.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda aplicar el instrumento adaptado “Cuestionario de Adicción al TikTok” en diferentes grupos de muestra, tanto universitarios de otras ciudades del Perú, como adolescentes escolares, con el fin de estimar sus propiedades psicométricas en diferentes contextos. Del mismo modo se invita a trabajar con una mayor muestra a la del presente estudio.

Se sugiere a los investigadores interesados en la variable, emplear el Cuestionario de Adicción a TikTok en una muestra de pacientes con antecedentes de adicción a sustancias químicas y en otra muestra de personas sin estos antecedentes, con el propósito de descubrir si existe alguna tendencia o si influye el antecedente de adicción a sustancias, para desarrollar la adicción a TikTok.

Al personal de salud abocado a adicciones, se les hace la invitación a emplear el Cuestionario de Adicción a TikTok, en adolescentes, jóvenes y adultos jóvenes (que sean estudiantes), como un tamizaje de alerta con el fin de coadyuvar a la identificación de este subtipo de adicción tecnológica.

Se sugiere aplicar el Instrumento Adaptado de Adicción Al TikTok, con una propuesta de unifactorialidad, con la finalidad de observar si tiene un mejor ajuste y mejor consistencia interna si se trabaja desde esa perspectiva.

Por último, se recomienda investigar la relación de este constructo con otros, ya sea mediante un análisis convergente (como: adicción a la tecnología, adicción a internet, adicción a videojuegos, entre otros) o un análisis divergente (como: habilidades sociales, satisfacción con la vida, desregulación emocional, entre otros).

REFERENCIAS

- American Psychiatric Association. (2003). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders IV*. (4ªed.). Barcelona: Masson
- Arancibia, E. (2017). Consideraciones sobre las propiedades psicométricas de los instrumentos de medición en las publicaciones científicas: Respuesta a Ventura-León. *Revista Médica de Chile*, 145(7), 819-820. <https://medes.com/publication/124694>
- Araujo, E. (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Rev. Digit. Invest. Docencia Univ.* 10(2), ISSN 2223-2516. <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.10.494>.
- Benites, G. (2018). *Propiedades Psicométricas De La Escala De Adicción A Redes Sociales En Universitarios De La Ciudad De Trujillo*. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_feaafdb3febca075989445_9b49f64bf3/Description#tabnav
- Casas, J., Repullo, J. y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Revista Atención Primaria*, 31 (8). Pp. 527-538. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la- encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Cía, A. (2013). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): Un primer paso hacia la inclusión de las Adicciones Conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Revista de Neuro-Psiquiatría*, 76(4), 210-217. <https://www.redalyc.org/pdf/3720/372036946004.pdf>
- CONCYTEC (2018). Código Nacional de Integridad Científica. <https://portal.concytec.gob.pe/images/publicaciones/Codigo-integridad-cientifica.pdf>

- Curran, P., West, S. y Finch, J. (1996). The Robustness of Test Statistics to Nonnormality and Specification Error in Confirmatory Factor Analysis. *Psychological Methods*. Vol. 1, No. 1, 16-29. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.1.1.16>
- Davis, R. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187-195.
- DeVellis, R. F. (2012). *Scale Development, Theory and Applications*. Los Angeles: SAGE
- Echeburúa, E. (2021). Presente y futuro de las adicciones a las redes sociales, a Internet y al juego online. <https://proyectohombre.es/articulos/enrique-echeburua-adiccion-redes-sociales-internet-juego-online/>
- Echeburúa, E. y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones: Revista de sociodrogalcohol*, ISSN 0214-4840, Vol. 22, Nº. 2, 2010, págs. 91- 96
- Escorra, M. y Salas-Blas, E. (2014). Construcción y Validación del cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, 20(1): 73-91. ISSN: 2233-7666.
- González, K., Corominas, R. y Silva, C. (2021). Valoración psicométrica del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) en adolescentes mexicanos. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*. 8(3), pp. 26-34. doi: 10.21134/rpcna.2021.08.3.3
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197.
- Hu, L. y Bentler, P. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure

Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55. <http://dx.doi.org/10.1080/10705519909540118>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). El 40,1% de los hogares del país tuvo acceso a Internet en el primer trimestre del 2020. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-401-de-los-hogares-del-pais-tuvo-acceso-a-internet-en-el-primer-trimestre-del-2020-12272/#:~:text=En%20el%20primer%20trimestre%20de,informe%20t%C3%A9cnico%20Estad%C3%ADsticas%20de%20las>

Jurado, J. (2022). TikTok es la app que más crece entre peruanos: el 49% lo tiene instalado en su celular. <https://gestion.pe/tecnologia/tiktok-es-la-app-que-mas-crece-entre-peruanos-el-49-lo-tiene-instalado-en-su-celular-tiktok-noticia/>

Jasso, J., López, F. y Díaz, R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. *Acta de Investigación Psicológica*, 7(3): 2832-2838, ISSN 2007-4719. <https://doi.org/10.1016/j.aiprr.2017.11.001>.

Keith, T. Z. (2019). *Multiple Regression and Beyond: An Introduction to Multiple Regression and Structural Equation Modeling*. Routledge.

Kemp, S. (2023). TikTok Statistics and Trends. <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>

Kepios (2023). Global Social Media Statistics. https://datareportal.com/social-media-users?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country

Kline, P. (1986). *A Handbook of Test construction: Introduction to psychometric design*. London: Methuen

Kuss, D. y Griffiths, M. (2011). Online Social Networking and Addiction. A Review of the Psychological Literature. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 8, 3528-3552

Ledo-Varela, M., Luis, D., González-Sagrado, M., Izaola, O., Conde, R. y Aller, R.

(2011). *Características nutricionales y estilo de vida en universitarios*. *Nutrición Hospitalaria*, 26, 814-818.

Madrid, R. (2000). La adicción a Internet. *Psicología Online*.
<https://www.psicologia-online.com/la-adiccion-a-internet-824.html>

Marengo, D. y Montag C. (2020). Digital phenotyping of big five personality via Facebook data mining: a meta-analysis. *Dig Psychol*. 1:52–64. doi: 10.24989/dp.v1i1.1823

Montag, C., Yang, H. y Elhai, J. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Sec. Digital Public Health Volume 9 - 2021* | <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>

Morata-Ramírez, Á., Holgado, f. P., Barbero-García, M. I., Mendez, G. (2015). Confirmatory factor analysis. Recommendations for unweighted least squares method related to Chi-Square and RMSEA. *Acción Psicológica*, 12(1), 79–90. <https://doi.org/10.5944/ap.12.1.14362>

Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int.J.Morphol*, 35(1), 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Peris, M., Maganto, C. y Garaigordobil, M. (2018). Escala de riesgo de adicción-adolescente a las redes sociales e internet: fiabilidad y validez (ERA-RSI) doi:10.21134/rpcna.2018.05.2.4

Ramos, C., Jadán, J., Paredes, L., Bolaños, M. y Gómez, A. (2017). Procrastinación, adicción al Internet y rendimiento académico de estudiantes universitarios ecuatorianos. *Estudios Pedagógicos XLIII*, 3, 275-289. <https://bit.ly/3yXI3Zi>

Rojas-Torres, L. (2020). Robustez de los índices de ajuste del análisis factorial confirmatorio a los valores extremos. <http://dx.doi.org/10.15517/rmta.v27i2.33677>

- Rosero, A., Eraso, S., Villalobos, F. y Herrera, H. (2021). Validación del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) en una muestra de adolescentes colombianos. *Informes Psicológicos*. 22(2), ISSN: 2422-327. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/informespsicologicos/article/view/7909/6942>
- Sindermann C., Elhai J. y Montag C. (2020). Predicting tendencies towards the disordered use of Facebook's social media platforms: On the role of personality, impulsivity, social anxiety. *Psychiatry Res.* 285:112793. doi: 10.1016/j.psychres.2020.112793
- Sotero, L., Ferreira da Vega, G. Carreira, D., Portugal, A. y Relvas, A. P. (2019). Facebook Addiction and Emerging Adults: The influence of sociodemographic variables, family communication, and differentiation of self. *Escritos de Psicología*, 12(2), 81-92
- Statista Research Department (2023). Número de descargas de la aplicación TikTok para Android en algunos países de América Latina en julio de 2020. <https://es.statista.com/estadisticas/1148122/tiktok-descargas-android-america-latina/>
- Terán, A. (2019). Ciberadicciones. Adicción a las nuevas tecnologías (NTIC). *AEPap* (ed.). *Congreso de Actualización Pediatría*. Madrid. (pp.131-141). https://www.aepap.org/sites/default/files/pags.131142_ciberadicciones.pdf
- Turel, O. y Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal Of Information Systems*, 21 (5): 512-528. ISSN: 0960085X. DOI: 10.1057/ejis.2012.1
- Van den, R., Lemmens, J. y Valkenburg, P. (2016). The Social Media Disorder Scale <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Watson, J. (2015). Internet addiction. In Robert L. Smith (Ed.), *Treatment strategies for substance and process addictions* (pp. 293-312).

Xia, Y., & Yang, Y. (2019). RMSEA, CFI, and TLI in structural equation modeling with ordered categorical data: The story they tell depends on the estimation methods. *Behavior Research Methods*, 51(1), 409–428. <https://doi.org/10.3758/s13428-018-1055-2>

ANEXOS

ANEXO 1: Aprobación del Comité de Ética



ANEXO N.º 4: Modelo de informe de revisión expedita/completa de proyectos de investigación

Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de Escuela Profesional de Psicología

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela de Psicología; deja constancia que el proyecto de investigación titulado "Adaptación del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) a la adicción al TikTok en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote", presentado por los autores: OLIVARI MORENO, DIANA CAROLINA ELIZABETH, ha pasado una revisión expedita por María del Pilar Mori Sánchez de acuerdo con la comunicación remitida el 7 de julio, por lo cual se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen:

()favorable ()observado ()desfavorable.

Lima, 10 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Luis Alberto Chunga Pajares	Presidente	43500086	
María del Pilar Mori Sánchez	Vocal 2	10621155	

ANEXO 2: Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA
Adaptación del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) a la adicción al TikTok en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote	¿Cómo son las evidencias psicométricas de la adaptación de la escala de adicción a las redes sociales al TikTok en jóvenes universitarios?	<p>objetivo general: estimar las evidencias psicométricas de la adaptación de la Escala de Adicción a Redes Sociales al TikTok.</p> <p>objetivos específicos:</p> <p>a) estimar la validez de contenido</p> <p>b) estimar la validez basada en la estructura interna</p> <p>c) estimar la fiabilidad por medio del método de consistencia interna.</p>	Adicción a TikTok	<p>Tipo y Diseño: Básica, Cuantitativa, No experimental</p> <p>Población: Estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote</p> <p>Muestra: La muestra primera fue de 76 personas, la segunda fue de 123 y la muestra final fue de 305 universitarios</p> <p>Muestreo: El tipo de muestro utilizado fue no probabilístico por juicio, (Otzen y Manterola, 2017).</p>

ANEXO 3: Operacionalización de la Variable (Basada en la operacionalización de la ARS de Ecurra y Salas-Blas)

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Adicción a Redes Sociales (TikTok)	Se señala que es un caso de adicción cuando la persona presenta los siguientes criterios clínicos: Saliencia, cambios repentinos de humor, sentimientos asociados al desestrés, alivio cuando realiza la actividad, la tolerancia asociada al incremento de la actividad, síndrome de abstinencia, conflictos interpersonales y, por último, la recaída (Griffiths, 2005).	El instrumento está conformado por 24 ítems, de orden directo, a excepción del ítem 13, el cual es indirecto. La escala de Medición es Likert. Siempre= 4 Casi siempre= 3 A veces= 2 Rara vez= 1 Nunca= 0	Obsesión hacia las redes sociales (Obsesión hacia TikTok)	Relacionado al compromiso mental con TikTok, y la preocupación causada por la falta de acceso a TikTok	2,3,5, 6,7,13,15, 19,22,23	Ordinal
			Falta de control personal en el uso de las redes sociales (Falta de control personal en el uso de TikTok)	Relacionado a la preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de TikTok	4,11,12,14 20,24	
			Uso excesivo de Redes Sociales (Uso excesivo de TikTok)	Se refiere a las dificultades para controlar el uso de TikTok	1,8,9,10,16 17, 18,21	

Anexo 4: Instrumento Empleado para Adaptación

VERSIÓN FINAL DEL ARS CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES

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

Universidad en la que estudia:

Carrera o Facultad: Ciclo/ Nivel:

¿Utiliza redes sociales?:..... si respondió SÍ, indique cuál o cuáles:

.....

Si respondió NO, entregue el formato al encuestador

¿Dónde se conecta a las redes sociales? (puede marcar más de una respuesta)

En mi casa	()	En mi trabajo	()
En las cabinas de internet	()	En las computadoras de la universidad	()
A través del celular	()		

¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?

Todo el tiempo me encuentro conectado	()	Una o dos veces por día	()
Entre siete a 12 veces al día	()	Dos o tres veces por semana	()
Entre tres a Seis veces por día	()	Una vez por semana	()

De todas las personas que conoce a través de la red, ¿cuántos conoce personalmente?

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

¿Sus cuentas en la red contienen sus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección, etc.)?

SI () NO ()

¿Qué es lo que más le gusta de 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 existe 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 5: Consentimiento Informado

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: "Adaptación del Cuestionario de Adicción a TikTok (ARS) en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote"

Investigador (a) (es): Diana Carolina Elizabeth Olivari Moreno

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Adaptación del Cuestionario de Adicción a TikTok (ARS) en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote", cuyo objetivo es estimar las evidencias psicométricas de la Escala de Adicción a Redes Sociales.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Psicología, de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Universidad Tecnológica del Perú.



Esta investigación pretende estimar las evidencias psicométricas de la escala ARS, con el fin de realizar una adaptación a la plataforma TikTok, ya que, como se sabe, es una red social relativamente nueva, y existen muchos consumidores de esta plataforma. Es así que, esta investigación proporcionará un instrumento adaptado para identificar a personas que tienen comportamientos adictivos relacionado a TikTok.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Adaptación del Cuestionario de Adicción a TikTok (ARS) en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote"
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos como máximo y se realizará en el ambiente del campus de la UTP. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) Diana Carolina Elizabeth Olivari Moreno. email: dianaolivari71@gmail.com y Docente asesor Gutember Peralta Eugenio. email: gperaltae@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.



ANEXO 6: Carta de Permiso dirigida al director de la Institución



Chimbote, 13 de junio del 2023

CARTA N°151- 23/D.Ps-UCV-CH

Jhony Almendras Sernaqué
Director
Universidad Tecnológica del Perú

Presente. -

De mi especial consideración:

Es grato poder expresarle nuestros saludos a nombre de la Universidad César Vallejo de Chimbote y desearle todo tipo de éxitos en su gestión al frente de su representada.

La Escuela de Psicología ha previsto en su Plan de Estudios que en el X ciclo se desarrolle la experiencia curricular denominada **Proyecto de Investigación** que estará bajo la responsabilidad **Mg. Peralta Eugenio Gutember Viligran** (cuyo proceso involucra la aplicación del siguiente Instrumento denominado: **Escala de Adicción a Redes Sociales.**) que está dirigido a los **estudiantes** de Institución que usted dirige.

Por esta razón, es nuestro interés solicitarle se brinde la facilidad a nuestro estudiante para que puedan lograr el desarrollo de la aplicación de la misma, con fines investigativos sobre el trabajo de investigación denominado: **"Adaptación del Cuestionario de Adicción a TikTok (ARS) en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote"**

Cabe destacar que la información será resguardada bajo confidencialidad y ética profesional.

Sin otro particular por el momento, le reitero las muestras de mi especial consideración.

Dra. Iveth Mariela Flores Flores
Coordinadora de la Escuela de Psicología
Campus Chimbote

Se adjunta data de la estudiante:

Diana Carolina Elizabeth Olivari Moreno

CAMPUS CHIMBOTE
Mz. H LT. 1 Urb. Buenos Aires
Av. Central Nuevo Chimbote
Tel.: (043) 483 030 Anx.: 4000

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
ucv.edu.pe

ANEXO 7: Evidencia de envío de documento a director de la institución

Permiso de aplicación ARS a universitarios

Agregar una etiqueta



Diana Olivari

para jhony_almendras



Tenga usted buenos días, Director Jhony Almendras Sernaqué, le escribe Diana Olivari Moreno, estudiante del X ciclo de la carrera de Psicología de la Universidad César Vallejo, le redacto el presente correo con el fin de tener su permiso para aplicar la Escala de Adicción a Redes Sociales en la universidad que usted dirige (Universidad Tecnológica del Perú), por fines académicos. A continuación le adjunto un archivo que detalla más al respecto.



DOC-20230612-WA0037.



ANEXO 8: Evidencia de envío de correo para autorización de empleo de cuestionario

PERMISO PARA EMPLEO DE ESCALA DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES



Agregar una etiqueta



Diana Olivari

para e.salasb@hotmail.com, esalasb@us... v



Buenas tardes tenga usted, Dr. Edwin Salas, le escribe Diana Olivari Moreno, me es grato dirigirme a usted. Le redacto el presente correo con el fin de solicitar su permiso / autorización para el empleo de su instrumento "ESCALA DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)", en mi investigación científica: "Adaptación del Cuestionario de Adicción a TikTok (ARS) en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote", que se basa en la adaptación de su instrumento a la plataforma TikTok.

De antemano agradezco su tiempo y atención.

Éxitos y felicidad.

Atte. Diana Olivari Moreno

PERMISO PARA EMPLEO DE ESCALA DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES



Agregar una etiqueta



Diana Olivari

para lescorra@ulima.edu.pe v



Buenas tardes tenga usted, Mgtr. Luis Miguel, le escribe Diana Olivari Moreno, me es grato dirigirme a usted. Le redacto el presente correo con el fin de solicitar su permiso / autorización para el empleo de su instrumento "ESCALA DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)", en mi investigación científica: "Adaptación del Cuestionario de Adicción a TikTok (ARS) en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote", que se basa en la adaptación de su instrumento a la plataforma TikTok.

De antemano agradezco su tiempo y atención.

Éxitos y felicidad.

Atte. Diana Olivari Moreno



Edwin Salas Ayer



Estimados jóvenes

Me disculpan por lo tardía respuesta a muchos de Uds., pero el factor tiempo es algo difícil de manejar, tienen la autorización que requieren para usar el ARS en sus estudios y espero que les vaya excelente. Les envío un documento con información de la prueba y espero les sirva. Cordialmente

Edwin Salas-Blas

Investigador de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Investigador CONCYTEC: [Perfil](#)

Researchgate: https://www.researchgate.net/profile/Edwin_Salas2

ORCID: orcid.org/0000-0002-0625-0313

SCOPUS-ID: 57191970571: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57191970571>

Scholar Google: <https://scholar.google.es/citations?user=RopGRugAAAAJ&hl=es>

Autores-Redalyc: <http://www.redalyc.org/BusquedaAutorPorNombre.oa?q=%22+Edwin++Salas-Blas%22>

<https://www.redalyc.org/BusquedaAutorPorNombre.oa?q=%22+Edwin++Salas-Blas%22>

Linkedin: <https://pe.linkedin.com/in/edwin-salas-blas-1bb63755>

ANEXO 9: LINK DE EVIDENCIA QUE EL CUESTIONARIO ES DE ACCESO LIBRE

<http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf> (artículo)

[https://doaj.org/search/articles?ref=homepage-box&source=%7B%22query%22%3A%7B%22query_string%22%3A%7B%22query%22%3A%22CONSTRUCCI%C3%93N%20Y%20VALIDACI%C3%93N%20DEL%20CUESTIONARIO%20DE%20ADICCI%C3%93N%20A%20REDES%20SOCIALES%20%5C%5C\(ARS%5C%5C\)%22%2C%22default_operator%22%3A%22AND%22%7D%7D%2C%22track_total_hits%22%3Atrue%7D](https://doaj.org/search/articles?ref=homepage-box&source=%7B%22query%22%3A%7B%22query_string%22%3A%7B%22query%22%3A%22CONSTRUCCI%C3%93N%20Y%20VALIDACI%C3%93N%20DEL%20CUESTIONARIO%20DE%20ADICCI%C3%93N%20A%20REDES%20SOCIALES%20%5C%5C(ARS%5C%5C)%22%2C%22default_operator%22%3A%22AND%22%7D%7D%2C%22track_total_hits%22%3Atrue%7D) (link DOAJ)

Evidencia Fotográfica

The screenshot shows the DOAJ (Open Global Trusted) website interface. At the top, there is a navigation bar with the DOAJ logo and the text 'OPEN GLOBAL TRUSTED'. To the right of the logo are links for 'SUPPORT', 'APPLY', and 'SEARCH'. Below the navigation bar is a search bar with the text 'Articles' and a search icon. The search results show one indexed article titled 'CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)'. The article is listed as 'LIBERABIT (JUN 2014)' and is published by 'Universidad de San Martín de Porres'. The author is 'Miguel Escurra Mayaute, Edwin Salas Blas'. The article keywords are listed as 'ARS', 'SNA', and 'Questionnaire'. The search results are sorted by 'Added to DOAJ (newest first)' and there are 10 results per page. The page is currently on 'Page 1 of 1'.

ANEXO 10: Ficha técnica ARS

Nombre de Escala: Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales

Autores: Miguel Ecurra Mayaute y Edwin Salas-Blas

Año: 2014

Procedencia: Perú

Numero de Ítems: 24

Administración: Individual o Grupal

Tiempo de Aplicación: 15 – 20 minutos

Población a aplicar: Desde los 13 años

Dimensiones: Obsesión por las redes sociales Falta de control personal y Uso excesivo de las redes sociales

ANEXO 11: Cuestionario Adaptado a la Adicción al Tiktok

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de TikTok, 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 que cada vez necesito de más tiempo para ver videos en TikTok.					
2.	No me encuentro satisfecho con el tiempo que permanezco conectado(a) a TikTok.					
3.	Me pongo de mal humor si no puedo conectarme a TikTok debido a diferentes circunstancias.					
4.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a TikTok.					
5.	Me relaja y me produce alivio el estar conectado ininterrumpidamente al TikTok.					
6.	Cuando me pongo a ver TikToks pierdo el sentido del tiempo.					
7.	Generalmente permanezco más tiempo en TikTok, del que inicialmente había destinado.					
8.	Frecuentemente pienso en el nuevo contenido que puede estar pasando en TikTok.					
9.	Considero que necesito controlar el tiempo que paso en TikTok.					
10.	Se me dificulta permanecer desconectado(a) de TikTok durante varios días.					
11.	A pesar de mis intentos, no consigo limitar mi uso prolongado e intenso de TikTok.					
12.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo nuevo que puede estar sucediendo en TikTok.					
13.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de TikTok					
14.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a TikTok					
15.	Estoy atento(a) a las notificaciones que me envían desde TikTok a mi teléfono celular.					
16.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a TikTok.					
17.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a TikTok					
18.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a TikTok.					
19.	Mi pareja, o amigos o familiares; me han llamado la atención por el tiempo que dedico a ver TikToks					
20.	Cuando no me conecto a TikTok, me siento aburrido.					

21.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso TikTok.					
-----	--	--	--	--	--	--

ANEXO 12: Tabla De Dimensiones

	Nº. De ítems	Ítems	Puntajes
Factor 1, Obsesión por TikTok	9	1, 2, 3, 4, 10, 12, 16, 19, 20	0 – 36
Factor 2, Falta de control personal en el uso de TikTok	5	8, 9, 11, 17, 21	0 – 20
Factor 3, Uso excesivo de TikTok.	7	5, 6, 7, 13, 14, 15, 18	0 – 28
Total	21		0 - 84

ANEXO 13: Operacionalización Cuestionario de Adicción al TikTok

DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>El instrumento está conformado por 21 ítems, de orden directo.</p> <p>La escala de Medición es Likert.</p> <p>Siempre= 4 Casi siempre= 3 A veces= 2 Rara vez= 1 Nunca= 0</p>	<p>Obsesión hacia TikTok</p> <p>Falta de control personal en el uso de TikTok</p> <p>Uso excesivo de TikTok</p>	<p>Relacionado al compromiso mental con el consumo de TikTok, y la preocupación causada por la falta de acceso a esta red social.</p> <p>Relacionado a la preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de TikTok</p> <p>Se refiere a las dificultades para controlar el uso de TikTok</p>	<p>1, 2, 3, 4, 10, 12, 16, 19, 20</p> <p>8, 9, 11, 17, 21</p> <p>5, 6, 7, 13, 14, 15, 18</p>	<p>Ordinal</p>

ANEXO 14: Aplicación de cuestionario- Google Forms

Sección 1 de 3

Adaptación de la Escala de Adicción a las Redes Sociales (ARS) a la Adicción al TikTok en estudiantes universitarios de Nuevo Chimbote

CONSENTIMIENTO INFORMADO

¡Hola! Te saluda una investigadora en el campo de la Psicología. Te comento que, estoy desarrollando un estudio que pretende analizar la evidencia psicométrica de un instrumento que mide la frecuencia de uso del TikTok.

Por consiguiente se te solicita amablemente que llenes un cuestionario, lo cual te tomará entre 5 a 10 minutos de tu valioso tiempo. Hacer de tu conocimiento que, se garantiza tu anonimato, ya que tendrá total confidencialidad, puesto que los datos brindados se utilizarán solo para fines académicos - científicos.

Si tienes dudas sobre tu participación en este estudio, puedes contactarme al siguiente correo: dianaolivari71@gmail.com

Desde ya, agradezco tu gentil participación.

Considerar que todo participante debe:

- Ser universitario.
- Residir en Perú
- Utilizar TikTok.

Acepto de manera voluntaria participar en este estudio, teniendo en cuenta lo leído anteriormente.

Sí

No

ESCALA DE ADICCIÓN AL TIKTOK



A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de TikTok, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existen respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque la alternativa que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

1. Siento que cada vez necesito de más tiempo para ver videos en TikTok. *

- Nunca
- Rara vez
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre

2. No me encuentro satisfecho con el tiempo que permanezco conectado(a) a TikTok. *

- Nunca
- Rara vez
- Algunas veces
- Casi siempre
- Siempre