



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## **FACULTAD DE HUMANIDADES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE PSICOLOGIA**

**“Diseño de una escala de necesidad de uso de redes sociales en  
estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

**AUTOR:**

PEREDA PICHILINGUE, Miguel Angel

**ASESOR:**

Mg. ROSARIO QUIROZ, Fernando Joel

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

PSICOMETRÍA

**LIMA – PERÚ**

**2017**

**PAGINA DE JURADO**

Mg. César Raúl Manrique Tapia  
**PRESIDENTE**

Mg. Juan Walter Pomahuacre Carhuayal  
**SECRETARIO**

Mg. José Luis Pereyra Quiñones  
**VOCAL**

*El presente trabajo va dedicado a mis padres y a mi hermano, por el apoyo y motivación que me brindaron cuando emprendía un nuevo objetivo. Por inculcarme valores y enseñanzas llenos de amor y unión, influyéndome a luchar con los percances y siempre seguir adelante.*

*En primer lugar estoy agradecido con Dios por bendecirme con salud, inteligencia y con personas que me han acompañado a lo largo de esta formación profesional. Estoy agradecido con mi asesor Fernando Rosario por todos los conocimientos brindados. Por último y no menos importante estoy completamente agradecido con mi madre, por darme su apoyo, fuerza y confianza a lo largo de mi formación profesional, por ser mi principal y más grande motivo para esforzarme a lograr mis objetivos, por haber puesto toda su confianza y creer en mí. Agradezco todo su cariño, amor, ayuda, enseñanza, su perseverancia y sus fuerzas que me demostró a lo largo de mi vida.*

## **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Miguel Angel Pereda Pichilingue, con DNI: 72483133, estudiante de la Escuela de Psicología de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada “Diseño de una escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima”, declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de Julio del 2017

---

Miguel Angel Pereda Pichilingue

DNI 72483133

## **Presentación**

Señores miembros del jurado calificador:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Títulos para la elaboración y la sustentación de la Tesis de la Escuela Académica Profesional de Psicología de la Universidad “César Vallejo”, para optar el título Profesional de Licenciado en Psicología, presento la tesis titulada: “Diseño de una escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima”. La investigación tiene la finalidad de crear un instrumento que mida dicha variable.

El documento consta de ocho capítulos: el primer capítulo denominado introducción, en la cual se describen los antecedentes, el marco teórico de las variables, la justificación, la realidad problemática, la formulación de problemas y la determinación de los objetivos. El segundo capítulo denominado método, el cual comprende la Operacionalización de las variables, la metodología, tipos de estudio, diseño de investigación, la población, muestra y muestreo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis de datos. En el tercer capítulo se encuentran los resultados, el cuarto capítulo la discusión, en el quinto capítulo las conclusiones, en el sexto capítulo las recomendaciones, en el séptimo capítulo la propuesta, en el octavo capítulo las referencias bibliográficas y por último los anexos.

Espero señores miembros del jurado que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la Universidad y merezca su aprobación.

Miguel Angel Pereda Pichilingue

# ÍNDICE

PAGINA DE JURADO .....	I
Declaratoria de autenticidad.....	IV
Presentación .....	V
Índice de Tablas .....	VIII
RESUMEN .....	IX
ABSTRACT .....	X
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Realidad Problemática.....	1
1.2. Trabajos Previos.....	7
1.3. Teorías relacionadas al Tema.....	14
1.3.1. Necesidades.....	14
La jerarquía de las necesidades básicas.....	18
Adicciones no convencionales.....	24
Adicción a las redes sociales.....	26
Criterios para la adicción no convencional.....	27
Dimensiones.....	28
Relación de la teoría de Maslow con las redes sociales.....	29
1.3.2. Redes sociales.....	31
Tipos de Redes Sociales.....	33
1.3.3 Psicometría.....	35
1.3.3.2. Modelos de medida psicométrica.....	36
1.3.3.3. Características del Instrumento.....	38
Análisis factorial Exploratorio.....	45
El proceso de construcción de una prueba.....	49
1.4. Formulación del problema.....	54
1.5. Justificación del estudio.....	54
1.6. Objetivos.....	57
<b>II. METODO .....</b>	<b>58</b>
2.2. Variables, Operacionalización.....	59
2.2.1. Operacionalización de variables.....	59
Variable: Necesidad del uso de las redes sociales.....	59
2.3. Población y Muestra.....	60

Población.....	60
Muestra.....	60
Muestreo.....	61
2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...	62
2.5. Métodos de análisis de datos.....	63
2.6. Aspectos éticos.....	64
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>65</b>
3.1. Determinación de validez de contenido.....	65
3.2. Validez de constructo.....	67
3.3. Correlación Ítem – Dimensión.....	69
3.4. KMO y prueba de Bartlett.....	72
3.5. Varianza total explicada.....	73
3.6. Análisis factorial exploratorio.....	74
3.7. Confiabilidad por consistencia interna.....	77
3.8. Confiabilidad por separación de mitades.....	78
3.9. Establecimiento de la versión final.....	78
3.10. Categorías normativas.....	81
3.11. Interpretación de resultados según baremos.....	85
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>89</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>95</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>97</b>
<b>VII. REFERENCIAS.....</b>	<b>98</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>109</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1:	Prueba Binomial	65
Tabla 2:	Correcciones Gramaticales	66
Tabla 3:	Correlación Ítem - Test	67
Tabla 4:	Correlación Ítem – Dimensión (D1)	69
Tabla 5:	Correlación Ítem – Dimensión (D2)	70
Tabla 6:	Correlación Ítem – Dimensión (D3)	71
Tabla 7:	Correlación Ítem – Dimensión (D4)	71
Tabla 8:	KMO y Prueba de Barlett	72
Tabla 9:	Varianza Total Explicada	73
Tabla 10:	Matriz de Componentes rotados	74
Tabla 11:	Tabla de Factores	76
Tabla 12:	Alfa de Cronbach General	77
Tabla 13:	Alfa de Cronbach Unidimensional	77
Tabla 14:	Confiabilidad por Separación de Mitades	78
Tabla 15:	Estadística – Percentiles	81
Tabla 16:	Rango de Valores	84

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como propósito la creación y validación de una escala que mida la Necesidad de Uso a las Redes Sociales en estudiantes de 3° a 5° de secundaria del distrito del Cercado de Lima. Se muestra estuvo constituida por 1000 estudiantes de ambos sexos y sus edades oscilaban entre los 14 ha 17 años. La prueba inicialmente paso por 2 pruebas pilotos, la primera estuvo conformada por 50 estudiantes, y la segunda estuvo conformada por 145 estudiantes que presentaban las mismas características de la muestra final. El tipo de investigación es descriptiva, diseño no experimental. Los resultados que es obtuvieron en esta investigación muestra que la escala diseñada es válida y confiable. Además el muestreo es no probabilístico por conveniencia y se hizo uso de los criterios de inclusión y exclusión para medir la prueba. La prueba utilizada es la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (Nurs – MP) el cual fue creado en esta investigación. El objetivo principal fue la creación de este instrumento además de la validación. Para la validación de contenido la prueba paso por la calificación de 20 jueces expertos sobre el tema con grado de Maestría y Doctorado, el cual posteriormente la calificación fue pasada por V de Aiken y Prueba Binomial. En los resultados del cuadro de Kaiser Meyer Olkin (KMO) se obtuvo una puntuación de .887 el cual nos dice que la variable está tan correlacionada que pueden reducirse. Además para la confiabilidad por consistencia interna se usó el Alfa de Cronbach el cual nos arrojó una significancia de .853 lo cual nos dice que la prueba es confiable, por otro lado se obtuvo la confiabilidad por separación de mitades el cual se hizo uso de la significancia de Spearman – Brown el cual fue de .725 lo cual también nos muestra que está bien. Por último se realizaron los baremos de la prueba y posteriormente se realizaron las interpretaciones respectivas a los niveles de la variable y cada dimensión.

Palabras claves: Necesidad, redes sociales, estudiantes

## ABSTRACT

This research aimed at the creation and validation of a scale that measures the Need for Use to Social Networks in students from 3rd to 5th high school in the Cercado district of Lima. It was constituted by 1000 students of both sexes and their ages oscillated between the 14 to 17 years. The test initially passed through two pilot tests, the first was composed of 50 students, and the second was made up of 145 students who had the same characteristics of the final sample. The type of research is descriptive, non-experimental design. The results that are obtained in this research show that the scale designed is valid and reliable. In addition, sampling is non-probabilistic for convenience and use was made of inclusion and exclusion criteria to measure the test. The test used is the scale of Necessity of Use of Social Networks (Nurs - MP) which was created in this research. The main objective was the creation of this instrument in addition to validation. For the validation of content, the test passed by the qualification of 20 expert judges on the subject with a Master's and Doctor. degree, which later the qualification was passed by V of Aiken and Binomial Test. In the results of the Kaiser Meyer Olkin (KMO table we obtained a score of .887 which tells us that the variable is so correlated that it can be reduced. In addition, for internal consistency reliability, Cronbach's alpha was used, which gave us a significance of .853, which tells us that the test is reliable. On the other hand, reliability was obtained by separating halves which used the Significance of Spearman - Brown which was .725 which also shows us that it is okay. Finally, the test scores were performed and the respective interpretations were then performed at the levels of the variable and each dimension.

Keywords: Need, Social Networks, Students

# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Realidad Problemática**

Las redes sociales hoy en día forman un lugar importante en la vida de las personas, cada vez existe una mayor tecnología como por ejemplo los celulares modernos para estar más comunicados con las personas, es por esto que las redes sociales cada vez muestran una mayor actualización de sus páginas o aplicaciones, con un mayor número de opciones que facilitan la interacción de esta manera para estar más atentos a lo que pasa dentro de su perfil virtual. Es necesario tener en cuenta la necesidad del adolescente hacia el uso de las redes sociales, la necesidad puede desencadenar dependencia ante el navegador, ya que esta será su herramienta para satisfacer su necesidad, cabe resaltar que los que hacen mayor uso de las redes sociales son los jóvenes y son los más vulnerables a asumir las consecuencias que deja el internet.

El mundo virtual nos facilita la interacción y el poder establecer nuevos vínculos amicales, satisfaciendo la necesidad de conocer nuevas personas y sentirnos aceptados por los demás, sin embargo si no se ha satisfecho la necesidad social se podrían encontrar personas con diferentes problemas, como por ejemplo la idea irracional de no sentirse aceptados, baja autoestima, tener unas demasiadas ganas de pertenecer a un grupo donde pueda interactuar con pares de su misma edad.

En la realidad problemática se puede precisar las necesidades que tienen los jóvenes para el uso de redes sociales sin distinción de edad, cultura, clase social, etc. Las redes sociales llevan consigo la búsqueda de nuevas relaciones, amistades, aceptación de grupos por parte de otras personas y noticias que persuaden al adolescente, además influye mucho en el adolescente ya que está en búsqueda de nuevas experiencias propiamente de

su edad, de esta manera buscando la necesidad de sentirse aceptado para el bienestar de su desarrollo.

Cuyún (2013), refiere que algunos jóvenes al estar dentro de las redes sociales cambian su personalidad intentando ser otros, es por esto que se desencadenan diferentes problemas, además los adolescentes con necesidad de aceptación, la baja autoestima y necesidad de relaciones nuevas los hacen más vulnerables al uso de las redes sociales; también podemos considerar que las personas no suelen tener su personalidad verdadera dentro de las redes sociales, mayormente ellos adoptan un tipo de personalidad o características diferentes para así poder conseguir nuevas relaciones sociales, como por ejemplo el adolescente que tiene problemas para socializar por tener una autoestima baja, se le hará más fácil socializar por medio de una red social, adoptando la personalidad de un joven sociable, quitando sus temores y nervios de no tener a la persona cara a cara y hasta podría editar sus fotos de presentación del perfil virtual para conseguir las nuevas relaciones.

Los adolescentes usan la red social como un medio para establecer nuevos vínculos amicales pero en algunos casos muestran una diferente personalidad a la que verdaderamente es, esto mayormente ocurre en jóvenes con autoestima baja o necesidades de afecto, además buscan ser aceptados socialmente buscando por diferentes medios de cómo llamar la atención siendo así una de ellas por medio de las fotografías, llevándolo al adolescente que en algunas situaciones exhiba gran parte de su cuerpo por medio de la red social. La red social siempre será una ayuda muy eficaz para muchas situaciones pero se debe tener mucho cuidado con el manejo y quién es verdaderamente la persona con la que se mantiene una conversación.

Cuyún (2013) manifiesta también que las redes sociales es una herramienta eficaz en diversas actividades para las personas, su uso facilita muchas actividades que tenemos, como por ejemplo trabajos laborales o estudios, sin

embargo cuando se le da un uso negativo las personas desarrollan síntomas de intranquilidad por estar más tiempo en las redes sociales, estos síntomas negativos pueden ser como el sentirse desesperado de entrar a la red social en horas de clase, o no dormir por estar más tiempo en el navegador y las consecuencias educativas se observan en la bajas calificaciones o la falta de atención, todo esto perjudicando significativamente la conducta del adolescente.

El experimentar intranquilidad por el uso de las redes sociales puede ser un síntoma de unos inicios de adicción, así también tener la necesidad del uso con más intensidad y buscar otros tipos de redes sociales donde puedan tener una mayor cantidad de amistades es una indicación que se puede estar desarrollando adicción, además cabe resaltar que la intensidad del uso de las redes sociales se podrían dar por una razón que en la mayoría de los casos es por una situación amorosa que encuentra por la red social, compartir fotos o videos, hacer uso de juegos donde pueda socializar con nuevas personas, etc.

GO-Globe (2014) realizó un estudio sobre las redes sociales en el cual manifiesta que mundialmente existen 2.030 millones de usuarios activos que están enganchados a las redes sociales siendo algunos con mayor o menor gravedad, es decir más del 28% de la población mundial están activos ante las redes sociales, siendo Facebook el que encabeza la lista con un promedio de 1.230.000.000 de usuarios que se conectan diariamente un mínimo de 17 minutos. También resalta que las personas que hacen más uso de las redes sociales son los adolescentes de edades entre 15 a 19 años que pasan un mínimo de 3 horas al día y las personas entre 20 a 29 años hacen un uso promedio de 2 horas al día, además el 16% hacen uso de Facebook y Twitter como principal red social.

Gran parte de las personas en el mundo hacen uso de las redes sociales para distintas finalidades, el adolescente es el que más uso hace de las redes

sociales siendo este el más vulnerable a la problemática. Debemos identificar que el problema se centra cuando el adolescente le dedica gran tiempo a las redes sociales, por qué está enganchado a la red social y si su interacción con la red social es dañina o no, ya que esto generará problemas hacia el futuro como la adicción, además que el uso excesivo y el mostrar una personalidad distinta en la red social nos muestra características de una baja autoestima.

CEDRO (2016) realizó una investigación del uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes lo cual nos muestra que los adolescentes en el Perú tienen por lo menos una red social, esto siendo considerado como una necesidad de comunicación, de tener la aceptación de las personas y sentido de pertenencia. Este estudio nos muestra que el 54% de los jóvenes hacen uso del Facebook, el 27% mantiene un uso de la red social del YouTube, el 7% hace uso del Gmail, así mismo otro 7% hace uso del Twitter y por último un 5% hace uso del Ask.fm, siendo Facebook la página de red social más usada por los adolescentes; el estudio también nos muestra que los adolescentes hacen uso del Ask.fm por preferir las preguntas anónimas que se pueden hacer en la página, de esta manera ocultando su identidad y tener una mejor socialización con distintas personas. Por último hay una diferencia de páginas de redes sociales usadas por género, siendo Facebook y Ask.fm las páginas de preferencia para las mujeres, y Twitter, Hotmail (Outlook) y Gmail usada por los hombres.

En el Perú existe un gran enganche de los adolescentes con las redes sociales, cada uno con su manera de uso de las redes sociales, sin embargo existen páginas de redes sociales donde la comunicación es de forma anónima y esto podría volverse como una página de uso de violencia o amenaza, es por esto que se debe tener las medidas adecuadas del uso de la red social ya que algunas personas pueden agredir a otras personas a través de preguntas ofensivas o mensajes violentos lo cual puede dañar a la persona.

Molina y Toledo (2014) en la actualidad se está realizando todo tipo de investigaciones que tenga que ver con las personas, su tipo conducta, su personalidad y sus posibles enfermedades, una de ellas es el uso tecnológico, con el fin de encontrar sus causas y sus consecuencias, que puedan repercutir en la sociedad. La consecuencia que se da en el adolescente será dependiendo del exceso, contenido o situación que se encuentre ante el uso tecnológico, por otro lado el uso de la tecnología no es del todo dañina, cabe resaltar que este tema tiene su lado positivo, el cual es que facilita la comunicación con familiares o amistades a larga distancia desde la comodidad de tu hogar o de donde puedas hacer uso de las redes sociales.

El problema del uso de las redes sociales es identificado por la intensidad del uso que se le da, además que se debe saber cómo se generó el problema en el joven y que la consecuencia del uso constante será una adicción o dependencia a las redes sociales; así mismo el problema también radica en los distintos medios que existen para el uso de las redes sociales lo cuál es el iPad, pc, laptop, celular, Tablet y otros más, ya que esto facilitará el uso de las redes sociales al joven en distintos lugares y distintas situaciones en la que se encuentre.

Cuyún (2013), la personalidad virtual que las personas adoptan no suele ser como su verdadera personalidad, es por esto que se nota una gran diferencia en conocer a una persona virtualmente a que conocerlo personalmente, además las personas con baja autoestima o que no se le es fácil socializar de manera de persona a persona, toman las redes sociales como una herramienta eficaz a su problema.

Es necesario que los profesores, psicólogos, padres de familia y encargados estén concientizados de este problema para que sepan actuar ante algún caso, así mismo recordemos que el uso constante puede deberse a una necesidad excesiva del uso de redes sociales por parte del adolescente afectando áreas

de su desarrollo personal; debemos ser conscientes que así como existen diversas necesidades en las personas, también existe la necesidad de aceptación y es por ello que las personas buscan el uso de redes sociales para que de esta manera establezcan vínculos de amistad o se sientan aceptados en grupos.

El presente trabajo tiene como finalidad crear una escala que mida la necesidad del uso de las redes sociales en los estudiantes de 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima. Es importante el estudio e investigación de las redes sociales porque de esta manera podemos saber cuáles son las consecuencias negativas y poder tomar señales de alerta, prevención e intervención en los jóvenes que han sido afectados por el uso de las redes sociales. Por otro lado deseo realizar la creación de una escala con la que pueda comprobar si los adolescentes presentan necesidades del uso de redes sociales, ya que este tipo de pruebas son escasas en el Perú y no hay alguna confiable.

## 1.2. Trabajos Previos

En relación al uso de Redes Sociales, algunos estudios internacionales revelan los siguientes hallazgos:

Basteiro, Robles, Juarros y Pedrosa (2013) realizaron una investigación que tenía como título “Adicción a las redes sociales: creación y validación de un instrumento de medida” realizado en la universidad de Oviedo de España. Este trabajo tuvo como objetivo la creación de un instrumento válido y fiable y para la medición de adicción a las redes sociales. Para la aplicación de la prueba se contó con 446 estudiantes. Para el instrumento de medición se hizo uso del test objeto de desarrollo, para empezar se rescataron los datos sociodemográficos de los participantes como por ejemplo su edad, sexo, grado de estudios, profesión y lugar de residencia, luego de esto se plantearon los 57 ítems; la prueba terminaba con tres preguntas de control relativas a la adicción a las redes sociales con lo cual se quería estudiar la validez de criterio del instrumento, así también los ítems fueron creados en formato dicotómico de Verdadero y Falso. Con respecto a los resultados se descartaron los ítems con una carga inferior a 0.30 de esta manera pasando los 57 ítems a 36 ítems finales. Los resultados de los índices fueron: Kaiser Meyer Olkin (KMO)= 0.85,  $\chi^2/df= 2.74$  e índice de bondad de ajuste GFI= 0.94. El Alfa de Cronbach de los 36 ítems fue de 0.90. Con respecto al estudio de diferencias en función del sexo, se aplicó una prueba t de Student para muestras independientes. Los resultados que arrojaron señalan la ausencia de diferencias estadísticamente significativas ( $p=0.73$ ). Sin embargo, los resultados manifiestan que son las del sexo femenino las que tienden a tener una elevada adicción a las redes sociales. En este caso, el tamaño del efecto fue de 0.03.

Luque, Aramburú y Gómez (2015) Realizaron una investigación titulada “Escala de adicción a Facebook. Propiedades psicométricas en población universitaria” realizado en la universidad de Buenos Aires en Argentina. Esta investigación

tuvo como objetivo determinar la estructura factorial, la validez discriminante, la consistencia interna y la validez de criterio de una escala de adicción a Facebook. Para esta investigación se contaron con 870 universitarios de ambos sexos de edades de entre 18 a 22 años. En cuanto a los resultados se obtuvieron que cuatro factores explican el 70.94% de la varianza. Se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.91 lo cual es elevada. Por otro lado cuatro ítems presentan capacidad discriminante inferior a .60, y se sugiere la eliminación de términos ambiguos en su redacción. Por último la correlación entre el puntaje total y la autodescripción del nivel de “adicción a Facebook” es de  $r = .73$ . Se detectaron algunas diferencias por sexo y entre carreras.

Zapata y Labrador (2011) realizaron una investigación titulada “Desarrollo de una escala de actitudes hacia redes sociales en selección de personal” realizado en la universidad central de Bayamón en Puerto Rico. Esta investigación tuvo como objetivo establecer las propiedades psicométricas de la escala de actitudes hacia el uso de redes sociales en selección de personal mediante un estudio piloto. Los participantes para esta investigación fueron 30 reclutadores de recursos humanos siendo 23 mujeres y 7 hombres. Los instrumentos que se utilizaron fueron una hoja de consentimiento informado, una hoja de datos socio-demográficos y la escala de actitud hacia el uso de páginas de redes sociales y buscadores en línea, la cual consta de 40 reactivos y el tiempo para resolverlo es de 20 minutos. La prueba inicialmente contaba con 47 ítems luego de haber pasado por el criterio de jueces fueron eliminados 7 ítems, quedando 40 ítems para la aplicación de la prueba piloto, por otro lado se obtuvo una media de 92.5 puntos con una desviación estándar de 13.75 y la moda fue 99 puntos. También se obtuvo el valor mínimo que fue de 61 y el máximo de 113 puntos en total, la varianza fue de 189. El poder discriminatorio de la prueba fue de 0.96 utilizando Delta de Ferguson. Por último la confiabilidad a través de Alfa de Cronbach = 0.89.

Mejía (2015) en su Tesis que lleva como título “Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi” realizado en la universidad de Guayaquil en Ecuador, tuvo como objetivo realizar charlas para que los jóvenes y profesores del colegio tengan conocimiento de un uso adecuado de las redes sociales y que no se realice dentro de clases. Su población estuvo constituida por alumnos del octavo, noveno y décimo año del colegio Rosaura Maridueña y también por estudiantes del octavo y noveno año del colegio 21 de Julio con un total de 225 alumnos; para su muestra se realizó la fórmula para el cálculo el cual arrojó una muestra de 114 estudiantes. Para los instrumentos de investigación hizo uso de la entrevista, encuesta, observación y test. En los resultados se obtuvo que el 45.83% de los estudiantes se encuentran inmersos al uso de las redes sociales, también se encuentra que la red social más utilizada por los jóvenes es el Facebook teniendo 61.80% de preferencia de uso, por otro lado se encontró que el 66.67% de los estudiantes hacen uso de las redes sociales en horas de clase, el 34.72% de los estudiantes hacen un uso aproximadamente de 3 horas diarias en las redes sociales, el 42.36% muestra que su rendimiento escolar ha bajado por el uso de las redes sociales, por último los escolares que más uso hacen de las redes sociales son las del sexo femenino teniendo un 61.11% de alumnas.

Molina et al. (2014) de la Universidad de Uzuay, Ecuador. En su estudio de “Las Redes Sociales y su Influencia en el Comportamiento de los Adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de primer año de Bachillerato” trabajó con una muestra de 444 alumnos de dos colegios privados y 2 colegios públicos. El instrumento que usó consta de cuatro áreas que son: área social, personal, académica y familiar siendo un total de 48 ítems, además uso una encuesta a los profesores de los alumnos que constaba de 12 ítems. En cuanto a los resultados generales los adolescentes utilizan más el Facebook y manifiestan que la mayoría de estudiantes no se consideran adictos, por otro lado se observa que el 57.4% tiene acceso a internet dentro de la institución educativa, el 50.5% manifiesta

que las redes sociales lo distraen y afecta su rendimiento académico, pero el 75.9% le pone más interés a sus estudios que a las redes sociales dentro del colegio. El 50.7% de alumnos manifiesta que no usan redes sociales en el desarrollo de la clase, sin embargo los profesores aseguran que el 51.7% usan las redes sociales distrayéndose e interrumpiendo la clase.

Tipantuña (2013) en su estudio de la Adicción a Internet y sus Consecuencias en Adolescentes de la Ciudad de Quito, realizó un estudio analítico de tipo transversal con adolescentes de primero a tercer año de bachillerato de tres instituciones educativas del Distrito Metropolitano de Quito que cursan el año lectivo 2012-2013, que en su totalidad fueron 2656; el muestreo fue aleatorio simple probabilístico, siendo 139 personas como tamaño de muestra mínima requerida para ser estadísticamente significativo, tomando en cuenta el 10% de error en la muestra, se realizó el estudio incluyendo a 151 personas entre hombres y mujeres. Se aplicó un cuestionario y un test de adicción a internet que es la Escala de Adicción a Internet de Lima (EAIL) con 2 dimensiones (características sintomatológicas y características disfuncionales) y 11 ítems. Los resultados fueron que los jóvenes estudiantes de Quito presentan Adicción a Internet por esto son más propensos a tener trastornos familiares. Un gran número de alumnos define su afinidad por conectarse a la red, además de tener la facilidad de contar con una pc en casa.

Así también, estudios nacionales que presentan relevantes resultados:

Escurra y Salas (2014) realizaron un trabajo psicométrico titulada “Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)”. El objetivo de esta investigación fue la construcción y validación el cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). La muestra estuvo conformada por 380 estudiantes de distintas universidades de Lima. La prueba constaba de 31 ítems inicialmente, y luego de examinar la media, desviación estándar, asimetría y curtosis se eliminaron 8 ítems ya que mostraron valores que no se incluían entre el

intervalo de  $\pm 2$ , contando finalmente con 23 ítems dicha prueba. En los resultados se encontró que el KMO= 0.95 el cual tiene un valor muy alto; posteriormente la esfericidad de Bartlett también mostró un resultado estable para el cuestionario,  $\chi^2 (276) = 4313.8$ ,  $p < .001$ ; estos hallazgos señalaron que fue correcta la aplicación del análisis factorial en los datos de la muestra. Por último se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.88 lo cual indica que la prueba es fiable.

Arellano Marketing (2015) Se llevó a cabo una investigación en 14 departamentos de la Costa, Selva y Sierra del Perú en el cual su estudio se basó sobre el “Comportamiento Digital del Consumidor Peruano”. Para este estudio, se encuestó a 2500 personas de 18 años de edad a más, con el fin de mostrar el desarrollo de los consumidores mediante las redes sociales.. En los resultados del estudio nos muestra que el 48% de usuarios de redes sociales se hacen seguidores de una marca, pero solo el 29% hace uso de la mayoría de ellas. Asimismo, lo que causa gran sorpresa es que el 49% de personas no halla publicidad de acuerdo con sus intereses. También encontramos que el 44% de cibernautas hacen uso de las redes sociales como herramienta principal para hacer un reclamo. Así mismo, se identificó tres tipos de Redes Sociales: las Femeninas (Instagram y Pinterest) las Jóvenes (YouTube y Twitter), y la Laboral (Linkedin). Por último el estudio reveló que el 71% de personas entran a los correos que proviene de una marca en la que confían, estas marcas son el Facebook y los correos electrónicos, los cuales son los medios preferidos para recibir publicidad, detalló, Jhoan Vega, Gerente de Soluciones de Marketing.

ComScore (2012) llevó a cabo en Perú un estudio llamado “Futuro Digital Perú 2012”, lo cual considera a un grupo de personas mayores a 15 años, con ingreso a la red en su hogar o centro laboral haciendo uso de una PC o Laptop. Facebook es el que lidera el ranking, siendo el primer puesto de las principales redes sociales, seguido a este se encuentra LinkedIn. La banca en línea en

Perú tuvo un incremento del 12% respecto al año anterior. Por otro lado Android es el sistema operativo principal en los dispositivos móviles en Perú. Dentro de los principales hallazgos, Existen 5.8 millones de usuarios online en el Perú siendo América Latina el punto de mayor crecimiento. La audiencia online en Perú aumentó 17% y está conformada principalmente por hombres de entre 15 y 24 años de edad.

Abuhadba (2014) llevó a cabo una investigación titulada Uso y Abuso a Redes Sociales en jóvenes universitarios de 18 a 23 años de una universidad privada en el distrito de los olivos, tuvo como objetivo describir el nivel de uso y abuso a redes sociales, la población estuvo constituida por 400 estudiantes universitarios del sexo femenino y masculino, siendo así la muestra constituida por 197 jóvenes universitarios. La escala que se utilizó para dicha investigación tiene como nombre Escala de uso y abuso de redes sociales, dicha escala está conformada por 20 ítems. En los resultados se encontró que un 36% de la muestra utilizada se encuentra en una categoría de uso promedio mientras que el 1% corresponde al uso extremadamente alto, en cuanto al género se encontró que el sexo masculino pertenece al uso promedio con un 35.7% mientras que el sexo femenino se encuentra con un 35.3% del uso promedio.

Sangama (2014) llevó a cabo un estudio acerca del Uso y Abuso a las Redes Sociales, el objetivo es establecer las diferencias del uso y abuso de las redes sociales de 2 instituciones educativas, la población fue conformada por 33 alumnos y la muestra fue conformada por 124 estudiantes de dos instituciones educativas de 13 a 17 años del distrito de Carabayllo, la prueba a medir consto de 55 ítems lo cual se obtuvo un Alfa de Cronbach de ,924. En los resultados se obtuvo valores p (sig.) menores a 0.05 en la dimensión de influencia socio familiar, esto significa a que se hallaron muchas desigualdades significativas en dicha dimensión según sexo, además existe diferencia significativa en las dimensiones de falta de voluntad y vulnerabilidad afectiva. El colegio Pedro Ruiz Gallo presenta una media mayor en la dimensión de falta de voluntad lo

que quiere decir que los alumnos de dicha institución presentan una dificultad elevada para tener el control de estar conectado a las redes sociales a comparación de la institución educativa Santiago Antúnez de Mayolo.

De la Cruz (2014) realizó una investigación del Uso y Abuso de las redes sociales en escolares de Lima Norte que tuvo como objetivo determinar los niveles de uso y abuso. La población está constituida por 750 escolares de ambos sexos q se encuentran entre las edades de 12 a 18 años de primero a quinto de secundaria de 3 instituciones educativas públicas, la muestra se determinó la fórmula para muestra finita estimando un nivel de confianza de 95% por lo cual se obtuvo una muestra de 254 alumnos. La escala utilizada se llama Test de Adicción a las Redes Sociales (TARS). Como resultados se obtuvo que el uso de redes sociales corresponde a un 73.6% de la muestra estudiada, mientras que el abuso corresponde a un 13.4% teniendo un menor porcentaje en la dependencia equivalente a un 13% de la muestra total. Cabe resaltar que se encontró en el sexo femenino presenta un mayor porcentaje en el nivel de uso más que el de los varones.

### **1.3. Teorías relacionadas al Tema**

#### **1.3.1. Necesidades**

##### **Definiciones**

Maslow (1943) en su teoría de la motivación humana planteo una jerarquía de necesidades mejor conocido como la pirámide de Maslow, donde plantea 5 niveles de necesidades que el ser humano quiere satisfacer en su vida, donde conforme se van satisfaciendo las necesidades básicas las personas empiezan a desarrollar necesidades de un mayor nivel. Esta pirámide está formada en una jerarquía que primero se deben satisfacer las necesidades básicas para poder satisfacer las necesidades superiores.

McClelland (1989) manifiesta que toda motivación gira a base de las emociones y que todo se desarrolla a través de la expectativa de cambio en la condición afectiva, es decir el afecto es la base de los motivos ya que el dolor o placer se pueden manipular a través de las motivaciones y porque el afecto tiene mayor explicación a comparación de otras teorías sobre la reducción de las necesidades biológicas o en la estimulación intensa. También este autor nos manifiesta que las necesidades fisiológicas y de supervivencia son socialmente adquiridas y que las necesidades se dividen en necesidad de poder, logro y afiliación.

Según el autor mencionado en el párrafo anterior manifiesta que la necesidad de poder son las personas que le gusta ocupar un cargo importante como responsable como por ejemplo buscar puestos de influencia, disfrutan los trabajos de autoridad y poder, necesitan autonomía entre otros; la necesidad de logro son los retos o tareas difíciles que una persona se plantea a realizarlas como por ejemplo buscar responsabilidades, correr riesgos calculados, se proponen metas difíciles pero realistas, entre otras; y por último la necesidad de afiliación es aquella donde los individuos buscan buenas relaciones interpersonales con otras personas como por ejemplo el buscar y encontrar

relaciones amicales, buscar empleos orientados en la gente, necesitan un alto grado de acción interpersonal, entre otras.

Doyal y Gough (1994) en su teoría de las necesidades manifiestan que las necesidades se construyen socialmente, además clasifican las necesidades como básicas e intermedias, refiriéndose a necesidad básica como la salud física y la autonomía de acción o de urgencia, es decir que buscan la supervivencia física y la autonomía personal, por otro lado están las necesidades intermedias que hacen referencia a las satisfacciones del individuo concibiéndose como cualidades de los bienes, servicios y relaciones que benefician la salud física y la autonomía humanas.

Riechmann (1997) en su teoría de necesidad nos habla que las necesidades básicas del ser humano van vinculadas con la integridad física y psíquica de las personas, evitando daños graves, es decir que son necesarios para la supervivencia y la integridad psicopsíquica de los seres humanos, de la misma manera manifiesta que hay otros tipos de necesidades, como el respeto, la confianza y otros demás que servirán de utilidad para el desarrollo y bienestar del individuo.

Con lo manifestado anteriormente sobre las teorías de investigadores y conocedores del tema de necesidades, llego a la conclusión de que las necesidades es lo que el ser humano carece tener y que le es indispensable para su vida diaria, estas necesidades se deben satisfacer para su bienestar mental y física, además de que estas necesidades se clasifican por etapas que deben ser cumplidas por orden o que en otros casos se desarrollan por el afecto, así mismo las necesidades serán primarias para la vida del individuo buscando cualquier medio o manera de satisfacerlo.

Maslow (1943) nos plantea las necesidades en 5 niveles que son las necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad, necesidades de afiliación, necesidades de reconocimiento y por último la autorrealización; lo cual las 4 primeras las denomina como las necesidades de déficit y el último como la necesidad del ser, estas se diferencian en que las necesidades de déficit se pueden satisfacer, pero la necesidad del ser es una fuerza impelente continua.

Según el autor citado en el párrafo anterior menciona que las necesidades instintoides y las metanecesidades son un derecho en las personas, es decir las personas deben tener como derecho ser seres humanos y para ser seres humanos deben tener gratificaciones al satisfacer una necesidad. Dentro de lo que respecta a la satisfacción de las necesidades, encontramos que para satisfacer una necesidad se debe luchar por algo que se carece ya que esto hará que la gratificación no solo sea un estado de felicidad sino también un estado de debate que ha desencadenado problemas pero también se han hallado soluciones. Así mismo refiere que una persona para que sea feliz necesita satisfacer todas las necesidades lo cual se puede dividir en felicidad, belleza, fortaleza, realización, etcétera; así mismo cuando no se logra satisfacer las necesidades el individuo desencadenara problemas como por ejemplo los disgustos, la depresión, un cierto grado de cinismo, la invalidez emocional y la alienación. Por otro lado cuando se satisfacen las necesidades estas van quedando de lado, buscando satisfacer nuevas necesidades para ello trae cambio en los satisfactores, los objetos buscados, los intereses y los valores.

Maslow (1943) manifiesta que hay pre requisitos para satisfacer las necesidades básicas, los cuales son las necesidades cognitivas y las necesidades estéticas. Dentro de la necesidad cognitiva Maslow lo emplea como el saber y el entender, esto se da mediante el organizar, sistematizar, buscar relaciones y significados, analizar y construir un sistema de valores, es decir sirve para adaptarse y al mismo tiempo lograr complacer las necesidades

básicas, por otro lado si hay algún peligro en contra de la necesidad cognitiva, ya sea un bloqueo de su libre uso o privación, resultará como una advertencia o amenaza no directa para las mismas necesidades básicas, sin embargo las necesidades cognitivas también son conativas lo cual tiene que ver con los impulsos. En las necesidades estéticas podemos interpretarlo en que a los individuos la fealdad los enferma y la belleza los cura, siendo de esta manera la belleza y el orden como herramienta para satisfacer los anhelos del individuo, como ejemplo tenemos la necesidad por el orden, necesidades por la simetría, la necesidad de aliviar la tensión producida por las situaciones inconclusas, etc.

- Necesidades estéticas: Algunas personas están motivadas por la belleza exterior y por experiencias estéticas gratificantes.
- Necesidades cognitivas: Maslow lo describe como el deseo que tienen las personas para conocer, es decir como el resolver misterios, ser curioso o investigar actividades.
- Necesidades de auto-trascendencia: Es impulsar una causa para experimentar una comunión fuera de los límites del yo, un ejemplo sería la fe religiosa.

## La jerarquía de las necesidades básicas

### a) Las necesidades fisiológicas

Maslow (1943) refiere que son las necesidades vitales para la supervivencia siendo de orden biológico, las necesidades básicas cumplen un orden jerárquico, si esta primera necesidad no se cumple primero, no se podrá cumplir tampoco las demás necesidades, siendo esta primera necesidad la base de diversas actividades.

Las necesidades fisiológicas son esenciales para la supervivencia del ser humano, en este nivel se encuentra por ejemplo el dormir, el hambre, la sed, la actividad, el sexo, etc. Estas necesidades son importantes para las personas y sin estas necesidades no pueden subir a las demás necesidades, es necesario seguir el orden para poder satisfacer todos los niveles.

Hay personas que desean tener una pareja a quien poder amar, otras personas que creen que la autoestima es más importante que todo, también se hallan personas que desean comprarse un carro de lujo o un tener un buen sustento económico, pero todas estas necesidades por satisfacer pasaran a segundo plano porque la primera necesidad que hay que satisfacer son las fisiológicas, y solo si esta necesidad es satisfecha se podrá satisfacer las siguientes necesidades. Las necesidades fisiológicas serán de mayor importancia para el ser humano ya que sin ella su vida correría peligro, como por ejemplo tomemos el caso de un sujeto que es privado de beber agua, este sujeto estará desesperado de poder consumir agua, pensara en agua, pedirá agua, soñara con agua, y solo querrá satisfacer su necesidad fisiológica bebiendo agua, porque sin ella este sujeto podría morir, esto lo llevaría a la conducta de buscar o pedir agua y del impulso de la sed, con el principal objetivo de satisfacer su necesidad para sentir alivio.

La obligación de satisfacer una necesidad dentro de su organismo humano hará que el sujeto solo se enfoque en desear poder beber agua que necesita para poder sobrevivir, al tener la necesidad de beber agua dentro de su mente, las otras necesidades no tendrán importancia en él pasando a un segundo plano, será con tanta intensidad el aliviar su sed que no se preocupara en aliviar el amor, el comprarse un carro, ni tampoco irse de viaje, porque ello no podrá aliviar su necesidad, haciendo que su mente primero piense en aliviar su necesidad de sed para poder sentirse tranquilo y poder vivir, llegando a ser totalmente feliz y no necesitar de algo más, sin embargo se sabe que las necesidades fisiológicas son varias, las cuales el individuo buscara satisfacerla.

#### **b) Las necesidades de seguridad**

Maslow (1943) refiere que cuando se haya satisfecho las necesidades fisiológicas aparece un nuevo nivel de necesidad que se orienta a la seguridad personal, esta necesidad no se centra en la satisfacción inmediata, si no en la satisfacción a futuro. Dentro de ellas podemos encontrar por ejemplo la protección, la seguridad física, la necesidad de estabilidad en recursos, necesidad de orden, ausencia de temor, ansiedad y caos, la dependencia, entre otras. Las necesidades de seguridad en la mayoría de veces son expresadas bajo el miedo, se caracterizan por el miedo a perder el uso de su vida, de ser vulnerable o frágil ante las circunstancias actuales, nuevas o por venir.

Así también el autor antes mencionado recalca que las necesidades de seguridad son importantes de satisfacer por el individuo cuando las personas no pueden ir más allá del nivel de funcionamiento de seguridad, de esto dependerá casi todo su desarrollo personal y conductual, poniendo todas las necesidades del organismo a disposición, ya que el individuo buscará seguridad sobre sí mismo. La necesidad de seguridad lo ansiamos durante toda nuestra vida, si no habría seguridad en nosotros mismos, tendríamos

conductas muy alteradas o podríamos tener la mentalidad de que nuestra vida corre peligro y si es verdaderamente que podríamos correr peligro, toda esta seguridad debe formarse en medio de nuestro entorno ya sea en nuestro propio hogar o cuando salimos a dar un paseo o de viaje; la persona busca seguridad porque es una necesidad que satisfacer de esta manera se sentirá tranquilo y podrá tener un buen desarrollo.

Esta necesidad está relacionada con la necesidad de orden y seguridad, mayormente cuando hemos crecido nuestro modelo de seguridad ha sido nuestra mamá que siempre nos ha cuidado y nos ha brindado la seguridad necesaria para desarrollarnos, y es bajo su modelo que nosotros aprendemos a cuidarnos solos y a tener seguridad por nosotros mismos.

Bandura (1974) refiere en su teoría del aprendizaje social que nos refiere que los niños adquirimos conductas por medio de la observación de un modelo el cual con la observación y los reforzamientos gratificantes que se dan será de ayuda para que el niño adopte esa conducta dentro de su personalidad.

Las necesidades de seguridad se caracterizan por el temor a perder el manejo de su vida, de ser vulnerable ante las circunstancias actuales, nuevas o por venir, es por esto que muchas personas dejan de lado muchos deseos como el de la libertad, por sentirse seguros y mantener la estabilidad, sin embargo la necesidad de seguridad se ve afectada cuando no podemos controlarla, como por ejemplo en situaciones de enfermedad, terremotos, catástrofes ambientales, guerras, pérdidas de autoridades o situaciones crónicamente malas. Podemos visualizar personas con problemas psicológicos que presentan un comportamiento de alerta, que buscan satisfacer la necesidad de seguridad en sus vidas, esta necesidad en diversas ocasiones logra ubicar una expresión concreta en la búsqueda de una persona, de un protector o sistema más poderoso del que se pueda depender.

### c) Las necesidades de amor y el sentido de pertenencia

Maslow (1943) refiere que cuando las necesidades fisiológicas y de seguridad están medianas satisfechas, va a surgir una nueva necesidad por satisfacer la cual es la necesidad de amor y el sentido de pertenencia. Este tipo de necesidad busca el amor, el afecto y la pertenencia a algún grupo social y están dirigidas a superar los sentimientos de soledad y alienación. Así también se caracterizan cuando un individuo está en busca de una pareja de noviazgo, o deseo de casarse, pertenecer a un grupo social como a una iglesia o un grupo de debates, etc. Cuando estas necesidades no estén satisfechas de una buena manera la persona se sentirá con necesidad de relaciones sociales, necesidad de vínculos amicales, se sentirá aislado, entre otras.

En esta etapa de necesidad el individuo estará en busca de relaciones interpersonales; las necesidades fisiológicas y de seguridad ya no primaran en por satisfacer en el ser humano, ya que se encuentran totalmente o regularmente satisfechas, pasando al siguiente nivel que son las necesidades de amor y el sentido de pertenencia como una necesidad primaria por satisfacer.

Dentro de la jerarquía de necesidades básicas se encuentran un conjunto de necesidades orientadas de manera social; como el tener que ser aceptado por otra persona, o también el tener intimidades con otro sujeto del sexo opuesto, así mismo de contar con un ambiente familiar, pertenecer a un grupo social, para lograr tener un bienestar común con otros individuos.

Dentro de esta necesidad esta la importancia de distinguir entre el amor y el sexo, el sexo puede estar vinculado únicamente con una necesidad fisiológica, mas no con las necesidades de amor y el sentido de pertenencia; dentro del comportamiento sexual involucra distintos comportamientos y uno de ellos

también es el entre amor y afecto. Por otro lado este tipo de necesidad se trata de entregar amor y afecto y poder recibirlo de la misma manera.

Es importante saber que todas las necesidades por satisfacer llevará a un desarrollo saludable de las personas, y que esto funciona de manera jerárquica, primero se debe satisfacer el primer nivel para poder pasar al segundo nivel, dentro de este tercer nivel de desarrollará las habilidades sociales, la integración a grupos, la comunicación con demás personas y el poder recibir afecto de otros individuos.

#### **d) Las necesidades de autoestima**

Maslow (1943) refiere que al satisfacer las 3 primeras necesidades surge una nueva necesidad por satisfacer que son las necesidades de autoestima, lo cual se basa en el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; si estas necesidades no son satisfechas la persona sentirá inseguridad, inferiores, sin valor, que no son valiosos para la sociedad y para las personas. Estas necesidades de autoestima se clasifican en dos partes de mutuo apoyo, una de ellas es la superior que se caracteriza por definir la necesidad de respeto hacia sí mismo, añadiendo sentimientos como la confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad; por otro lado se encuentra la inferior que se caracteriza por el respeto de las personas, el querer tener un estatus, fama, reconocimiento, atención, y dignidad.

Las personas tienen una necesidad por sentirse apreciados y poder apreciar a otras personas, pero sobre todo el sentirse apreciados y queridos es muy importante para ellos, el fortalecimiento de su propia autoestima hará que se desarrolle de una manera saludable formando seguridad sobre sí mismo, lo principal para las personas es el auto-respeto y el aprecio por las demás personas. Es importante recalcar que primero se alcanzan la estimación a los

demás que la estimación propia, pues para alcanzar la estimación propia depende de la influencia del miedo.

Rodríguez y Caño (2012) refiere que el autoconcepto, autoestima y la percepción de autovalía están relacionados entre sí; el autoconcepto es un conjunto de creencias que la persona considera verdaderas respecto a sí mismo, la autoestima viene a ser el componente global del autoconcepto, es decir el componente físico, académico, personal y social, y la autovalía sería la percepción del sujeto de si hay incrementos o decrementos en su autoestima. Los adolescentes en su desarrollo son los más propensos a buscar afecto no solo familiar, sino también de una persona del sexo opuesto de su misma edad, es en esta etapa donde se da la fase del enamoramiento y van desarrollando su autoestima que si bien es fortalecida o debilitada, además cabe resaltar que es importante que las personas pongan mayor importancia en sus propias capacidades, que buscar la opinión del resto, porque si no esto generará un peligro en la adecuación a la actividad y la competencia, así también una autoestima estable será producto del respeto que te ofrecen las personas que te rodean.

#### **e) La necesidad de autorrealización**

Maslow (1943) refiere que es el nivel más elevado, la cual se encuentra en la cima de la jerarquía de las necesidades básicas, se manifiesta en el desarrollo físico, psicológico y social; esta es la auto-realización, es decir es la realización del potencial personal a través de una actividad específica. Las necesidades de autorrealización son necesidades que pueden ser cambiantes dependiendo del individuo, en este nivel de necesidad lo que se desea satisfacer es la naturaleza individual; para lograr satisfacer esta necesidad el individuo empezará a trabajar en lo que desea cumplir con una actitud deseada a su objetivo.

En este nivel las personas buscan desarrollar su talento y trabajar en esta actividad para satisfacer la nueva necesidad que se crea, por ejemplo el músico debe hacer música, el escritor debe escribir, el deportista debe hacer deporte, el cocinero debe cocinar, de esta manera el individuo podrá satisfacer este nuevo deseo o inquietud, el ser humano debe ser transparente y auténtico con su naturaleza propia. Entonces en términos más directos, la persona tendrá la necesidad de autosatisfacción donde desarrollará potencialmente el talento que tiene.

Lo que diferencia estas necesidades de las anteriores es que en cada individuo se presentará de forma distinta, es decir una persona querrá ser un músico famoso, otra persona querrá ser el mejor bailarín, otra persona que tiene habilidad para las carreras de carros querrá desarrollar al máximo su talento como corredor de carros, siendo que estas diferencias individuales se muestran muy distantes y varían de cada persona.

### **Adicciones no convencionales**

Cuando se habla de adicción mayormente lo asociamos con el consumo de sustancias químicas y no hacemos referencia a los demás tipos de adicciones que existen, la adicción es mantener un apego a algo determinado volviéndose cada vez más excesivo y perjudicando distintos aspectos de vida del ser humano, existen distintos tipos de adicciones algunas de estas pertenecen a las adicciones químicas y otras a las adicciones conductuales.

Las conductas adictivas se suelen desarrollar al comienzo bajo un estímulo positivo lo cual lleva al individuo a que cada vez se enganche más, para que posteriormente sea un estímulo negativo el que mantenga la adicción lo cual es el alivio emocional, como por ejemplo una persona normal que hace uso de las redes sociales puede interactuar con la página como una función de sí mismo,

pero la persona adicta lo hace para aliviar su malestar emocional. (Echeburúa, 1999)

García (2013) considera que la adicción a las redes sociales forma parte de las adicciones conductuales, además afirma que las personas siempre relacionan la adicción con el consumo excesivo de sustancias químicas, más no toman en cuenta a otras conductas del ser humano como la frecuencia de uso, la necesidad o la compulsión, también las complicaciones que se podrían generar en la vida diaria de un individuo llevándolo a no poder cumplir sus obligaciones. Las adicciones conductuales aún no están consideradas como adicciones, pero se sabe que afecta altamente la vida del ser humano, dentro de las adicciones conductuales encontramos las siguientes:

- Adicción a la comida.
- Adicción al juego.
- Adicción a las compras.
- Adicción al sexo.
- Adicción al trabajo.
- Adicción al deporte.
- Adicciones tecnológicas.

Así también el autor mencionado anteriormente nos manifiesta que dentro de las adicciones tecnológicas se encuentran las adicciones al internet y a las redes sociales, además menciona que las adicciones no solo es hacia el uso de sustancia si no por tener una conducta excesiva repercutiendo de esta manera la parte cognitiva, conductual y fisiológica del ser humano afectando su área personal, familiar y profesional.

## **Adicción a las redes sociales**

Boyd y Ellison (2007) mencionan que las redes sociales son comunidades virtuales donde las personas pueden crear un perfil con su información personal y hacer uso de este para contactarse con otros perfiles y poder tener nuevas amistades. Dentro de las redes sociales encontramos dos líneas que son las redes de contenido profesional y las redes de ocio, dentro de las redes de ocio encontramos intercambio de contenidos e información, redes basadas en perfiles y redes de microblogging.

Ojeda (2010) menciona que las habilidades sociales y la autoestima están implicadas en el uso de las redes sociales, ya que para estas personas es necesario satisfacer estas necesidades y al no poder hacerlo personalmente lo realizan por medio de las redes sociales, generando de esta manera una adicción, es por esto que es necesario conocer la definición y de que trata cada una de ellas.

Echeburúa y Requesens (2012) manifiestan que las redes sociales es un espacio donde las persona pueden conversar, opinar y mostrar sus emociones, es decir son espacios virtuales para las relaciones interpersonales, además nos dice que las redes sociales forma parte importante en vida de un adolescente ya que con esto el adolescente satisface sus necesidades psicológicas más allá del simple uso por actividad de ocio y entretenimiento siendo las necesidades que satisface como el mantener comunicaciones con sus amigos, el pertenecer a grupos y hacerse visibles ante los demás; por otro lado manifiestan que la interacción por medio de las redes sociales es mucho más fácil eliminando la vergüenza o ansiedad al conocer y conversar con una persona, es por esto que las personas que tienen problemas para establecer vínculos amicales hacen uso de las redes sociales.

## **Criterios para la adicción no convencional**

Cía (2013) Nos manifiesta que los primeros síntomas es presentar ansiedad, irritabilidad, desorden emocional y problemas en la interacción social, además algunas personas sienten que se comunican mejor al teclear frente a una pantalla que tener una conversación presencial, los criterios de diagnóstico que nos presenta son los siguientes:

- No dormir por estar más tiempo conectados, mayormente duermen menos de 5 horas.
- Descuidan actividades importantes para estar más tiempo conectados a las redes sociales, esto implica que sus relaciones interpersonales están siendo perjudicadas a tal punto de no mantener contacto con su familia.
- No prestar atención o negar su uso excesivo cuando se le hace frente que pasa mucho tiempo en las redes sociales.
- Pensar mucho en la red social cuando hace uso o no, además de sentir irritabilidad cuando la red está muy lenta o está fallando.
- Perder la noción del tiempo por estar conectado a las redes sociales.
- Mentir sobre el tiempo que le dedica a las redes sociales.
- Alejarse de las personas y perjudicar su rendimiento escolar o laboral.
- Sentir euforia y activación anómalas cuando se encuentra delante de la computadora.

## Dimensiones

Siguiendo la propuesta de Ojeda (2013) tomamos las dimensiones de Habilidades Sociales y Autoestima.

### 1. Habilidades Sociales

Maslow (1943) En este nivel de necesidad la persona busca recibir afecto y poder dar afecto, buscará relaciones de amistad, comunicarse, socializar, integrarse a grupos; cuando esta necesidad no está satisfecha el individuo se sentirá inferior, rechazado, ausencia de amistades. El individuo tendrá el hambre de satisfacer su necesidad de buscando nuevos vínculos amicales optando por diversos medios para conseguirlos, sentirse integrado a un grupo o familia y la búsqueda constante de relaciones interpersonales.

Ojeda (2013) las relaciones sociales trata de la interacción con iguales en diferentes situaciones, valorado por agentes sociales significativos, que incorpora el mismo sujeto. Cuando una persona no puede desarrollar de manera adecuada sus habilidades sociales por problemas como la fobia social y el comportamiento de ansiedad, recurren a las redes sociales ya que se les facilita la comunicación e interacción con el resto, este problema puede ser aún peor cuando la persona adopta una personalidad distinta a la que verdaderamente es, cambiando de tal manera todo su comportamiento y palabras.

### 2. Autoestima

Maslow (1943) las personas tienen la necesidad de sentir una valoración hacia ellos mismos, salvo que sea una persona con alguna patología. Satisfacer esta necesidad no solo le dará la seguridad y valoración a ellos mismos, si no que

su desarrollo personal será saludable cumpliendo con uno de los requisitos importantes, estas necesidades por satisfacer se clasifican en dos partes, una de ellas se caracteriza por la búsqueda de respeto hacia sí mismo, añadiendo sentimientos como la confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad; y la otra se caracteriza por el respeto de las personas, el querer tener un estatus, fama, reconocimiento, atención, y dignidad.

La interacción con las redes sociales es una moderna herramienta para estar más conectados con nuestras amistades, además que sirven como ayuda para otras distintas actividades y para algunos padres es algo desconocido, ya que no hacen uso de esta herramienta. Para los adolescentes el uso de las redes sociales es algo diario y constante, donde dedican varias horas al día, sabiendo esto los padres o no lo que en realidad está haciendo el adolescente. En la actualidad, los jóvenes andan muy enganchados a las redes sociales. Dialogar, conocer nuevas personas, jugar, mostrar fotos y vídeos... es su día a día y una de las actividades favoritas que realizan, además el uso constante de las redes sociales afecta el desarrollo del adolescentes, mayormente en alguna reunión los adolescentes están dentro de las redes sociales y no socializan con las personas de sus alrededores, siendo esto una actitud muy penosa, además que su desarrollo social de persona a persona está siendo afectada.

### **Relación de la teoría de Maslow con las redes sociales**

Con lo que respecta a la relación de la teoría de las necesidades básicas de Maslow con las redes sociales, es que por tener la necesidad de satisfacer su necesidad de amor y pertenencia, y la necesidad de autoestima los adolescentes recurrirán a las redes sociales ya que por medio de ella tienen la interacción del chat, visualizar imágenes, mostrar fotos y vídeos, hacer uso de juegos, etcétera; los adolescentes toman esta herramienta tan eficaz para satisfacer sus necesidades que esta actividad llega ser prioritario y la mas, descuidando las demás áreas de su vida y afectando negativamente en su

desarrollo, además que el uso constante o el enganche a las redes sociales puede tener consecuencias muy lamentables y una de ellas es la dependencia y todo puede ser generado por buscar el afecto de otras personas o el necesitar conocer más personas.

Si bien es cierto el buscar relaciones interpersonales por medio de las redes sociales es útil para el individuo, pero no siempre será positivo para él, ya que se encuentran individuos que le es difícil interactuar de persona a persona, ya sea porque son muy tímidas, tienen una autoestima baja, etcétera, esto hará que las redes sociales sea una herramienta eficaz para poder socializar, sin embargo esta persona que presenta los problemas mencionados, solo se le hará fácil socializar por medio de las redes sociales y no personalmente, perjudicando considerablemente su desarrollo social, y desencadenando mayores consecuencias negativas, las redes sociales es una herramienta de ayuda, pero el uso excesivo y el no socializar de persona a persona perjudicará el desarrollo del sujeto.

Maslow (1943) es necesario pasar por los niveles jerárquicos de las necesidades básicas, para llegar al último nivel que es la de autorrealización, estos niveles tendrán que ser satisfechos y la persona buscará las distintas maneras de satisfacerlas, ya que es parte de su desarrollo y parte primordial para cumplir con los cinco niveles, dentro de las redes sociales el sujeto podrá satisfacer sus necesidades, además que las redes sociales es una herramienta muy utilizada por los jóvenes y hay que tener en claro que los adolescentes son los más vulnerables al uso de esta herramienta propiamente de su edad sea por la influencia social o también por el lado biológico. Dentro de la teoría de Maslow con las necesidades del uso de redes sociales, se puede enfocar que si el sujeto busca satisfacer estas necesidades, entonces la interacción de la red social se verá enfocada en que hace uso de esta herramienta por el interés que el individuo tiene de esta manera satisfaciendo su necesidad.

Si bien es cierto actualmente las redes sociales son muy utilizadas por las personas, pero se debe tener un uso adecuado hacia esta tecnología, ya que el uso inadecuado y excesivo provocará que tengamos consecuencias negativas que perjudicaran el desarrollo del adolescente. Por otro lado, dentro de las redes sociales nos toparemos con personas con distintas personalidades una de las más comunes que podemos encontrar es el histrionismo que se caracteriza por querer ser el centro de atención y buscar la manera de llamar la observación del resto de contactos, usando métodos como el postear fotos, videos, estados, etc. Estas personalidades son propias de cada individuo y debemos tener en claro que el individuo hará uso de las redes sociales dependiendo del nivel que tenga por satisfacer.

### **1.3.2. Redes sociales**

Es una organización conformada por un conjunto de individuos que están enlazados por algún tipo de relaciones sea de amistad, relaciones de pareja, económicas, intereses, entre otras. Las redes sociales es una actual herramienta de comunicación que ha beneficiado a muchas personas, así mismo facilita la interacción con personas que están a larga distancia y se puede dar uso de diversas maneras, pero no solo sirve para estar comunicados con otras personas, sino que también nos informa a tiempo real de lo que sucede en diversas partes del mundo, esto se debe a que existen páginas dentro de las redes sociales o grupos que nos informan de lo que sucede, además que nosotros tenemos la facilidad de publicar algún acontecimiento que se da a nuestro alrededor, informando de lo que sucede a nuestros contactos.

Las redes sociales sin duda es un fenómeno social que ha revolucionado el medio de comunicación, satisfaciendo diversas necesidades que las personas tienen, haciendo uso para estar comunicados con las personas que desean o también para entablar nuevas relaciones interpersonales, siendo un acceso

fácil de intercambios de contenido, además que hay existe la facilidad de compartir fotos, videos y archivos a tus contactos, siendo una herramienta no solo de relaciones interpersonales e información, sino que también es una herramienta laboral y educativa de mucha ayuda.

Boyd et al. (2007) define que una red social es un servicio que posibilita a las personas tener un perfil público o semipúblico en el internet, donde pueden observar e interactuar con una lista de usuarios agregados, además de observar sus conexiones estas pueden variar de un sitio a otro.

Arugete (2001) manifiesta que las redes sociales es un modo de tener una interacción social, teniendo intercambio dinámico entre los individuos, grupos e instituciones que se identifican en las mismas necesidades organizándose para fortalecer sus recursos.

Borja (2010) refiere que las redes sociales es una herramienta que permite a las personas entrelazarse para establecer comunicación, con otras personas o amistades que estén en la misma red, además de poder compartir diferentes opciones como fotos, videos , documentos, publicaciones, comentarios y mensajes.

Fumero (2010) nos muestra que existen 2 lazos distintos en la red social, una se basa en programas para crear, editar y compartir contenido que se hace por la persona; y el otro se basa en servicios online para el networking social que se fortalecen y entregan un compuesto de servicios básicos con un valor añadido marginal.

## **Tipos de Redes Sociales**

### **Facebook**

Torrejón (2014) fue creado por Mark Zuckerberg con la finalidad que los estudiantes de la Universidad de Harvard estuvieran conectados y puedan compartir archivos, actualmente esta red social está abierto y apto para todas las personas. Por otro lado Facebook es la red social más usada por las personas, esto se debe a las diversas opciones que tiene para satisfacer las necesidades del usuario, además de contar con aplicaciones que facilitan la interacción con la red, habiendo así revolucionado la comunicación en las personas.

Según el autor mencionado anteriormente menciona que aproximadamente en el 2007 Facebook lanzó la página en francés, español y alemán, impulsando la expansión más allá de los Estados Unidos. En julio del 2010 Facebook ya contaba con 500 millones de usuarios y ya había establecido 70 idiomas distintos en su página web. Por otro lado su infraestructura primordial está compuesta por una red de más de 50 000 servidores que usan distribuciones de sistema operativo GNU/Linux usando LAMP.

### **Servicios que ofrece**

#### **Lista de amigos**

Torrejón (2014) dentro de los perfiles de usuarios existe una opción de “agregar a amigos” esta opción hará que dos personas estén conectadas, siempre y cuando la solicitud haya sido aceptada. Además de que en Facebook se pueden buscar amigos que de repente se han perdido comunicación o también el buscar y conocer nuevas personas, para esto existen las herramientas de búsqueda o sugerencia de amigos.

## **Grupos y páginas**

Torrejón (2014) es una de las opciones más usadas por los usuarios que intenta juntar personas con intereses comunes. En los grupos se pueden compartir distintos archivos y cuenta con un foro donde se puede conversar con demás integrantes, en cambio las páginas se diferencian en que no cuenta con un foro de discusión, éstas páginas son creadas por marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.

## **Muro**

El autor mencionado anteriormente también menciona que los perfiles de cada persona cuenta con un muro donde se pueden agregar publicaciones, fotos o videos para que la personas puedan visualizarla, así mismo este muro solo podrá ser visualizarlo por la persona del perfil y sus contactos.

## **Aplicaciones**

Torrejón (2014) las aplicaciones son sitios dentro de la red que tiene como finalidad ser una herramienta de distracción para los usuarios, por ejemplo dentro de ellas encontramos aplicaciones de juegos, aplicaciones de noticias, aplicaciones de eventos, etc.

## **Twitter**

Torrejón (2014) es una red social basada en el microblogging, creado por Jack Dorsey en marzo del 2006 en California, Estados Unidos. Se tiene un aproximado de 200 millones de usuarios, lo cual da una cantidad de 65 millones de tweets al día y tiene como control a más de 800.000 peticiones de búsquedas diarias, se le llama como el SMS de internet ya que la red permite enviar SMS de texto plano de un máximo de 400 caracteres.

## **Myspace**

Así también el autor ya mencionado en el párrafo anterior menciona que la red social Myspace fue creada por Tom Anderson, Chris DeWolfe y otros programadores, esta red social cuenta con redes de amigos, grupos, blogs, fotos, videos y música. Su sede principal se encuentra en California en los Estados Unidos y también cuenta con otra sede en New York en los Estados Unidos. Es una de las redes sociales más visitadas por los usuarios junto a Google, YouTube, Yahoo y MSN, la gran mayoría de usuarios de los estados unidos son adolescentes.

## **Hi5**

Torrejón (2014) fue fundado por Ramu Yalamanchi, fue lanzado el año 2003 y a fines del año del 2007 ya contaba con 70 millones de usuarios registrados, siendo la gran mayoría usuarios de América Latina.

### **1.3.3 Psicometría**

#### **1.3.3.1. Definición**

Al hablar de psicometría se hace referencia a la ciencia que tiene como objetivo encontrar respuestas a los problemas de medida y cuantificación de las investigaciones psicológicas, usando teorías, técnicas y métodos con las que se puedan medir las variables psicológicas. (Muñiz, 2010).

Valderrama y León (2009) en la psicometría existen dos amplios campos de acción: La teoría de los test lo cual consiste en la construcción, validación y aplicación de los instrumentos psicométricos, y el escalamiento en consiste en la construcción de escalas psicológicas y psicofísicas.

### 1.3.3.2. Modelos de medida psicométrica

#### Teoría clásica de los test (TCT)

Anastasi (1974) la teoría clásica de los test es el conjunto de métodos cuantitativos que proceden de postulados teóricos, que fundamentan la construcción, aplicación, validación e interpretación de los test, también permiten construir baremos aplicables a una población; además es la más usada para la construcción y los análisis de los test y su comienzo se dan bajo los trabajos que realizó Spearman. La teoría clásica de los test lleva 2 ramas que son el modelo lineal clásico y la teoría de la generalización referido al criterio.

Anastasi (1974) el modelo lineal clásico planteado por Spearman comienza desde el principio fundamental, de que un instrumento sea lo más preciso posible y que el margen de error sea muy poco. Sin embargo, los resultados que nos da una evaluación son simples datos empíricos que no aseguran la precisión de esas puntuaciones, ni si está midiendo lo que se quiere medir.

El objetivo del modelo clásico es que la ser evaluado muestra una puntuación empírica de  $X$ , el cual consta de 2 componentes que es la puntuación verdadera y el margen de error lo cual se definen de la siguiente manera:  $X = V + e$ . Ocurre un error como cuando por ejemplo en la evaluación se da un puntaje de 60 lo cual es el resultado empírico, pero no se tiene idea del puntaje verdadero ni del puntaje de error, lo cual nos lleva a pensar que el error se puede encontrar en el test, en el sujeto o en el ambiente. Para solución a este problema, Spearman nos brinda 3 supuestas teorías y 1 definición; el primer supuesto teórico consta en precisar el puntaje verdadero como la esperanza matemática que lo muestra como  $V = E(X)$ , que sería idéntico a la media de la evaluación de un individuo infinitas veces. El segundo supuesto consiste en que no existe relación entre los puntajes verdaderos y los errores que se denota como  $r(v,e) = 0$  y el tercer supuesto es que los errores de medida de un

test no mantienen relación con los errores de medida de otro test que se expresa como  $r(e_j, e_k) = 0$  luego de estos supuestos se formulan los test paralelos. El conceptuar el grado de equivocación es lo que se denomina fiabilidad y el coeficiente de validez.

### **Teoría de la Generalizabilidad**

Martínez, Hernández y Hernández (2014) Habitualmente se considera a la TG como una ampliación de la TCT, que permite evaluar cómo distintos puntos de las mediciones, tales como distintos calificadores, otros ítems, o evaluar a los sujetos en diferentes situaciones, pudiendo afectar al grado de confianza que podemos tener en las inferencias basadas en las puntuaciones.

Los principales problemas de la TCT a los que intenta responder son los siguientes:

1. La concepción unitaria e indiferenciada del error de medida.
2. La rigidez del concepto de paralelismo de las medidas.
3. Polisemia del concepto de fiabilidad.

### **Teoría de respuesta al Ítem (TRI)**

Anastasi (1974) el TRI agrupa líneas de investigación psicométricas independientes iniciadas por Rasch (1960) y Birnbaum (1968). El objetivo principal de este desarrollo es que fijan una relación entre el comportamiento de un sujeto frente a un ítem y el rasgo responsable de esta conducta (rasgo latente). Para lograr esto, hacen uso de funciones matemáticas que detallan la probabilidad de dar una precisa respuesta al ítem para cada nivel del rasgo medido por este.

Así mismo el autor mencionado en el párrafo anterior refiere que el objetivo sustancial de la TRI es la construcción de instrumentos de medición con

propiedades invariantes entre poblaciones. La TRI suministra información respecto al grado de precisión con que se calcula la variable en función de sus distintos rangos. Estas medidas de precisión locales se vuelven operativas a través de las Funciones de Información de los Ítems y del Test desarrollados por Birnbaum (1968). Todas estas características básicas de la TRI son aquellas que ayudan a encontrar respuestas a los principales inconvenientes observados en la TCT.

El modelo psicométrico que se utilizará para dicha investigación es la de la teoría clásica de los test (TCT) ya que este modelo psicométrico nos indicará una cifra o un valor verdadero que hará referencia a una característica o rasgo de la personalidad con exactitud y precisión, así mismo nos dará también el margen de error.

### **1.3.3.3. Características del Instrumento**

#### **1.3.3.3.1. Confiabilidad**

Dentro de la psicometría al hablar de fiabilidad se hace referencia a la propiedad que valora la resistencia y exactitud de la medición solo de esta manera se podrá saber que la prueba es confiable. (Muñiz, 1996)

Abad, Garrido, Olea y Ponsoda (2006) define la fiabilidad de congruencia o consistencia interna, como el grado en que correlacionan, covarían o son consistentes los distintos subconjuntos de los ítems entre sí y con el test. O sea, los reactivos forman parte de diferentes modos de aparición del mismo atributo o comportamiento. En consecuencia, se desea hallar una elevada correlación entre los ítems que forman parte del instrumento, entre cada uno de los reactivos y el test en general. Por último para hallar la confiabilidad de consistencia interna se hace uso del método de dos mitades y el método de equivalencia racional o intratest.

## **Coeficiente de fiabilidad**

Se entiende como la correlación entre las puntuajes que se obtienen por los sujetos en dos formas paralelas de un test, X y X'.

Indica la estabilidad de la medición, pues si aplicamos una prueba X a una muestra de personas y pasado un tiempo aplicamos a los mismos sujetos una forma paralela X', dado que ambas formas miden lo mismo, si no hubiese errores aleatorios de medida, la correlación debería ser perfecta:  $P_{xx} = 1$ . (Muñiz, 1996)

## **Estimación empírica del coeficiente de fiabilidad**

Para que se pueda realizar hay que valerse de su definición: correlación entre las puntuaciones en dos formas paralelas. (Muñiz, 1996)

Hace referencia a la suma de elaborar las dos formas paralelas, aplicarlas a una muestra amplia de sujetos representativos de la población en la que se va utilizar el test, calcular la correlación entre las puntuaciones de los sujetos en ambas formas. Dicha correlación será precisamente el coeficiente de fiabilidad. Este método se denomina por razones obvias Método de las formas Paralelas y es el que emana genuina y directamente del modelo. se suelen utilizar además otros dos métodos, denominados, respectivamente, Test- Retest y Dos Mitades. (Muñiz, 1996)

### **Test – Retest.**

Para medir el coeficiente de fiabilidad de esta forma se suministrara la misma prueba en dos oportunidades diferentes a las mismas personas; donde la correlación entre las puntuaciones de las veces en las que se aplicó la prueba viene a ser el coeficiente de fiabilidad. Dado que obviamente un test es paralelo

a sí mismo, este método es perfectamente congruente con el modelo, denominante a la estimación obtenida coeficiente de estabilidad, pues indica en qué grado son estables las mediciones realizadas en la primera aplicación del test. (Muñiz, 1996)

### **Dos Mitades.**

Aquí solo suministras la prueba en una oportunidad, obteniéndose para cada persona las puntuaciones que le pertenecen a cada una de las mitades en las que se clasifico la prueba. (Muñiz, 1996)

### **Estimación de las puntuaciones verdaderas.**

Conocida la fiabilidad del test por alguno de los métodos expuestos, se pueden hacer ciertas estimaciones acerca de las puntuaciones verdaderas de las personas en la prueba, o lo que es lo mismo, se pueden hacer estimaciones acerca de la cantidad de error que afecta a las puntuaciones empíricas. (Muñiz, 1996)

### **Factores que afectan a la fiabilidad.**

#### **Fiabilidad y variabilidad.**

La fiabilidad no depende únicamente de las características propias del test, también depende del tipo de muestra de sujetos utilizados para calcularla; lo cual constituye una seria limitación para el modelo clásico, pues se está describiendo un instrumento de medida, como es el test, en función de los objetos medidos, los sujetos. Uno de los aspectos de la muestra que influye en la fiabilidad se ha definido como la correlación entre dos formas paralelas de una prueba, y se sabe que la correlación viene afectada por la variabilidad del grupo, aumentando con esta. (Muñiz, 1996)

## **Fiabilidad y Longitud.**

La fiabilidad de un test también depende de su longitud, entendiendo por longitud el número de ítems del test. En principio parece enjundioso pensar que cuantos más ítems se utilicen para evaluar una variable mejor podremos muestrear los diferentes aspectos que la conforman y más fiable será la medida obtenida. En el límite, infinitos, ítems, el error sería cero, el sujeto también sería cero, habría fenecido de una sobredosis de ítems; en matemáticas no, pero en psicología casi toda es cero en el límite. (Muñiz, 1996)

## **Fiabilidad y nivel de las puntuaciones en el test.**

Hasta la actualidad se ha visto cómo se calculaba el coeficiente de fiabilidad y el error típico de medida para una muestra determinada, asumiendo implícitamente que sus valores eran comunes para todos los sujetos de la muestra, independientemente de sus puntuaciones en el test. Ahora bien, un test no siempre resulta igualmente preciso para todas las personas, su error típico de medida puede depender de la puntuación o el nivel de las personas en el test. (Muñiz, 1996)

## **Coefficientes basados en el análisis factorial de los ítems.**

De acuerdo a la información obtenida por el análisis factorial de los ítems de un test se pueden adquirir indicadores de la consistencia interna muy similares al coeficiente Alpha. Ni que decir tiene que el propio resultado del análisis factorial ya constituye un excelente indicador de la consistencia interna de los ítems, analizando dicha matriz de correlaciones, el número de factores obtenidos y la varianza explicada por cada uno de ellos. No obstante, tiene interés la obtención de algún índice único que sintetice de una forma razonable toda esta información. (Muñiz, 1996)

Coeficiente de theta : La interpretación de theta es clara, cuanto más varianza explica el primer factor mayor será theta, lo que indicara que los ítems están más intercorrelacionados, y tienden a articularse en torno a una sola dimensión. (Muñiz, 1996)

Fiabilidad de una batería: Una aplicación bastante inmediata de {2.39} es el cálculo de la fiabilidad de una batería en función de los coeficientes de fiabilidad, varianzas, covarianzas y ponderaciones de sus componentes. Generalmente, cuando una batería se utiliza para predecir cierto criterio externo no todos los subtest reciben la misma ponderación, unos tienen más peso en la predicción que otros; tiene mucho interés, por tanto calcular la fiabilidad de la batería global con tales pesos. (Muñiz, 1996)

#### **1.3.3.3.2. Validez**

##### **Validez**

Abad et al. (2006) definen la validez como un proceso unitario que tiene como finalidad aportar pruebas sobre las inferencias que podemos realizar con un test.

Hernández et al. (2014) nos dice que la validez es el nivel en que una escala o instrumento mide verdaderamente la variable que pretende medir. O sea, es un procedimiento que necesita conocer si un instrumento se encuentra midiendo positivamente lo que busca medir. Dentro del tema de las ciencias sociales resulta complicado tener la seguridad que la operativización de señalados constructos sean lo convenientemente adecuados y es donde nacen las problemas razonables de qué mide determinado test.

Argibay (2006), se estima que no hay posibilidades de encontrar pruebas sólidas que sustenten la validez de gran parte de las mediciones de carácter psicológico, esto se ocurre cuando mientras la confiabilidad es un

procedimiento fundamentalmente empírico, la validez se ampara en postulados teóricos que procuran explicar el fenómeno, esto conlleva a la realización de conclusiones e inferencias que tienen que ver con el marco teórico de referencia. En el caso de la violencia, podemos encontrar distintas teorías como la psicoanalítica, etológica, sociológica, conductual, cognitivo-conductual, ecológica, entre otros, que harían controversial la validez de un instrumento si es que no se decide coger como referente una teoría específica.

Es por esto que esta investigación se ha tomado como marco de referencia las teorías cognitivo-conductual y ecológica para poder explicar y realizar las conclusiones de la validez del Cuestionario de Experiencias de violencia de la investigación. Por lo general, es válido afirmar que la validez es un concepto que puede hacerse evidente por medio de tres principios: evidencias relacionadas con el contenido, el criterio y con el constructo, lo cual lleva a que se propongan tres tipos de validez: Validez de contenido, validez de criterio y validez de constructo.

### **Validez de Contenido**

Hernández et al. (2014) la validez de contenido es el nivel en que un instrumento muestra un dominio específico de contenido de lo que se mide. Es decir, cuando se crea un test o un cuestionario se toman un grupo de ítems que están relacionados con algunas conductas que señalan al atributo de interés de evaluación. Además, cabe resaltar que es importante tener en cuenta que en el instrumento deben estar representados todos o la gran mayoría de los componentes del dominio de los contenidos de las variables que se van a medir, las que deben estar definidas por las teorías y los antecedentes. En el análisis de la validez de contenido se tiene que saber la relevancia de los ítems en relación al dominio de interés para después establecer si los ítems son representativos de las conductas que son indicadores del atributo de investigación. Este tipo de validez la mayoría de veces se muestra de una manera subjetiva y se realiza a través de lo que se denomina juicio de experto,

lo cual es una opinión informada de personas con trayectoria reconocida en el tema de investigación, cualificados y reconocidos para dar opinión, juicios y valoraciones, con el fin de conocer la probabilidad de error en la elaboración del instrumento. Se encuentran diversos métodos para obtener el juicio de expertos, entre los que cabe mencionar: el método de agregados individuales, el método Delphi, la técnica de grupo nominal y el método de consenso grupal.

### **Juicio de expertos**

Corral (2009) haciendo referencia al método de agregados individuales, está centrado en pedir a cada experto la estimación de los ítems de determinada prueba con relación a los dominios del test. En este método no se exige la reunión de los expertos, lo que redundaría en evitar el sesgo por la presión o liderazgo de alguno de los jueces. Se selecciona un mínimo de tres jueces los cuales deben expresar su opinión acerca de la pertinencia, relevancia, claridad y suficiencia de los ítems; así mismo cada juez debe tener información relacionada con los objetivos, definiciones conceptuales y operacionales de las variables de estudio y por último, debe tener una prueba en una matriz de doble entrada donde figuren los ítems-dominio en las filas y los criterios (congruencia, claridad, sesgo y observaciones) en las columnas. Donde se tomarán solo los ítems que sean 100% aprobados por los jueces mientras que el resto deberá ser eliminados si es que así lo indicase (Corral ,2009)

### **Validez de criterio**

Sobre la validez de criterio Hernández et al. (2014) nos dice que se constituye al validar un instrumento de medición al llevarlo a comparación con algún criterio externo que intenta medir lo mismo. En resumen podemos decir que se intenta enlazar las respuestas de un instrumento con relación a otra variable que se llama criterio, con el propósito de corroborar la eficacia del instrumento para pronosticar las acciones del sujeto en labores específicas. La validez de criterio puede ser predictiva y concurrente.

### **Validez predictiva**

El uso más frecuente de los test está relacionado con la predicción a partir de ellos de alguna variable de interés o criterio. Se utilizan por ejemplo, en la selección de personal, porque se ha comprobado previamente que permiten detectar a los que lo harán bien en cierto trabajo, predicen la eficacia en el trabajo; una institución académica los utilizara para la admisión de candidatos si dispone de datos que evalúan la conexión entre las puntuaciones en los test y el éxito académico posterior. Pues bien la validez predictiva de una prueba hace referencia al nivel de eficacia con el que se puede predecir o pronosticar una variable de interés a partir de las puntuaciones de este test. (Muñiz, 1996)

### **Validez de constructo**

Una prueba psicológica no es una unión de ítems que se juntan al azar con la finalidad de pronosticar un criterio, si no que resulta ser una medida o índice de un constructo o teoría. (Muñiz, 1996)

### **Análisis factorial Exploratorio**

Este tipo de análisis tiene como finalidad delimitar un número grande de indicadores que se cree que miden el constructo, analiza los indicadores en busca de encontrar relaciones entre dichos indicadores, así poder definir el constructo. El AFE se lleva a cabo sin tener en consideración una especificación teórica determinada, sino específicamente en el número de factores y como están relacionados. (Pérez, Chacón y Moreno, 2000)

### **Análisis factorial Confirmatorio**

Se usa este tipo de análisis para contrastar de manera sistemática las relaciones que se han realizado a priori entre las variables para constituir y comprobar la hipótesis, dando así garantías más allá de la subjetividad, haciendo real el determinar los pares de factores que correlacionan, los factores comunes que afectan a las variables observadas, qué variables

observables están afectadas por un factor único, cuáles son los factores únicos que están correlacionados, además de determinar la covarianza o correlación entre las variables latentes o no observables.( Pérez ,2013)

#### **1.3.3.3.3. Baremos**

##### **Baremación de un test**

Abad et al. (2006) la puntuación bruta o cruda que es obtenido por el investigador en una aplicación no se puede interpretar si es que no se realiza una comparación con un grupo, al que tiene como nombre grupo normativo, por consiguiente, si se desea saber las aptitudes o sus errores de un sujeto evaluado se debe contar con un instrumento de medida estándar o baremo lo cual nos permitirá hacer una comparación de puntajes obtenidos por el sujeto de evaluación con las puntuaciones que se consiguieron por los integrantes del grupo normativo. Para ello se debe construir un baremo.

Aliaga y Giove (1993) manifiesta que el baremo es la tabla que sistematiza las normas que permutan los puntajes directos en puntajes derivados susceptibles de interpretación estadística. Esto refiere a que el baremo es una tabla estadística en la se consignan los puntajes obtenidos por la evaluación de un grupo, esto servirá como un referente para convertir los puntajes brutos a puntajes estandarizados para que de esta manera se haga posible la interpretación estadística.

En los baremos existen diversos tipos, entre ellos encontramos una que son los baremos cronológicos que son usados para poder medir la edad mental o el cociente intelectual, los percentiles (PC) y también las puntuaciones peculiares como las escalas estándar, puntajes T, estanines o enatipos.

Abad et al. (2006) manifiesta que el baremo cronológico es usado para constituir la relación entre la puntuación obtenida por un individuo en un test y su edad cronológica. De esta manera, si se desea establecer el cociente intelectual, deberá construirse una tabla de los valores de las edades mentales como primer paso, lo cual esta tabla servirá para calcular el CI utilizando una fórmula sencilla:  $CI = \frac{EM}{EC} \times 100$ .

El autor ya mencionado en el párrafo anterior nos refiere que el baremo percentil se presenta en una tabla estadística contando con 99 valores que se distribuyen en 100 partes proporcionales; se hace uso del conjunto de datos ordenados para poder decidir el porcentaje del grupo normativo que se ubica por encima y por debajo del puntaje conseguido por un individuo en una precisa prueba, así también se puede decir que si una persona logra tener 25 puntos en un test de violencia verbal (puntuación cruda) no nos puede decir nada, sin embargo si la puntuación se verifica con el baremo y se percibe que pertenece al percentil 75, entonces nos encontraremos en condiciones de inferir que la violencia verbal del individuo va más allá del 75% de los individuos del grupo normativo y que es superado por el 25% de dicho grupo.

#### **1.3.3.4. Construcción de una prueba**

Muñiz (2010) nos habla de la construcción y elaboración de pruebas psicométricas en lo que refiere que está pautada por las directrices de la comisión internacional de test (ITC) para la adaptación de los test de unas culturas a otras. Aquella comisión empieza sus funciones en el año de 1994 con el fin de elaborar las directrices que se puedan usar de guía y puedan pautar el proceso de las investigaciones a nivel mundial, en el documento existen seis apartados: directrices previas, desarrollo del test, confirmación, aplicación, puntuación e interpretación y documentación.

El desarrollo del test hace referencia a la calidad de la traducción equivalente haciendo énfasis en la traducción de significados y evitando la traducción literal, para esto se utiliza un experto traductor independiente, en que los resultados deben ser evaluados por un comité de traductores con conocimientos de idiomas y cultura, así también por expertos en investigación, así mismo se considera la utilización de la prueba piloto lo cual permitirá recoger información relacionada con las reacciones de los probandos, la comprensión de las instrucciones, el tiempo promedio de ejecución y los errores de contenido.

Muñiz (2010) las directrices acerca de la confirmación están orientados a los aspectos técnicos y psicométricos de equivalencia entre el instrumento original y el adaptado, haciendo énfasis en la relación entre los ítems y las dimensiones de la prueba, la confirmación estará dada por la validez y la confiabilidad. Las directrices sobre la aplicación tienen en consideración la importancia de la forma de aplicación que va a incidir en la confiabilidad y validez del instrumento, por eso persisten en la capacidad de rapport del aplicador, la manera como se dan las instrucciones y la relación aplicador alumno, es de gran importancia que el aplicador del instrumento sea originario de la población, que sepa la realidad cultural, además que presente aptitudes en el manejo y aplicación de test.

Muñiz (2010) las directrices acerca de la puntuación e interpretación previenen sobre la utilización de puntuaciones que han sido obtenidas en contextos culturales o lingüísticos distintos a la prueba adaptada, la explicación de los resultados se deben ejecutar en función de las equivalencias empíricamente demostradas luego de haber aplicado las directrices de confirmación. Las directrices sobre la documentación conllevan a contar con una documentación completa del proceso de adaptación que permita realizar la interpretación de las puntuaciones del test de manera correcta.

## **El proceso de construcción de una prueba**

### **Delimitación de la finalidad del test**

La creación de una nueva prueba psicológica empieza con la aclaración de la finalidad por la cual se quiere obtener información importante en el área de la evaluación psicológica. Los test psicológicos pueden servir para diversos objetivos entre los que se puede resaltar como son describir, organizar, diagnosticar, explicar o hacer predicciones sobre el comportamiento de los seres humanos. (Meneses, Barrios, Cosculluela y Turbany, 2013)

### **Definición de los fenómenos psicológicos objetos de medición**

En acuerdo al proceso de inferencia psicométrica el paso siguiente para la construcción de una prueba consiste en la determinación exacta de lo que se pretende medir. Para llevarlo a cabo resulta fundamental una teoría confiable, sólida y bien definida con respecto al constructo ya que servirá de respaldo o soporte teórico en el proceso de medición a través del nuevo test que está en creación. (Meneses et. al., 2013)

### **Selección y muestreo de los comportamientos observables**

Según el autor nombrado anteriormente refiere que ya establecido lo que se pretende medir, la teoría permitirá también que se puedan elegir determinados comportamientos que vendrán a ser las evidencias observables.

### **Especificación de las características del test**

Definido el objetivo, establecido lo que se pretende medir y ya elegidas las evidencias observables que se requieren, lo que sigue es seleccionar las características de la nueva prueba psicológica para promover y medir correctamente los comportamientos que interesan. (Meneses et. al., 2013)

### **Desarrollo de los ítems que conformaran el test**

Según el autor mencionado anteriormente especifica que ya habiendo ya señalado las características generales de la nueva prueba psicológica, aquí se

realizara el desarrollo de los elementos que lo conformaran. Esta no es una actividad fácil y generalmente requiere de la participación de un grupo de expertos en la especialidad para hallar la mejor representación de las muestras de comportamiento elegidas.

### **Elección de una teoría de los test**

El paso a continuar en el proceso de lograr la creación de una prueba requiere elegir una teoría de los test donde a través de un modelo de medida psicométrica específico, se puedan relacionar los fenómenos psicológicos objeto de interés y las puntuaciones que se obtuvieron a través de los ítems que son parte de la nueva prueba psicológica. (Meneses et. al., 2013)

### **Realización de una prueba piloto**

Según el autor mencionado anteriormente señala que ya creada la prueba psicológica donde se agregan los ítems y el formato de respuestas, es indispensable colocar las instrucciones y conceptualizar las formas en las que será administrado. Una prueba piloto servirá para evaluar el nivel de comprensión de dichas instrucciones, la posibilidad de las condiciones para administrar el test, detectar algunas dificultades que puedan presentarse al instante de anotar las respuestas y realiza un primer análisis de las propiedades, tanto de los ítems como de la prueba en su conjunto.

### **Desarrollo del estudio de campo**

Ya habiendo determinado la prueba, lo que sigue consiste en aplicar dicho test a la población objetivo. Para lo cual se elegirá la muestra de los participantes que podría ser probabilística o no probabilística en relación a querer representar la población de referencia o evaluar a un conjunto de seres humanos que cumplen unas características específicas. (Meneses et. al., 2013)

### **Elaboración del manual del test**

Según el autor mencionado anteriormente refiere que con los datos obtenidos se lleva a cabo la documentación que acompañara a la nueva prueba

psicológica donde se debe incluir información significativa referente a los pasos que se realizaron para lograr la creación de la prueba.

### **Revisión y mejora del test**

Con la publicación de la prueba ya sea licenciándolo o difundiéndolo libremente, el test se pone a disposición de las personas que requieran del uso de dicha prueba para sus propios fines, ya sea adaptándolo a otras poblaciones. (Meneses et al. 2013)

#### **1.3.3.5. Adaptación de una prueba**

Muñiz, Elosua y Hambleton (2013) comúnmente los constructos psicológicos tienen la necesidad de realizar estandarizaciones de los instrumentos que se manifiestan en las culturas y las singularidades idiomáticas. En efecto, todo esto implica la adaptación que debe estar validada por su equivalencia lingüística, métrica, las relaciones entre los ítems y el rasgo que dicen medir lo cual se deben detener en cuenta en su conjunto como fuentes de sesgo. Existen dos etapas en la adaptación de un instrumento: la primera es la etapa exploratoria en lo cual se realiza el análisis de la validez y confiabilidad del instrumento adaptado y la segunda es la etapa confirmatoria en donde se buscan las explicaciones de las diferencias entre la prueba original y la versión adaptada, éste análisis permite estudiar los ítems y de esta manera poder solucionar las diferencias con los ítems originales, verificar los sesgos de la prueba para aclarar la validez de constructo y además, explicar los resultados como un problema inherente al uso de los estadísticos.

#### **Métodos de adaptación de una prueba**

Para poder medir las actitudes existe el método de, pues este siendo las unidades de medida básica los ítems que son indicadores de una variable subyacente. Considerando para el caso que la actitud es una predisposición organizada a pensar, sentir, y comportarse hacia un referente u objeto

cognitivo. Estamos refiriéndonos de una estructura perdurable de creencias que influyen a la persona a optar por una conducta selectiva hacia los referentes de actitud. Las actitudes se manifestaran de manera buena o mala, altas o bajas, son estas cualidades precisamente las que son susceptibles de medición.

Hernández et al. (2014) el modelo de escalamiento de Guttman, son las escalas acumulativas o análisis del escalograma que tiene como objetivo el disponer la unidimensionalidad del rasgo que se quiere medir, para eso se hace uso del puntaje total para pronosticarlos resultados de los ítems del sujeto investigado. Para llevar a cabo el análisis de los ítems, se hace uso del escalograma con el fin de organizar la información y a los sujetos en relación a una. Para organizar los ítems en la escala de Guttman se hace uso de la técnica de Cornell que sigue los posteriores puntos: obtención del puntaje total de cada sujeto en la escala, ordenar a los sujetos de manera de menos a más en relación a los puntajes obtenidos, clasificar las afirmaciones de más a menos y de izquierda a derecha, incluir los datos en cuadro de doble entrada (los sujetos en las filas y los ítems y sus datos numéricos en las columnas) y calcular el número de errores en el patrón ideal de intensidad.

Hernández et al. (2014) en lo que respecta al modelo de escalamiento de Likert, se da como una respuesta al modelo de Thurstone que era muy complejo y costoso. Este escalamiento está constituido por una serie de reactivos redactados en afirmativo, con la finalidad de medir la reacción del sujeto ante la presencia de entre tres y siete reactivos. El trabajo del sujeto se basa en elegir y marcar una de las categorías o puntos de la escala. A cada punto se le da un valor numérico que le va a brindar puntaje al ítem y la sumatoria de dichas puntuaciones le arrojará un puntaje total a cada sujeto que califican la actitud que se está midiendo, por eso se denomina escala. Las puntuaciones que se le suele asignar generalmente son de 1 a 5, pero igualmente se utilizan puntuaciones de 0 a 4 y de -2 a +2, pero esto no tiene

trascendencia, porque lo que se hace únicamente es cambiar el marco de referencia de la interpretación.

## **Fuentes de sesgo**

Díaz (2009) la palabra sesgo en psicometría se usa para referirse a un error constante o sistemático que se da en el proceso de adaptación de un instrumento. Estos sesgos están relacionados con el coeficiente de validez o sesgo de pendiente que tienden a crear resultados que se alejan de manera sistemática del valor real, causando una estimación incorrecta de una relación o enmascarando una relación que sí existe.

Díaz (2009) también nos manifiesta que el sesgo puede darse en la etapa del diseño en el desarrollo o en el análisis de una investigación, pero no está afectado por el tamaño de la muestra. Existen tres clasificaciones de sesgos: sesgos de selección, sesgo de información y sesgo de confusión. El sesgo de selección está relacionado con la selección errónea de los sujetos de estudio, lo cual provocará realizar conclusiones equivocadas. El sesgo de información se produce cuando se introducen estímulos distintos en los grupos que se comparan conduciendo a conclusiones erróneas. Sesgo de confusión se da cuando en una investigación se mezcla el efecto del factor de estudio con el efecto de otros factores.

### **1.3.3.6. Tipos de Respuesta**

#### **Escala Tipo Likert**

Briones (1995) manifiesta que la escala de Likert mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. Es más conocida como la escala sumada, ya que a la puntuación de cada unidad de análisis se consigue por la suma de las respuestas obtenidas en cada ítem. Esto quiere decir que la escala se construye por una serie de ítems que

muestran una actitud positiva o negativa acerca de un estímulo o referente. Cada ítem está estructurado con cuatro o cinco alternativas de respuesta.

#### **1.4. Formulación del problema**

Problema general

- ¿Se puede diseñar y validar la escala de Necesidad de uso de Redes Sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima?

#### **1.5. Justificación del estudio**

Diseñar una escala de necesidad de uso de redes sociales que es un problema actual que se ve con mayor incremento en nuestra sociedad en este tiempo y que ha sido poco estudiado en nuestro país, es sin duda una explicación válida para justificar mi investigación, así mismo mi investigación va dirigido a los jóvenes, que son más vulnerables a este tema por sus mismas características de su edad y por el medio que los rodea. Esta investigación trae consigo el beneficiar a los alumnos del Cercado de Lima para que mediante las evaluaciones a cerca de esta problemática se pueda intervenir y brindar soluciones o formas de ayuda para prevenir el desarrollo de una adicción, además que este problema trae consigo diversas características que vienen aquejando al adolescente.

Se había evidenciado alumnos que no entraban al colegio por ir a las cabinas de internet y también se evidencio que hacen uso de las redes sociales por medio del celular dentro de la institución educativa, así también los profesores manifiestan que el uso de redes sociales en horas de clase por los alumnos está provocando que no haya un buen aprendizaje, además de que distraen a sus compañeros e interrumpen. Hay que tener en claro que el uso excesivo es un daño y que este es provocado por la necesidad que hay por el uso de esta tecnología, sin embargo esto en la actualidad se ve esto como un estilo de vida

o algo que todos lo hacen y que es bueno, cabe resaltar que algunas personas manifiestan que si no lo hace algún adolescente es distinto o raro a los demás, por otro lado no se habla mucho del daño o problemas que puede dejar, además del peligro que corremos al conocer personas desconocidas.

CEDRO (2016) en un estudio realizado en Perú acerca de las redes sociales nos muestra que la red social más usada es el Facebook y luego le sigue el YouTube, por otro lado nos muestra que la red social Ask.fm es una red social donde se hacen preguntas de forma anónima siendo la red social donde se ejerce más la violencia haciendo preguntas de formas ofensivas, siendo Ask.fm y Facebook las redes sociales más usadas por las mujeres y por otra parte el Twitter, Hotmail (Outlook) y Gmail más usado por los hombres, este estudio también nos muestra que el Ask.fm es la red más usada por jóvenes escolares principalmente de la región de la costa, así mismo nos muestra que la red social YouTube, Hotmail (Outlook) y Gmail son redes sociales más usadas en la región de la costa, así también nos muestra que el Twitter es usada en las tres regiones pero con menos intensidad en la selva y por último Facebook es la red social de mayor preferencia en las tres regiones con misma intensidad.

Echeburúa et al. (2012) Nos dice que las redes sociales son espacios para interactuar, donde podemos llevar a cabo conversaciones en el mismo tiempo y así poder compartir palabras, emociones, opiniones, entre otras cosas, además nos manifiesta que las redes sociales forman parte importante en la vida del adolescente, ya que no solo lo usan como una actividad de ocio y entretenimiento, si no que estas redes sociales satisfacen las necesidades psicológicas que los adolescentes quieren como es el hacerse visibles, pertenecer a grupos y mantener más cercanía con sus amistades.

Es de mucha importancia que los investigadores prevengan el desarrollo y crecimiento del problema porque se puede dar un incremento en nuestra sociedad dejando consecuencias negativas, es por esto que la creación de

pruebas es importante para desarrollarlas en colegios, centros laborales, clínicas y demás lugares asegurando de esta manera una intervención de acuerdo a los puntajes conseguidos para que podamos brindar la ayuda necesaria.

Por último, la necesidad que los adolescentes tienen al uso de redes sociales pueden deberse a diferentes factores lo cual va a perjudicar su desarrollo tanto personal como académico y referente a esta problemática no se conocen ni se encuentran instrumentos válidos que mida la necesidad del uso de redes sociales, por el cual se crea esta escala, ya que hay muchas personas que destacan lo positivo del uso de las redes sociales pero no de las consecuencias negativas que puede dejar, es por esto q realizó la creación de la escala con la finalidad de medir y dar a conocer este problema.

## 1.6. Objetivos

### Objetivo general

- Diseñar y validar la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.

### Objetivos específicos

- Determinar la validez de contenido de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.
- Determinar la validez de constructo de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.
- Determinar la confiabilidad por consistencia interna de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.
- Determinar la confiabilidad por separación de mitades de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.
- Construir los baremos de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.
- Determinar la calificación de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.
- Elaborar la interpretación de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.

## **II. METODO**

### **2.1. Diseño de Investigación**

#### **Diseño, tipo y nivel de investigación**

##### **Diseño de investigación**

No experimental e instrumental

No experimental ya que solo se limitara a la observación de la variable y su desarrollo en su ambiente cotidiano mas no a la manipulación de la misma para después estudiar dicho fenómeno (Hernández et al. 2014)

Instrumental ya que se considera que corresponden a esta categoría de estudio instrumental a aquellas investigaciones que van dirigidas al desarrollo de pruebas y aparatos, incluyendo tanto el diseño (o adaptación) como el estudio de las propiedades psicométricas de los mismos. (Montero & León, 2007).

##### **Tipo de investigación**

La investigación descriptiva busca describir los datos y características relevantes de determinada población o grupo de personas que se pretende estudiar o investigación para un fin específico. (Hernández et al. 2014).

##### **Nivel de investigación**

Es aplicativo ya que se busca resolver problemas prácticos y determinar qué nivel de necesidad de uso de redes sociales presenta. (Hernández et al. 2014)

## **2.2. Variables, Operacionalización**

### **2.2.1. Operacionalización de variables**

Variable: Necesidad del uso de las redes sociales.

Definición conceptual: La necesidad hacia las redes sociales es el inicio del desencadenamiento a una adicción a esta tecnología. Las necesidades es lo que el ser humano carece tener y que le es indispensable para su vida diaria, estas necesidades se deben satisfacer para su bienestar mental y física, además de que estas necesidades se clasifican por etapas que deben ser cumplidas por orden o que en otros casos se desarrollan por el afecto, así mismo las necesidades serán primarias para la vida del individuo buscando cualquier medio o manera de satisfacerlo.

Definición operacional: Las necesidades del uso de las redes sociales, se definen operacionalmente como necesidades que deben ser satisfechas por el bienestar del ser humano, estas necesidades se satisfacen jerárquicamente o bajo emociones, ya que si la emoción o afecto es grande hará que priorice su necesidad a satisfacer. Medido a través de la escala de Necesidad del uso de Redes Sociales.

Dimensiones: Búsqueda de elogios, búsqueda de aprobación, tiempo al uso y satisfacción al uso. Las redes sociales es una manera más fácil de poder conocer personas y entablar nuevas amistades, sin embargo cuando se desarrollan problemas en la necesidad del uso a las redes sociales se desencadenan algunos factores que debemos tener en cuenta, estos factores son algunas características que tendrán los adolescentes para permanecer más tiempo en las redes sociales

Escala de medición ordinal: Ordinal

## 2.3. Población y Muestra

### Población

Según Hernández et al. (2014) describe la población como: “conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones” (p. 174), la población está constituida por estudiantes de 3° a 5° de secundaria del Distrito del Cercado de Lima, siendo una población total de 13,946 estudiantes. Se determinó esta cantidad de población ya que fue la última estimación del 18 de Octubre del 2016 estimado por años, calendario y sexo, según los datos obtenidos en ESCALE MINEDU, basándonos en este dato cuantitativo de la población de estudiantes.

### Muestra

De la población constituida por los estudiantes de 3° a 5° de secundaria, se usó la fórmula para el cálculo de la muestra que se constituye en 992 estudiantes que hacen uso de redes sociales.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

## **Muestreo**

El tipo de muestreo para la investigación realizada fue no probabilístico por conveniencia, el cual significa que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra (Hernández et al. 2010, p.176).

Criterios de inclusión de la muestra:

- Alumnos de colegios emblemáticos.
- Alumnos de colegios de nivel secundario.
- Alumnos de 3º a 5º de secundaria.
- Alumnos de colegios públicos.

Criterios de exclusión:

- Alumnos que no pertenezcan a colegios emblemáticos.
- Alumnos que no asistan al colegio de acuerdo a las normas.
- Alumnos que se encuentren en 1er y 2do grado de secundaria.
- Alumnos que pertenezcan a colegios privados.

## **2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **Ficha técnica de la escala “necesidad de uso de las redes sociales”**

**Nombre:** Escala de Necesidad de uso de Redes Sociales (NURS - MP)

**Autor:** Miguel Angel Pereda Pichilingue

**Procedencia:** Universidad César Vallejo Lima Norte, Perú.

**Creación:** 2016

**Significación:** Instrumento psicométrico eficaz para identificar el nivel de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Distrito del Cercado de Lima.

#### **Aspectos que evalúa:**

- Aspecto Social del individuo respecto al uso de redes sociales.
- Aspecto de Autoestima en el individuo frente al uso de redes sociales.

**Administración:** Individual o colectiva.

**Aplicación:** A adolescentes estudiantes de 3° a 5° de secundaria, los cuales tengan problemas en su vida diaria relacionado referente a la necesidad de uso de redes sociales.

**Duración:** 10 minutos.

**Tipo de ítem:** Enunciados con alternativas politómicas tipo escala Likert.

**Ámbitos:** Clínico, educativo o de investigación.

**Dimensión de Búsqueda de Elogios:** Ítem 1 – 8.

**Dimensión de Búsqueda de Aprobación:** Ítem 9 – 14.

**Dimensión de Tiempo al Uso:** Ítem 15 – 18.

**Dimensión de Satisfacción al Uso:** 19 – 21.

**Materiales:** Manual de registros y hoja de respuestas.

**Criterios de calidad:** Validez y confiabilidad.

## 2.5. Métodos de análisis de datos

### Validez del instrumento

Para la creación de la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales se sometió 2 pruebas piloto y finalmente a los resultados finales.

En la validez de contenido se obtuvo a través de la V de Aiken donde el puntaje tenía q ser mayor a 0.8 y también se obtuvo la validez de contenido por medio de la Prueba Binomial haciendo uso del SPSS. En el proceso de la validez de contenido hubo correcciones gramaticales que se realizaron a los ítems de la escala.

La validez de constructo se obtuvo a través de las correlaciones ítem – test e ítem – dimensión, donde la significancia fue mayor a 0.20 para que exista una buena correlación.

La confiabilidad por consistencia interna se obtuvo a través del Alfa de Cronbach, se obtuvo un buen puntaje general de .853 lo cual es muy buena, además se obtuvieron puntajes del Alfa de Cronbach por dimensiones lo cual también fueron buenas.

La confiabilidad por separación de mitades se obtuvo a través de Spearman Brown, el resultado es de .725 lo cual indica que es buena.

Se elaboraron los baremos en 3 categorías, bajo, medio y alto, además se elaboró la tabla de rangos.

Finalmente se realizó la interpretación de resultados para cada categoría según la variable de Necesidad de Uso de Redes Sociales y los factores de la prueba que son búsqueda de elogios, búsqueda de aprobación, tiempo al uso y satisfacción al uso

## **2.6. Aspectos éticos**

Con respecto a los aspectos éticos en la presente investigación no se hizo uso del nombre de los beneficiarios, ni sus iniciales, solo contará con su edad, grado y el material ilustrativo.

Se tomó en consideración, la sinceridad en los resultados de la prueba; también se tendrá en cuenta el respeto hacia la propiedad intelectual, por las convicciones políticas, religiosas y morales; la consideración por el medio ambiente y la biodiversidad; la responsabilidad social, política, jurídica y ética; consideración a la privacidad; defendiendo la identidad de los alumnos que participan en el estudio; entre otros valores.

Es importante tener aspectos éticos para salvaguardar el respeto y el cuidado de los participantes, validando y cuidando sus respuestas y así poder devolver a través de las conclusiones los resultados obtenidos.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Determinación de validez de contenido

Para la realización de este análisis, se seleccionó a 5 jueces expertos en la especialidad de Psicología Clínica, Educativa, Social y/o Psicometría, con el grado de maestro, a los cuales se les hizo entrega de una solicitud pidiéndoles encarecidamente que acepten formar parte del panel de expertos para evaluar y calificar la prueba de Necesidad de Uso de Redes Sociales. Así mismo, se les hizo entrega de una hoja de datos para cada juez, el cual contenía el marco teórico del constructo y una cartilla de instrucciones generales, en donde se brindó información referida a los objetivos del instrumento, y del formato de validación de los reactivos para evaluar la pertinencia, relevancia y claridad de los mismos, como también brindar sugerencias y manifestar el porqué de sus objeciones.

Tabla 1

#### *Prueba Binomial*

Prueba binomial						
	Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (bilateral)	
Juez 1	Grupo 1	1	22	.92	.50	.000
	Grupo 2	0	2	.08		
	Total		24	1.00		
Juez 2	Grupo 1	1	24	1.00	.50	.000
	Total		24	1.00		
Juez 3	Grupo 1	1	24	1.00	.50	.000
	Total		24	1.00		
Juez 4	Grupo 1	1	24	1.00	.50	.000
	Total		24	1.00		
Juez 5	Grupo 1	1	24	1.00	.50	.000
	Total		24	1.00		

Como podemos apreciar en la siguiente tabla se obtuvo una buena calificación por parte de los jueces que evaluaron la prueba. Sin embargo un juez hizo unas observaciones gramaticales en 2 ítems los cuales fueron corregidos posteriormente, aun así todos los ítems fueron aceptados tanto en pertinencia, relevancia y claridad, por lo que quedaron establecidos para la prueba.

Tabla 2  
*Correcciones gramaticales*

<b>Ítem Inicial</b>	<b>Ítem Modificado</b>
Ítem 10. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	Ítem 10. Me siento mejor conmigo mismo cuando tengo un mayor número de amistades en las redes sociales.
Ítem 3. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.	Ítem 3. Limito cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para captar la atención de las personas en mí.
Ítem 9. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente.	Ítem 9. El aspecto físico es muy importante para entablar nuevas amistades.
Ítem 7. Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales.	Ítem 7. Hago uso de las redes sociales, porque en casa mis familiares no me prestan atención.
Ítem 4. Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida.	Ítem 4. Las redes sociales hacen que mi vida sea feliz y divertida.

### 3.2. Validez de constructo

Nunnally y Berenstein (1995) refiere que la validez de constructo determina el grado de correlación entre los ítems y el constructo, es decir que las variables observables tienden a medir lo mismo o muchas cosas diferentes por medio de una investigación empírica o análisis estadísticos.

#### Correlación Ítem – Test

Tabla 3

*Correlación Ítem - Test*

Correlación Ítem - Test		TOTAL
Item1. Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,435**
	Sig. (bilateral)	.000
Item2. Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	Coeficiente de correlación	,486**
	Sig. (bilateral)	.000
Item3. Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,505**
	Sig. (bilateral)	.000
Item4. Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,420**
	Sig. (bilateral)	.000
Item5. Prefiero interactuar con mis amigos personalmente que por las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,070*
	Sig. (bilateral)	.026
Item6. Mis amistades se han visto perjudicadas porque hago un uso constante de las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,321**
	Sig. (bilateral)	.000
Item7. Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,512**
	Sig. (bilateral)	.000
Item8. Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,541**
	Sig. (bilateral)	.000
Item9. Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,442**
	Sig. (bilateral)	.000

Item10. Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	Coeficiente de correlación	,438**
	Sig. (bilateral)	.000
Item11. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	Coeficiente de correlación	,550**
	Sig. (bilateral)	.000
Item12. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente.	Coeficiente de correlación	,416**
	Sig. (bilateral)	.000
Item13. Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	Coeficiente de correlación	,622**
	Sig. (bilateral)	.000
Item14. Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptado por ellos.	Coeficiente de correlación	,569**
	Sig. (bilateral)	.000
Item15. Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	Coeficiente de correlación	,516**
	Sig. (bilateral)	.000
Item16. Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,466**
	Sig. (bilateral)	.000
Item17. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.	Coeficiente de correlación	,458**
	Sig. (bilateral)	.000
Item18. Considero que no es necesario imitar a otras personas para ser popular en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,160**
	Sig. (bilateral)	.000
Item19. Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	Coeficiente de correlación	,465**
	Sig. (bilateral)	.000
Item20. Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.	Coeficiente de correlación	,369**
	Sig. (bilateral)	.000
Item21. Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	Coeficiente de correlación	,510**
	Sig. (bilateral)	.000
Item22. Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida.	Coeficiente de correlación	,500**
	Sig. (bilateral)	.000
Item23. Suelo hablar mal de las persona dentro de las redes	Coeficiente de correlación	,437**

sociales, para sentirme superior a ellos.	Sig. (bilateral)	.000
Item24. Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,481**
	Sig. (bilateral)	.000
TOTAL	Coeficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	

La siguiente tabla nos muestra que el ítem 5 y 18 fueron eliminados ya que no muestran correlación con la prueba, así como nos indica Kline (1986), que un puntaje negativo se considera menor a 0,20 (<0,20).

### 3.3. Correlación Ítem – Dimensión

Tabla 4

*Correlación Ítem – Dimensión (Dimensión 1)*

<b>Correlación Ítem – Dimensión (Factor 1)</b>		D1
Item24. Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,623**
	Sig. (bilateral)	.000
Item15. Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	Coeficiente de correlación	,597**
	Sig. (bilateral)	.000
Item17. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.	Coeficiente de correlación	,509**
	Sig. (bilateral)	.000
Item22. Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida.	Coeficiente de correlación	,614**
	Sig. (bilateral)	.000
Item21. Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	Coeficiente de correlación	,668**
	Sig. (bilateral)	.000
Item23. Suelo hablar mal de las persona dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	Coeficiente de correlación	,483**
	Sig. (bilateral)	.000
Item16. Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,542**
	Sig. (bilateral)	.000
Item20. Me siento mal cuando alguna persona comenta algo	Coeficiente de	,521**

negativo en mis publicaciones.

correlación  
Sig. (bilateral) .000  
Coeficiente de correlación 1.000  
Sig. (bilateral)

D1

En la siguiente tabla de correlación ítem – dimensión del factor 1 podemos observar que las correlaciones presentan una sig. mayor a ,20 por lo tienen una muy buena correlación según lo que manifiesta Kline. (Kline, 1986)

Tabla 5

*Correlación Ítem – Dimensión (Dimensión 2)*

<b>Correlación Ítem – Dimensión (Factor 2)</b>		D2
Item12. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,608** .000
Item11. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,681** .000
Item13. Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,742** .000
Item14. Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptado por ellos.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,661** .000
Item19. Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,608** .000
Item10. Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,535** .000
D2	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1.000

En la siguiente tabla de correlación ítem – dimensión del factor 2 podemos observar que las correlaciones presentan una sig. mayor a ,20 por lo tienen una muy buena correlación según lo que manifiesta Kline. (Kline, 1986)

Tabla 6

*Correlación Ítem – Dimensión (Dimensión 3)*

<b>Correlación Ítem – Dimensión (Factor 3)</b>		
		D3
Item7. Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,749**
	Sig. (bilateral)	.000
Item3. Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,750**
	Sig. (bilateral)	.000
Item1. Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,676**
	Sig. (bilateral)	.000
Item8. Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,716**
	Sig. (bilateral)	.000
D3	Coeficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	

En la siguiente tabla de correlación ítem – dimensión del factor 3 podemos observar que las correlaciones presentan una sig. mayor a ,20 por lo tienen una muy buena correlación según lo que manifiesta Kline. (Kline, 1986)

Tabla 7

*Correlación Ítem – Dimensión (Dimensión 4)*

<b>Correlación Ítem – Dimensión (Factor 4)</b>		
		D4
Item9. Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	Coeficiente de correlación	,711**
	Sig. (bilateral)	.000
Item4. Disfruto el tiempo que le dedico a las redes	Coeficiente	,719**

sociales.	de correlación	
	Sig. (bilateral)	.000
Item2. Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	Coeficiente de correlación	,676**
	Sig. (bilateral)	.000
D4	Coeficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	

En la siguiente tabla de correlación ítem – dimensión del factor 4 podemos observar que las correlaciones presentan una sig. mayor a ,20 por lo tienen una muy buena correlación según lo que manifiesta Kline. (Kline, 1986)

### 3.4. KMO y prueba de Bartlett

Tabla 8

*KMO y Prueba de Bartlett*

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.887
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	5262.292
	gl	231
	Sig.	0.000

El Kaiser-Meyer-Olkin es un indicador que se construye con los coeficientes de correlación. Si el valor se acerca a 1 hay más grado de correlación. Si es menor de 0.05 la prueba no aplica, Ya que, de 0.5 para arriba nos dice que las variables están tan correlacionadas que pueden reducirse, en este caso obtuvimos una puntuación de .887. La prueba de esfericidad de Barlett, indica que la Sig = 0.00 es menor a 0.05 por lo tanto si hay correlaciones entre las variables lo cual la prueba aplica para estos datos.

### 3.5. Varianza total explicada

Tabla 9

*Varianza total explicada*

Compo nente	Varianza total explicada								
	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumul ado	Total	% de la varianz a	% acumul ado	Total	% de la varianz a	% acumul ado
1	5.628	25.582	25.582	5.628	25.582	25.582	3.085	14.021	14.021
2	2.117	9.621	35.203	2.117	9.621	35.203	2.556	11.619	25.640
3	1.189	5.402	40.606	1.189	5.402	40.606	2.498	11.356	36.997
4	1.147	5.213	45.818	1.147	5.213	45.818	1.941	8.822	45.818
5	.996	4.529	50.347						
6	.959	4.361	54.708						
7	.900	4.091	58.798						
8	.833	3.787	62.586						
9	.781	3.548	66.134						
10	.753	3.422	69.556						
11	.738	3.356	72.912						
12	.703	3.196	76.108						
13	.696	3.164	79.272						
14	.612	2.782	82.054						
15	.607	2.761	84.815						
16	.581	2.641	87.456						
17	.527	2.396	89.852						
18	.497	2.257	92.109						
19	.462	2.100	94.209						
20	.443	2.013	96.222						
21	.418	1.900	98.122						
22	.413	1.878	100.000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

El criterio utilizado para extraer factores es el de Kaiser, los factores que tienen valores mayores que 1, son los 2 primeros. El tanto por ciento que explican la variabilidad de cada uno de ellos entre los 2 explican una variabilidad del 45.818%. La estructura interna de la prueba fue explorada por medio de un análisis factorial por componentes principales encontrándose que el primero explica 25.582%, el segundo explica 9.621%

### 3.6. Análisis factorial exploratorio

Tabla 10

*Matriz de componentes rotados*

	Matriz de componentes rotados <sup>a</sup>			
	Componente			
	1	2	3	4
Item24. Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	.712			
Item15. Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	.617			
Item17. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.	.611			
Item22. Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida.	.574			
Item21. Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	.554			
Item23. A veces suelo hablar mal de las persona dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	.462			
Item16. Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales.	.448			
Item20. Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.	.421			
Item12. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona		.688		

físicamente.

Item11. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	.650
Item13. Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	.605
Item14. Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptado por ellos.	.605
Item19. Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	.486
Item10. Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	.416
Item7. Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	.685
Item3. Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	.683
Item1. Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	.655
Item8. Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	.651
Item9. Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	.741
Item4. Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	.683
Item2. Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	.495
Item6. Mis amistades se han visto perjudicadas porque hago un uso constante de las redes sociales.	-.388

---

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

En la siguiente tabla se observa que se han creado 4 factores, el primer factor que está formado por los ítems 24, 15, 17, 22, 21, 23, 16, 20 tiene como nombre Búsqueda de elogios, el segundo factor que está formado por los ítems 12, 11, 13, 14, 19, 10 tiene como nombre Búsqueda de aprobación, el tercer factor que está formado por los ítems 7, 3, 1, 8 tiene como nombre Tiempo de uso, y por último el cuarto factor que está formado por los ítems 9, 4, 2, 6 tiene como nombre Satisfacción al uso. Por otro lado se eliminó el ítem 6 por ser negativo y porque afectó la confiabilidad por Alfa de Cronbach, es por eso que se tomó la decisión de eliminarlo.

Tabla 11

*Tabla de Factores*

---

**Tabla de Factores**

---

Factor 1	Búsqueda de elogios	24, 15, 17, 22, 21, 23, 16, 20
Factor 2	Búsqueda de aprobación	12, 11, 13, 14, 19, 10
Factor 3	Tiempo al uso	7, 3, 1, 8
Factor 4	Satisfacción al uso	9, 4, 2

---

En la siguiente tabla se muestran los ítems que pertenecen a cada factor con sus nombres respectivos y la eliminación del ítem 6 el cual salió de forma negativa y además perjudicaba la confiabilidad de la dimensión.

### 3.7. Confiabilidad por consistencia interna

Tabla 12

*Alfa de Cronbach General*

<b>Fiabilidad General</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.853	21

Como se puede apreciar el alfa de Cronbach de toda la prueba es un puntaje de ,853 lo cual nos indica que la prueba es confiable y mide correctamente el constructo planteado en esta investigación.

Tabla 13

*Alfa de Cronbach por Dimensiones*

<b>Alfa de Cronbach de Dimensiones</b>		
Dimensión 1	.732	N de elementos 8
Dimensión 2	.729	N de elementos 6
Dimensión 3	.720	N de elementos 4
Dimensión 4	.627	N de elementos 3

Como se puede apreciar el alfa de Cronbach de las dimensiones se obtuvo en la dimensión 1 un puntaje de ,732; en la dimensión 2 se obtuvo un puntaje de ,729; en la dimensión 3 se obtuvo un puntaje de ,720; y por último en la dimensión 4 se obtuvo un puntaje de ,627; lo cual nos indica que la prueba es confiable y mide correctamente las dimensiones planteadas en esta investigación, ya que según George y Mallery puede ser suficiente y fiable a partir de 0.6 hacia adelante. George y Mallery (2003, p.231)

### 3.8. Confiabilidad por separación de mitades

Tabla 14

*Confiabilidad por separación de mitades*

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Coefficiente de Spearman-Brown	.725

En la siguiente tabla podemos observar que existe una buena correlación de coeficiente de Spearman – Brown de longitud desigual entre la parte 1 y la parte 2 que es de .725 lo cual es buena lo que quiere decir que entre la parte 1 y la parte 2 existe una buena correlación, son bastante similares para medir el constructo que se está evaluando.

### 3.9. Establecimiento de la versión final

La versión final del instrumento de Necesidad de Uso de Redes Sociales está conformada por cuatro dimensiones (búsqueda de elogios, búsqueda de aprobación, tiempo de uso y satisfacción al uso), la primera dimensión está conformada por 8 ítems, la segunda dimensión está conformada por 6 ítems, la tercera dimensión está conformada por 4 ítems y la cuarta dimensión está conformada por 3 ítems; siendo conformada la escala final por 21 ítems. La modalidad de respuesta es por medio de la escala de Likert (nunca, casi nunca, casi siempre, siempre), pudiendo efectuar la aplicación de la prueba tanto a nivel individual como colectiva.

A continuación se muestra la descripción de los ítems que componen cada una de las dimensiones.

- **Búsqueda de elogios**

1. Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales. (Ítem 1)
2. Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades. (Ítem 2)
3. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí. (Ítem 3)
4. Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida. (Ítem 4)
5. Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien. (Ítem 5)
6. A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos. (Ítem 6)
7. Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales. (Ítem 7)
8. Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones. (Ítem 8)

- **Búsqueda de aprobación**

1. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente. (Ítem 9)
2. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo. (Ítem 10)
3. Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien. (Ítem 11)
4. Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos. (Ítem 12)
5. Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme

parte de ellos. (Ítem 13)

6. Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa. (Ítem 14)

- **Tiempo de uso**

1. Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales. (Ítem 15)

2. Le dedico mucho tiempo a las redes sociales. (Ítem 16)

3. Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales. (Ítem 17)

4. Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales. (Ítem 18)

- **Satisfacción al uso**

1. Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales. (Ítem 19)

2. Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales. (Ítem 20)

3. Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades. (Ítem 21)

### 3.10. Categorías normativas

Tabla 15

*Estadística – Percentiles*

	NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES	BUSQUEDA DE ELOGIOS	BUSQUEDA DE APROBACION	TIEMPO AL USO	SATISFACCION AL USO
	PUNTAJES DIRECTOS				
PERCENTILES					
1	27	8	6	4	4
2	29	8	6	4	5
3	30	8	6	4	5
4	31	8	6	4	5
5	32	8	6	4	6
6	32	8	6	5	6
7	33	8	6	5	6
8	33	8	6	5	6
9	34	8	6	5	6
10	34	8	6	5	7
11	34	8	6	5	7
12	35	8	7	5	7
13	35	8	7	5	7
14	36	8	7	6	7
15	36	8	7	6	7
16	36	8	7	6	7
17	36	9	7	6	7
18	37	9	7	6	8
19	37	9	7	6	8
20	37	9	7	6	8
21	38	9	7	6	8
22	38	9	7	6	8
23	38	9	7	6	8
24	38	9	7	6	8
25	39	9	8	6	8
26	39	9	8	6	8
27	39	9	8	6	8
28	40	9	8	7	8
29	40	9	8	7	8
30	40	9	8	7	8
31	40	9	8	7	8
32	40	9	8	7	8
33	40	9	8	7	8
media	45.0430	11.9910	10.1250	8.1450	9.4740
des estándar	9.09692	3.66201	3.23231	2.52752	2.15127

BAJO

	NECESIDAD DE REDES SOCIALES	BUSQUEDA DE ELOGIOS	BUSQUEDA DE APROBACION	TIEMPO AL USO	SATISFACCION AL USO
PERCENTILES	PUNTAJES DIRECTOS				
34	41	10	9	8	9
35	41	10	9	8	9
36	41	10	9	8	9
37	42	10	9	8	9
38	42	10	9	8	9
39	42	10	9	8	9
40	43	10	9	8	9
41	43	10	9	8	9
42	43	11	9	8	9
43	43	11	9	8	9
44	43	11	9	8	9
45	44	11	9	8	9
46	44	11	9	8	9
47	44	11	9	8	9
48	44	11	9	8	10
49	44	11	9	8	10
51	44	11	10	8	10
52	45	11	10	8	10
53	45	11	10	8	10
54	45	11	10	8	10
55	45	11	10	8	10
56	46	12	10	8	10
57	46	12	10	8	10
58	46	12	10	8	10
59	46	12	10	8	10
60	47	12	11	8	10
61	47	12	11	8	10
62	47	12	11	8	10
63	47	12	11	8	10
64	47	12	11	8	10
65	47	12	11	8	10
66	47	12	11	8	10
media	45.0430	11.9910	10.1250	8.1450	9.4740
des estándar	9.09692	3.66201	3.23231	2.52752	2.15127

MEDIO

	NECESIDAD DE REDES SOCIALES	BUSQUEDA DE ELOGIOS	BUSQUEDA DE APROBACION	TIEMPO AL USO	SATISFACCION AL USO
PERCENTILES	PUNTAJES DIRECTOS				
67	48	13	12	9	11
68	48	13	12	9	11
69	48	13	12	9	11
70	48	13	12	9	11
71	48	13	12	9	11
72	49	13	12	9	11
73	49	13	12	9	11
74	49	14	12	10	11
75	49	14	12	10	11
76	50	14	12	10	11
77	50	14	12	10	11
78	51	14	12	10	11
79	51	15	12	10	11
80	52	15	13	10	11
81	52	15	13	10	11
82	53	15	13	10	11
83	53	15	13	11	11
84	54	16	13	11	11
85	54	16	13	11	12
86	54	16	14	11	12
87	55	16	14	11	12
88	55	17	14	11	12
89	56	17	14	11	12
90	57	17	15	12	12
91	58	18	15	12	12
92	59	18	15	12	12
93	60	18	16	13	12
94	61	19	16	13	13
95	63	20	16	13	13
96	63	21	17	13	13
97	65	21	17	13	13
98	69	22	18	14	14
99	71	23	19	15	15
media	45.0430	11.9910	10.1250	8.1450	9.4740
des estándar	9.09692	3.66201	3.23231	2.52752	2.15127

**ALTO**

En relación a las normas, para contar con información detallada nombraremos las siguientes categorías las cuales contendrán la descripción de los puntajes arrojados por el instrumento, referente a toda la prueba y sus dos dimensiones. Estas categorías contarán con una jerarquía de tipo ordinal, la cual podría ser útil para otros tipos de análisis.

Tabla 16  
*Rango de Valores*

Nivel	Rangos	Necesidad de Uso de Redes Sociales	Búsqueda de Elogios	Búsqueda de Aprobación	Tiempo al Uso	Satisfacción al Uso
		Puntajes directos				
<b>Bajo</b>	<b>[1 – 33]</b>	[27 – 40]	[8 – 9]	[6 – 8]	[4 – 7]	[4 – 8]
<b>Medio</b>	<b>[34 – 66]</b>	[41 – 47]	[10 – 12]	[9 – 11]	[8]	[9 – 10]
<b>Alto</b>	<b>[67 – 99]</b>	[48 – 71]	[13 – 23]	[12 – 19]	[9 – 15]	[11 – 15]
	<b>Media</b>	45.043	11.991	10.125	8.145	9.4740
	<b>Desviación Estándar</b>	9.09	3.66	3.23	2.52	2.15

### **3.11. Interpretación de resultados según baremos**

#### **TOTAL NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES**

- **Necesidad de Uso Baja**

Persona con metas, responsable, preocupada por el cumplimiento de sus deberes, busca ser cada vez mejor en temas de estudio, trabajo y relaciones adecuadas que no dañan su persona.

- **Necesidad de Uso Media**

Persona en búsqueda de su madurez mental, preocupada por mejorar personalmente, pero en ocasiones puede perder oportunidades por pensar demasiado las cosas.

- **Necesidad de Uso Alta**

Persona fuertemente propensa a generar una adicción en sí misma y posteriormente desarrollar diversos problemas físicos y psicológicos.

#### **DIMENSIÓN 1 BÚSQUEDA DE ELOGIOS**

- **Búsqueda de Elogios Baja**

Persona segura de sí misma, adecuado manejo de conflictos personales, facilidad en la toma de sus decisiones, con confianza en sus propias habilidades, no es vulnerable a las críticas, de buen ánimo, se caracteriza por tener metas a corto y largo plazo.

- **Búsqueda de Elogios Media**

Persona que se encuentra en proceso de desarrollo de su aceptación personal, de su identidad, de su autoconfianza, necesita generalmente de una opinión agregada a la suya para decidirse, en ocasiones puede dejarse llevar por lo que diga el resto.

- **Búsqueda de Elogios Alta**

Persona con poca aceptación personal, rechazo de su identidad, baja autoestima, busca que las demás personas le digan cosas positivas de su físico, busca llamar la atención por medio de su físico, poca confianza en sí mismo, propenso a episodios depresivos, con bajo control de sus emociones, dificultad para la toma de decisiones, mal manejo de conflictos personales.

## **DIMENSIÓN 2 BÚSQUEDA DE APROBACIÓN**

- **Búsqueda de Aprobación Baja**

Persona que no necesita buscar la aprobación de todas las personas de sus pares, es seguro de sí mismo, además confía en sus propias habilidades y talentos, no se deja llevar por las críticas, ni del qué dirán de su persona, tiene buen ánimo y muestra su propia personalidad sin necesidad de imitar a otras personas.

- **Búsqueda de Aprobación Media**

Persona que no necesita buscar la aprobación de todas las personas de sus pares, es seguro de sí mismo, además confía en sus propias habilidades y talentos, no se deja llevar por las críticas, ni del qué dirán de su persona, tiene buen ánimo y muestra su propia personalidad sin necesidad de imitar a otras personas.

- **Búsqueda de Aprobación Alta**

Persona que busca de manera excesiva pertenecer a grupos y ser aceptado por sus amigos, sería capaz de hacer cosas fuera de lo común para ser aprobado por personas, además es fácil de ser influenciado y no tiene una confianza de su identidad, de su autoconfianza, en ocasiones puede dejarse llevar por lo que diga el resto.

### **DIMENSIÓN 3 TIEMPO AL USO**

- **Tiempo al Uso Baja**

Persona que tienen un orden con su tiempo, saben lo que desean y luchan por llegar a sus objetivos, les importa su salud física y mental, duermen las horas necesarias y adecuadas, además tratan bien a su cuerpo, tienen menos estrés, tienen tiempo para realizar distintas actividades ya que existe un orden en ello, tiene mejores relaciones.

- **Tiempo al Uso Media**

Persona que tienen un nivel medio en el orden con su tiempo, es decir tiene tiempo para realizar sus actividades pero hay ocasiones en que no puede poner un orden en su tiempo y llegar a estresarse por momentos, tiene buenas relaciones y mayormente estas personas tienen un sueño promedio de 6 a 8 horas ya que le toman importancia a su descanso.

- **Tiempo al Uso Alta**

Persona que prefiere estar en las redes sociales que estar descansando, puede privar su sueño con tal de permanecer más horas interactuando con las redes sociales, además puede ser una persona que le cueste decir “no” a sus amistades o pareja, por otro lado sus actividades son afectadas por su mal uso de tiempo y no lleva un orden adecuado de ellas.

### **DIMENSIÓN 4 SATISFACCIÓN AL USO**

- **Satisfacción al Uso Baja**

Persona que hace un uso adecuado de las redes sociales sin involucrar sus temas privados y hacen un uso de estas por motivos laborales, académicos o facilitación de comunicación, sienten que pueden vivir tranquilos sin poder conectarse un tiempo a las redes sociales, además su placer o satisfacción van enfocados con otros temas que no son las redes sociales ya que este es un medio de ocio y comunicación que sirve para interactuar y facilitar la comunicación entre otros.

- **Satisfacción al Uso Media**

Personas que hacen un uso medio de las redes sociales, pueden estar un tiempo medio sin estar en las redes sociales, pero luego sienten la necesidad de revisar sus redes sociales para saber qué novedades encuentran, además su satisfacción no solo se encuentran en las redes sociales sino también en diferentes medios pero deben tener cuidado con su uso ya que con el tiempo podría desarrollar una sola satisfacción que es a las redes sociales.

- **Satisfacción al Uso Alta**

Persona que siente tranquilidad solo cuando está en las redes sociales, además siente que nadie lo comprende y que en las redes sociales encuentra lo que le satisface, indicadores de baja autoestima y problemas para socializar, tendencia a imitar a otra persona para conseguir lo que desea a través de las redes sociales.

#### **IV. DISCUSIÓN**

A continuación se muestra el análisis de los resultados obtenidos en esta investigación, así también se mencionan las limitaciones y se dan algunas sugerencias para la realización de posteriores trabajos de investigación.

Referente a los resultados, se muestra que la validez de contenido que tiene el instrumento, tanto la prueba en general (Necesidad de Uso de Redes Sociales), como también las dimensiones, son altamente positivas, por lo cual se interpreta que la escala mide realmente lo que pretende medir.

La escala diseñada tiene un alto nivel de importancia, ya que hasta el momento no existe diversidad de pruebas que mida esta variable desde una visión cuantitativa, que midan o pretendan medir el nivel de necesidad de uso a de las redes sociales, ya que actualmente es un problema que aqueja a muchos jóvenes, como también a adultos, por las enormes y diferentes consecuencias negativas que deja.

En los resultados que se obtuvo en esta investigación se trabajó 2 pruebas pilotos, la primera fase estuvo conformada por 50 sujetos, la segunda fase estuvo conformada por 145 sujetos y la fase final estuvo conformada por 1000 sujetos, inicialmente se trabajó con 32 ítems y se concluyó la investigación con 21 ítems, además se muestra que la prueba es válida y confiable, ya que tuvo una validación de criterio por 20 jueces y su Alfa de Cronbach general fue de .853 lo cual nos indica que la escala diseñada de Necesidad de Uso de Redes Sociales es válida y confiable, además en la confiabilidad por separación de mitades se usó el modelo de Spearman – Brown y el puntaje fue de .725, por otro lado el puntaje del KMO es de .887 el cual es un valor alto, por último los baremos se dividieron en 3 categorías que es alto, medio y bajo, cada una con sus interpretaciones respectivas.

Como pudimos observar en los resultados de la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP) tienen una gran relación con el trabajo psicométrico realizado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad de San Martín de Porres titulada la construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) que contó con una muestra de 380 estudiantes del distrito de Lima, la prueba mostró que inicialmente la prueba contaba con 39 ítems y terminó contado con 23 ítems, así mismo en los resultados se encontró que el KMO era igual a 0.95 el cual es un valor muy alto, luego la esfericidad de Bartlett también arrojó un resultado estable para el cuestionario,  $\chi^2 (276) = 4313.8, p < .001$ ; todos estos resultados muestran que la aplicación del análisis factorial en los datos de la muestra fue correcta; por último en la investigación se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.88 lo cual indica que la prueba es fiable.

En la actualidad como ya mencionado anteriormente no existen muchas pruebas que midan este problema que desencadena diferentes tipos de consecuencias negativas, pues en algunos casos se han realizado estudios cualitativos en los que se busca una respuesta lógica para diversos males, utilizando para ello diversos instrumentos como cuestionarios, la observación y seguimiento a personas que hacen un uso constante de las redes sociales, entre otros. Además es preciso recalcar que los estudios que se han realizado es mayormente enfocado a la adicción a este problema y no a la necesidad, es decir, cuando el problema ya está desarrollado en el individuo y no antes donde podría ser prevenido.

Las creaciones de escala sobre este tema se han estado desarrollando en diferentes partes del mundo. En la Universidad de Oviedo de España se realizó una creación y validación de un instrumento de medida a cerca de la Adicción a las Redes Sociales donde desarrolló su aplicación en 446 estudiantes, la prueba inicialmente contó con 57 ítems y concluyó con 36 ítems, la escala de respuesta es de tipo dicotómico (verdadero y falso), se le realizó las correlaciones, donde los ítems con un puntaje menor a 0.30 fueron eliminados, además el KMO tuvo un

puntaje de 0.85,  $\chi^2/df= 2.74$  e índice de bondad de ajuste GFI= 0.94. En cuanto a la confiabilidad de consistencia interna se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.90.

Es necesario recalcar nuevamente que las investigaciones psicométricas que se han dado anteriormente nos habla de un tema de adicción y no de necesidad, por lo cual estas pruebas muestran el nivel de adicción que es donde la problemática ya se desarrolló, mas no es una escala que nos permite prevenir el desarrollo del problema, además también es necesario recalcar que estas investigaciones se han dado en diferentes distintos países del mundo, pero que en nuestro país son muy escasos, es por esto que se debe crear o adaptar a nuestra población para que pueda ser utilizado y prevenir el desarrollo de problemas.

Cuando se busca evaluar programas de intervención en específicos temas, necesariamente se tienen que utilizar instrumentos sólidos, con los cuales se sepa en qué puntos exactamente se tiene que intervenir con más prioridad. A través de la evaluación, podemos conocer en este caso la relación familiar, interpersonal, el aislamiento del sujeto sobre su entorno, la autoconfianza, el autocontrol, su vulnerabilidad, todo esto constituye a evaluar el aspecto de búsqueda de elogios, búsqueda de aprobación, tiempo al uso y satisfacción al uso del sujeto respecto al nivel de impacto de las redes sociales en él.

Debemos tener en claro que en las redes sociales existen distintas aplicaciones o páginas que nos permite su uso, una de ellas y la más conocida a nivel mundial sin duda es el Facebook. En la Universidad de Buenos Aires Argentina se realizó un estudio sobre la escala de Adicción al Facebook lo cual su propósito fue la creación y validación de este instrumento, su muestra estuvo conformada por 870 universitarios de entre edades de 18 a 22 años, en los resultados se obtuvo que cuatro factores explican el 70.94% de la varianza y su Alfa de Cronbach fue de 0.91 lo cual es muy elevada.

Como podemos observar encontramos distintas investigaciones que nos hablan de la adicción y los problemas que desarrolla el uso excesivo de las redes sociales, es por esto que se busca que el instrumento presentado sea de mucha ayuda para que se continúe realizando estudios sobre este tema que en la actualidad están siendo bastante comentados, por su enorme impacto y relación a distintos trastornos en el ser humano, además de ser un medio muy utilizado por la gran mayoría de personas de distintas edades. Dentro del uso en general a las redes sociales, respecto a la escala creada, se encuentran muchos otros factores que necesitan ser también medidos, para lo cual es necesario la creación posterior de otros instrumentos psicométricos que permitan complementar de manera exhaustiva el constructo estudiado. De igual forma, se insiste en la creación de nuevos estudios, los cuales fortalezcan y consoliden la validez externa, por medio de muestreos probabilísticos que proporcionen a los resultados una mayor generalización.

Es ahora en la actualidad donde es muy necesaria la intervención de profesionales y especialistas en temas del impacto causado por las redes sociales y las nuevas tecnologías en general, ya que actualmente por medio de diferentes estudios cualitativos se ha afirmado que, la forma en la que va afectando este problema a los seres humanos está siendo totalmente silenciosa, se supone que las redes sociales se crearon con el fin de facilitar y reforzar la comunicación entre sujetos, pero estas han superado sus expectativas, llevando a si diversas consecuencias negativas que conforme el tiempo va pasando también se vuelven mucho más perjudiciales, algunos de estos problemas es el aislamiento, la escases o perdida de una comunicación presencial, más aun han salido a la luz trastornos causados también por el mal uso de las redes sociales, como son trastorno de personalidad antisocial, trastorno de ansiedad, trastorno depresivo, trastorno dependiente, trastornos de conducta, entre otros, de los cuales se pueden desencadenar muy fácilmente otros mucho más perjudiciales o hacer estos mismos trastornos cada vez más perjudiciales. Así mismo, es de prioridad la creación de nuevas escalas que aborden los otros principales grupos vulnerables, como son los niños, los cuales están enormemente en peligro de ser víctimas

futuras de estos males y que en la actualidad lo más preocupante en esta población es la facilidad en la que pueden acceder a estas redes sociales sin restricciones y por ellas ser captados principalmente por personas totalmente desconocidas, con un falso perfil, sea para hacerles daño directamente, o quizá a algún miembro de su familia.

Siguiendo con el tema de los distintos grupos vulnerables, en este caso los niños, existen personas que por estos mismos medios intentan concientizar a las demás personas, sobre todo a los padres, los cuales en la mayoría de veces son los responsables de qué tan inmersos estén sus hijos en estas nuevas tecnologías. Dentro de una de las más famosas redes sociales como es el YouTube, un grupo de jóvenes y adultos realizaron un video, en el cual convocaban a padres de familia preocupados por el uso que le daban sus hijos a las redes sociales, accediendo ellos a realizar un experimento social, el cual consistió en crear perfiles falsos de niños contemporáneos a sus hijos, donde de un momento a otro comenzaron a tener pláticas frecuentes con ellos y los invitaban a su casa, luego de acceder ellos a dicha petición iban a buscar a su nuevo amigo(a) a su casa, para ello los falsos niños dejaban la puerta abierta de su hogar, y al encontrarse la víctima dentro, procedían las falsas personas a pretender hacerles daño, los niños que se encontraban muy asustados gritaban e intentan escapar sin poder conseguirlo, es en ese momento en donde sus padres aparecían y de alguna u otra manera les daban una gran lección.

En la actualidad hay distintos puntos de vista en este impacto de las redes sociales, algunos están en contra del uso de las nuevas tecnologías por sus consecuencias negativas, otros se encuentran a favor de su uso por la manera en la que facilitan el quehacer diario, aquella persona que busca privarse o privar a su entorno de esta tecnología, está cometiendo un grave error, pues estamos en un mundo en donde la tecnología se encuentra en todos lados, y cada vez más, la tecnología no espera por uno, ella solo avanza. Si pretendemos alejarnos de ella por miedo a las consecuencias graves que deja, pues lamentablemente nos

estamos haciendo también un daño sin darnos cuenta, al igual que darle un uso excesivo a las mismas, por lo que entonces podemos decir que afirmar que las redes sociales son totalmente malas, es tan erróneo como afirmar que las redes sociales solo traen cosas positivas, todo entonces se vuelve totalmente relativo y puede ser personalmente detectado con algunos puntos principales en lo que a veces uno ni siquiera se pone a pensar, como por ejemplo depende mucho del uso que se le dé (para que lo utilizo), del tiempo que se le invierte (estoy perdiendo horas de sueño, hago a medias o no hago mis deberes de casa, escuela o trabajo), de mis estados de ánimo (me pongo de mal humor o me irrito cuando no puedo acceder a las redes sociales), son estos algunos puntos que podemos percibir fácilmente.

Por lo tanto tenemos que aprender a poner límites, y aún más cuando se trata de nosotros mismos o alguna persona cercana. Alejarse de las redes sociales para las personas que ya las utilizan en su día a día, les será muy complicado, pero es bueno a veces alejarse totalmente de ellas, cuando se encuentra por lo menos dos de estos síntomas, además recordemos bien que las redes sociales se crearon con el fin de facilitar la comunicación de los individuos, no permitamos que la tecnología tome posesión de nuestras vidas y llegue el momento en el que nos quite la potestad de ser seres pensantes.

## V. CONCLUSIONES

1. Se logró diseñar y validar la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales en estudiantes de 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.
2. Se realizó la validez de contenido por medio de 20 jueces expertos en el tema, 5 jueces en el primer piloto, 10 jueces en el segundo piloto y 5 jueces en los resultados finales.
3. La validez de constructo se realizó por medio de la correlación ítem – test e ítem – dimensión, donde se eliminaron los ítems con una significancia menor a .20.
4. En cuanto a la confiabilidad por separación de mitades se obtuvo una significancia de .725 lo cual es bueno y tanto la parte 1 como la parte 2 miden el mismo constructo.
5. En la confiabilidad por consistencia interna se utilizó el Alfa de Cronbach lo cual nos arrojó un puntaje general de .853, así mismo también se obtuvieron el Alfa de Cronbach de las dimensiones que tuvieron un puntaje en la dimensión 1 de .732, dimensión 2 de 7.29, dimensión 3 de 7.20 y dimensión 4 de 6.27.
6. En cuanto a los baremos se realizaron las tablas de percentiles del Total (Necesidad de Uso de Redes Sociales), Dimensión 1 (Búsqueda de elogios), Dimensión 2 (Búsqueda de aprobación), Dimensión 3 (Tiempo al uso) y Dimensión 4 (Satisfacción al uso).
7. La calificación de la escala es de tipo Likert, la duración para la aplicación es de 10 minutos y es aplicable para estudiantes de 3° a 5° de secundaria del distrito del Cercado de Lima.

8. Las interpretaciones de los resultados se realizaron de forma satisfactoria de acuerdo a los puntajes que se puedan obtener a través de la escala, además se realizaron interpretaciones cualitativas para que los puntajes obtenidos puedan ser interpretados de forma correcta.
  
9. Por último, la escala que inicialmente tuvo 32 de ítems se redujo a 21 ítems pasando por las pruebas pilotos, siendo este la escala final para ser aplicada.

## VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda seguir realizando investigaciones psicométricas que estudien la variable de necesidad de uso de redes sociales, así mismo también se incentiva a que la tecnología sea un tema importante para investigaciones y se puedan estudiar los diferentes tipos q existen y de qué manera puede perjudicar a las personas.
2. Por la escases de instrumentos psicométricos sobre este tema, se incentiva a que siga siendo estudiado, además de qué estas investigaciones sean de mucha ayuda para próximas investigaciones que se darán, además de que este problema debe de ser concientizado sobre las personas y poder prevenir el desarrollo de problemas que este puede dejar.
3. Se recomienda que esta prueba pueda ser adaptada para distintas poblaciones ya que en este caso es solo aplicable para los alumnos de 3° a 5° de secundaria del Distrito del Cercado de Lima.
4. Se recomienda que los jóvenes sean evaluados e identificar el problema para poder brindarles atención psicológica y talleres sobre este tema, además de brindar información de los problemas q este puede dejar.
5. Se recomienda que los padres sean informados sobre este tema y de esta manera conozcan las distintas maneras en que un adolescente puede desarrollar una necesidad a las redes sociales y puedan intervenir, ya que como hemos podido observar este problema se desencadena, por una baja autoestima, problemas para socializar, bajo nivel de habilidades interpersonales, etc.

## VII. REFERENCIAS

- Abad, F. Garrido, J. Olea J. & Ponsoda V. (2006). *Introducción a la Psicometría: Teoría clásica de los test y teoría de la respuesta al ítem*: Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de: <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/investigacion/mod/resource/view.php?id=917>
- Abuhadba, A. (2014). *Uso y abuso a redes sociales en jóvenes universitarios de 18 a 23 años de una universidad privada en el distrito de los olivos*. Lima, Perú.
- Aiken, L. (1980). Content validity and reliability of single items or questionnaires. *Educational and Psychological Measurement* 40, 955–959.
- Aiken, L. (1985). *Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings*. *Educational and Psychological Measurement*, 45, 131-142.
- Aliaga, J. y Giove, A. (1993). *Baremos de test psicológicos utilizados en el Perú*. Lima: Editorial Amauta. Recuperado de <http://www.conadisperu.gob.pe/observatorio/images/PDFs/S1-BaseDatos2008.pdf>
- Anastasi, A. (1974). *Test psicológicos*. Madrid, España: Aguilar. Recuperado de: [http://books.google.com.pe/books?id=FV01zgFuk0cC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.pe/books?id=FV01zgFuk0cC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=#v=onepage&q&f=false)

- Arellano Marketing. (2015). *Arellano Marketing*. Obtenido de:  
<http://www.arellanomarketing.com/inicio/estudio-nacional-del-consumidor-peruano/>
- Argibay, J. (2006). *Técnicas psicométricas. Cuestiones de validez y confiabilidad. Subjetividad y Procesos cognitivos*. Recuperado de  
[http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/bitstream/123456789/765/1/T%C3%A9nicas\\_psicom%C3%A9tricas.pdf](http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/bitstream/123456789/765/1/T%C3%A9nicas_psicom%C3%A9tricas.pdf)
- Aruguete, G. (2001). *Ponencia en las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad "Di Tella"*. Buenos Aires. Argentina.
- Bandura, A. y Richard, W. (1974). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Alianza Universidad. Recuperado de:  
[http://www.conductitlan.net/libros\\_y\\_lecturas\\_basicas\\_gratuitos/aprendizaje\\_social\\_desarrollo\\_de\\_la\\_personalidad\\_albert\\_bandura\\_richard\\_h\\_walters.pdf](http://www.conductitlan.net/libros_y_lecturas_basicas_gratuitos/aprendizaje_social_desarrollo_de_la_personalidad_albert_bandura_richard_h_walters.pdf)
- Basteiro, J. Robles, A. Juarros, J. y Pedrosa, I. (2013). *Adicción a las Redes Sociales: Creación y Validación de un Instrumento de Medida*. Facultad de Psicología – Universidad de Oviedo, España. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/258934148\\_Adiccion\\_a\\_las\\_redes\\_sociales\\_creacion\\_y\\_validacion\\_de\\_un\\_instrumento\\_de\\_medida\\_Social\\_networks\\_addiction\\_development\\_and\\_validation\\_of\\_an\\_assessment\\_instrument](https://www.researchgate.net/publication/258934148_Adiccion_a_las_redes_sociales_creacion_y_validacion_de_un_instrumento_de_medida_Social_networks_addiction_development_and_validation_of_an_assessment_instrument)
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Recuperado de:  
[https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=h4X\\_eFai59oC&oi=fnd&pg=PR13&dq=bernal+2006+cuantitativo+cualitativo&ots=vULB](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=h4X_eFai59oC&oi=fnd&pg=PR13&dq=bernal+2006+cuantitativo+cualitativo&ots=vULB)

[o9tmA1&sig= wZKsQFZEAcYUyWG2Y2EMfj3NdY#v=onepage&q&f=false](#)

Borja, C. (2010). *“Redes Sociales: Lo que hacen sus Hijos en Internet”*. Editorial: Club Universitario. ISBN: 978-84-9948-005-3.

Boyd, D. y Ellison, N. (2007). *Social network sites: Definición, history, and scholarship*. Journal of Computer – Mediated Communication, 13(1). Article 11.

Briones, G. (1995). *Métodos y Técnicas para las Ciencias Sociales*. 2ª. reimp., Ed. Trillas, México.

Castellanos, C. (2015). *Influencia de las Redes Sociales en la Relación de Pareja de Estudiantes de la Universidad Rafael Landívar*. (Tesis de Título). Universidad Rafael Landívar. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/42/Castellanos-Camila.pdf>

CEDRO (2016). *Uso y Abuso de las Redes Sociales Digitales en Adolescentes y Jóvenes*. Recuperado de: [http://www.repositorio.cedro.org.pe/bitstream/CEDRO/310/1/CEDRO\\_5376.Uso%20y%20abuso%20de%20las%20redes%20sociales.2016.pdf](http://www.repositorio.cedro.org.pe/bitstream/CEDRO/310/1/CEDRO_5376.Uso%20y%20abuso%20de%20las%20redes%20sociales.2016.pdf)

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*. Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado de: <http://www.upch.edu.pe/vrinve/dugic/revistas/index.php/RNP/article/view/1169/1201>

- COMSCORE. (13 de Junio de 2012). *comScore*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016. Digitalizado en <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Comunicados-de-prensa/2012/6/Latinoamerica-Es-La-Region-Mas-Involucrada-En-Redes-Sociales-a-Nivel-Global>
- Corral, Y. (2009). *Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos*. Revista de ciencias de la educación. Segunda etapa. Año 2009. Vol. 119, N° 33. Valencia, enero-junio. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Cronbach, L. (1972). *Fundamentos existenciales en la exploración psicológica clínica*. Madrid. España: biblioteca Nueva. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4895451.pdf>
- Cuyún, M. (2013). *Adicción a Redes Sociales en Jóvenes Estudio Realizado con Jóvenes de 14-16 Años del Colegio Liceo San Luís de Quetzal Tenango*. Quetzaltenango. Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>
- Díaz, V. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística*. Universidad FinisTerra. Santiago de Chile: MASTERS RIL Editores. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=ZPVtPpdFdGMC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=ZPVtPpdFdGMC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Doyal, L. y Gough, I. (1994). *Teoría de las Necesidades de Doyal y Gough*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016. Recuperado de <http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20>

[mirada%20PDF/Vol%20I/Cap%C3%ADtulo%206.%20Doyal%20y%20Gough.pdf](#)

Echeburúa, E. (1999). *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones*. Bilbao. Desclée de Brouwer.

Echeburúa, E. y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Madrid, España. Recuperado de: <file:///C:/Users/Pablo%20Pereda/Desktop/tesis%20renovar/ADICCION-A-LAS-REDES-SOCIALES.pdf>

Escobar, J. y Cuervo, A. (2002). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización*. Institución Iberoamericana, Colombia. *Avances en medición*,6, 27-36. Recuperado de: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educación/revista/n33/art12.pdf>

Escurrea, M. y Salsa, E. (2014). *Construcción y Validación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Universidad de San Martín de Porres – Lima, Perú. <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>

Fumero, A. (2010). *“Una Revisión Crítica más allá de la Comunicación”*. UPM: Cultura Digital y Vida Cotidiana en Iberoamérica. Número 73.

García, J. (2013). *Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales*. Universidad Miguel Hernández, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83928046001>

George, D. y Mallery, P. (2003). *spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 Update (4.<sup>a</sup> ed.). Boston: Allyn & Bacon.

- Go-Globe. (26 de Diciembre de 2014). *Social Media Addiction – Statistics and Trends*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016. Digitalizado en <http://www.go-globe.com/blog/social-media-addiction/>
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6° ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Kline, P. (1986). *A Handbook of Test construction: Introduction to psychometric design*. London: Methuen. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=OhTICQAAQBAJ&pg=PT23&pg=PT23&dq=kline+0.20+items&source=bl&ots=AM5zUP2Wty&sig=GjB7W88x1Tf\\_GZiB1i5dPWgfecA&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=OhTICQAAQBAJ&pg=PT23&pg=PT23&dq=kline+0.20+items&source=bl&ots=AM5zUP2Wty&sig=GjB7W88x1Tf_GZiB1i5dPWgfecA&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Luque, L. Aramburú, E. y Gómez, R. (2015) *Escala de Adicción a Facebook. Propiedades Psicométricas en población universitaria*. Facultad de Psicología - Universidades de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <http://www.aacademica.org/000-015/938>
- Martín, L. & Mujica, S. (4 de Junio de 2010). *LACCEI.Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutio*. Recuperado de [http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/TTL146\\_SanMartin.pdf](http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/TTL146_SanMartin.pdf)
- Martínez, M. Hernández, M. y Hernández, M. (2014). *Psicometría*. Editorial Alianza. p, 101. España, Madrid
- Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad* (Tercera Edición ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A. Recuperado de <https://docs.google.com/file/d/0B5DgQx9G3Yu2ckpmV0RiTjXJmakU/edit?pli=1>

- Maslow, A. (1943). *Teoría de la Motivación Humana*. Recuperado el 10 de Octubre del 2016, de: <http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20mirada%20PDF/Vol%20I/Cap%C3%ADtulo%203.%20Maslow.pdf>
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la Motivación Humana*. Madrid: Editorial Narcca. Recuperado el 17 de Mayo del 2017. Digitalizado en: <https://psicuagtab.files.wordpress.com/2012/06/mcclelland-david-estudio-de-la-motivacion-humana.pdf>
- Mejía, V. (2015). *Análisis de la Influencia de las Redes Sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi*. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/7468/1/TESIS%20%20C OMPLETA.pdf>
- Meneses, J. Barrios, M. Lozano, L. Bonillo, A. Cosculluela, A. Valer, S. (2014). *Psicometria.ed UEC*.
- Molina, G. y Toledo, R. (2014). *Las Redes Sociales y su Influencia en el Comportamiento de los Adolescentes*. Cuenca. Ecuador. Universidad del Uzuay. Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Moncada, S. Llorens, C. Navarro, A. Kristenses, T. (2005). *ISTAS21: Versión en lengua castellana del cuestionario psicosocial de Copenhague (COPSOQ)*. Archivos de Prevención de Riesgos Laborales, 8(1), 18-29. Recuperado de: <http://www.istas.ccoo.es/descargas/8n1orig1.pdf>

- Montero, I. & León, O. (2007). *Guía para Nombrar los Estudios en Psicología*. International Journal of Clinical and Health Psychology. Vol 7, No 3, pp 867-862.
- Mújica, J. (2010, 8 de marzo). *Redes Sociales: historia, oportunidades y retos*. Recuperado el 10 de Octubre del 2016, de: [http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id\\_noticia=16428](http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428)
- Muñiz, J. (2010). *Las teorías de los test: teoría de respuesta a los ítems*. Facultad de Psicología. Universidad de Oviedo. Papeles de psicología. Recuperado de: <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1796.pdf>
- Muñiz, J. Elosua, P. y Hambleton, R. (2013). *Directrices para la traducción y adaptación de los test*: Segunda edición. Psicotema 2013, Vol. 25, N° 2, pp. 151-157. ISSN 0214-9915 CODEN PSOTEG. Recuperado de: <http://www.cop.es/pdf/dtyatest.pdf>
- Nunnally, J. (1967). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill. Recuperado el 14 de Junio del 2017. Digitalizado en: [https://books.google.com.pe/books/about/Psychometric\\_theory.html?id=abJqAAAAMAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Psychometric_theory.html?id=abJqAAAAMAAJ&redir_esc=y)
- Nunnally, J. (1978), *Psychometric Theory*, New York, McGraw-Hill. Recuperado el 17 de Mayo del 2017. Digitalizado en: <http://www2.df.gob.mx/virtual/evaluadf/docs/gral/taller2015/S0202EAC.pdf>
- Nunnally, J. & Bernstein, I. (1995). *Teoría Psicométrica* (3ª ed). México, D.F.: McGraw-Hill Latinamericana.

- Ojeda, A (2010). *Psicología Iberoamericana*. México. Recuperado el 08 de Mayo del 2017. Digitalizado en: <http://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936001.pdf>
- Pérez, C. (2013). *Análisis multivariante de datos. Aplicaciones con IBM SPSS, SAS y ATATGRAPHICS*. Madrid, España: Garceta Grupo Editorial.
- Pérez, J. Chacón, S. y Moreno, R. (2000). *Validez de constructo: El uso del análisis exploratorio-confirmatorio para obtener evidencia de validez. Universidad de Sevilla*. *Psicotema*, 2000. Vol. 12, Supl. N°2, pp. 442-446. Recuperado de <http://cdeporte.rediris.es/revista/inpress/artanalisis657.pdf>
- Pérez, J. Chacón, S. y Moreno, R. (2000). *Validez de constructo: El uso del análisis exploratorio-confirmatorio para obtener evidencia de validez. Universidad de Sevilla*. *Psicotema*, 2000. Vol. 12, Supl. N°2, pp.442-446. Recuperado de <http://cdeporte.rediris.es/revista/inpress/artanalisis657.pdf>
- Reyes, F. (2010). Tesis: “*El uso de las Redes Sociales*”. Facultad de Ciencias Humanas de la UABC. Universidad Autónoma de Baja California. México.
- Riechmann, J. (1997). *Necesitar, Desear, Vivir, Sobre Necesidades, Desarrollo Humano, Crecimiento Económico y Sustentabilidad*. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=VK1AiEQI89UC&pg=PA39&lpq=PA39&dq=Len+Doyal+e+lan+Gough+1994&source=bl&ots=Rt-I\\_whDqW&sig=Z33fc5kasdIKLRQ2mPvPQ2R-sAo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY7NCc3PfPAhVCQyYKHYYIGDB8Q6AEIMjAE#v=onepage&q=Len%20Doyal%20e%20lan%20Gough%201994&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=VK1AiEQI89UC&pg=PA39&lpq=PA39&dq=Len+Doyal+e+lan+Gough+1994&source=bl&ots=Rt-I_whDqW&sig=Z33fc5kasdIKLRQ2mPvPQ2R-sAo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY7NCc3PfPAhVCQyYKHYYIGDB8Q6AEIMjAE#v=onepage&q=Len%20Doyal%20e%20lan%20Gough%201994&f=false)

- Rodríguez, C. y Caño, A. (2012). *Autoestima en la Adolescencia: Análisis y Estrategias de Intervención*. Universidad de Málaga. España. Recuperado de: <http://www.ijpsy.com/volumen12/num3/337/autoestima-en-la-adolescencia-analisis-ES.pdf>
- Sangama, A. (2014). Tesis: *Uso y Abuso a las Redes Sociales en los escolares del 3er a 5to Año de Educación Secundaria de las Instituciones Educativas de Carabayllo – 2014*. Universidad César Vallejo.
- Shapira, N. Goldsmith, T. Keck, P. Khosla, U. y Mc Elroy, S. (2000). Psychiatric features of individuals with problematic Internet use. *Journal of Affective Disorders*, 57, 267-272
- Tipantuña, K. (2013). *Adicción a Internet y sus consecuencias en Adolescentes de la ciudad de Quito en el Año 2013*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5936/T-PUCE-6101.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torrejón, J. (2014). *Las Redes Sociales y el Aprendizaje Escolar de los Alumnos del 5to año de Educación Secundaria de la Institución Educativa San Felipe. Distrito de Comas 2014*. (Tesis Inédita de Maestría). Universidad César Vallejo.
- Valderrama, S. y León, L. (2009). *Técnica e instrumentos para la obtención de datos en la investigación científica*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Zapata, A. y Labrador, E. (2011). *Desarrollo de una Escala de Actitudes hacia Redes Sociales en Selección de Personal*. Universidad central de Bayamón, Puerto Rico. Recuperado el día 02 de Junio del 2017.

Digitalizado

en:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4905088.pdf>

**VIII. ANEXOS**

# **ANEXOS**

## ANEXO 1: ESCALA – PILOTO 1

### Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales

Autor: Miguel Angel Pereda Pichilingue

Colegio : Grado :  
N° de prueba : Edad :  
Sexo : Fecha :

En el siguiente cuadro encontrarás algunas preguntas acerca del uso de las redes sociales, lee atentamente cada pregunta y marca la respuesta que se aproxime más a ti.

1 = Nunca

2 = Casi Nunca

3 = Casi Siempre

4 = Siempre

N°	PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	Hago uso de las redes sociales cuando deseo conversar con personas.	1	2	3	4
2	Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
3	Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	1	2	3	4
4	Dedico mucho tiempo al uso de redes sociales.	1	2	3	4
5	Hago uso de las redes sociales cuando me encuentro en una reunión.	1	2	3	4
6	Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	1	2	3	4
7	Me divierto más con mis amigos por medio de las redes sociales que en persona.	1	2	3	4
8	Mis amistades se han visto perjudicadas por el uso constante que tengo a las redes sociales.	1	2	3	4
9	Veo a las redes sociales como espacio indispensable para tener conversaciones.	1	2	3	4
10	Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
11	No duermo las horas suficientes por pasar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
12	Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	1	2	3	4

13	Las redes sociales no definen mi estado de ánimo.	1	2	3	4
14	Me es más fácil expresar lo que siento por medio de las redes sociales.	1	2	3	4
15	Prefiero estar en casa y no salir para hacer uso de las redes sociales.	1	2	3	4
16	Prefiero realizar trabajos grupales por medio de las redes sociales.	1	2	3	4
17	Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	1	2	3	4
18	Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente	1	2	3	4
19	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	1	2	3	4
20	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos.	1	2	3	4
21	Me siento triste o mal conmigo mismo cuando las publicaciones que realizo no tienen ningún Like o Comentario.	1	2	3	4
22	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	1	2	3	4
23	Siento que en casa no me prestan mucha atención por eso hago uso las redes sociales.	1	2	3	4
24	Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.	1	2	3	4
25	Imito conductas de personas populares para ser conocido por otras personas.	1	2	3	4
26	Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ello.	1	2	3	4
27	Me interesa saber las novedades de las redes sociales, para hacer lo mismo y sentir la aprobación del resto.	1	2	3	4
28	Cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones me hace sentir muy mal.	1	2	3	4
29	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	1	2	3	4
30	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.	1	2	3	4
31	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	1	2	3	4
32	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	1	2	3	4

## ANEXO 2: ESCALA – PILOTO 2

### Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP)

Autor: Miguel Angel Pereda Pichilingue

Colegio : Grado :  
Nº de prueba : Edad :  
Sexo : Fecha :

En el siguiente cuadro encontrarás algunas preguntas acerca del uso de las redes sociales, lee atentamente cada pregunta y marca la respuesta que se aproxime más a ti.

1 = Nunca

2 = Casi Nunca

3 = Casi Siempre

4 = Siempre

Nº	PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
2	Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	1	2	3	4
3	Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	1	2	3	4
4	Cuando estoy en una reunión no hago uso de las redes sociales.	1	2	3	4
5	Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	1	2	3	4
6	Prefiero interactuar con mis amigos personalmente que por las redes sociales.	1	2	3	4
7	Mis amistades se han visto perjudicadas porque hago un uso constante de las redes sociales.	1	2	3	4
8	Puedo mantener una conversación sin hacer uso de las redes sociales.	1	2	3	4
9	Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
10	Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
11	Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	1	2	3	4
12	Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	1	2	3	4

13	Prefiero realizar trabajos grupales por medio de las redes sociales.	1	2	3	4
14	Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	1	2	3	4
15	Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente	1	2	3	4
16	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	1	2	3	4
17	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos.	1	2	3	4
18	Cuando hago publicaciones en mi red social me siento bien aunque nadie le haya dado un Like o hayan comentado.	1	2	3	4
19	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	1	2	3	4
20	Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales.	1	2	3	4
21	Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.	1	2	3	4
22	Considero que no es necesario imitar a otras personas para ser popular en las redes sociales.	1	2	3	4
23	Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	1	2	3	4
24	Considero que tengo mi propia personalidad, sin necesidad de imitar a una persona popular para tener la aprobación de mis contactos.	1	2	3	4
25	Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.	1	2	3	4
26	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	1	2	3	4
27	Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida.	1	2	3	4
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	1	2	3	4
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	1	2	3	4

## ANEXO 3: ESCALA FINAL

### Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP)

Autor: Miguel Angel Pereda Pichilingue

Colegio : Grado :

Nº de prueba : Edad :

Sexo : Fecha :

En el siguiente cuadro encontrarás algunas preguntas acerca del uso de las redes sociales, lee atentamente cada pregunta y marca la respuesta que se aproxime más a ti.

1 = Nunca

2 = Casi Nunca

3 = Casi Siempre

4 = Siempre

Nº	PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	1	2	3	4
2	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	1	2	3	4
3	Imito cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para captar la atención de las personas en mí.	1	2	3	4
4	Las redes sociales hacen que mi vida sea feliz y divertida.	1	2	3	4
5	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	1	2	3	4
6	Suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	1	2	3	4
7	Hago uso de las redes sociales, porque en casa mis familiares no me prestan atención.	1	2	3	4
8	Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.	1	2	3	4
9	El aspecto físico es muy importante para entablar nuevas amistades.	1	2	3	4
10	Me siento mejor conmigo mismo cuando tengo un mayor número de amistades en las redes sociales.	1	2	3	4
11	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	1	2	3	4
	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales				

12	donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos.	1	2	3	4
13	Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	1	2	3	4
14	Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	1	2	3	4
15	Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
16	Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	1	2	3	4
17	Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
18	Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
19	Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	1	2	3	4
20	Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	1	2	3	4
21	Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	1	2	3	4

## **ANEXO 4: LISTA DE JUECES**

### **Validez de Contenido – Lista de Jueces Expertos**

Para diseñar la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP) se sometió a evaluación todos los ítems a través del análisis de criterio de Jueces por parte de los expertos en el área clínico, educativo y social. A continuación se menciona a los Jueces que participaron del proceso de validación de los reactivos de la presente Escala.

J1 : Mg. Antonio Serpa Barrientos

J2 : Mg. Carlos Ventura David

J3 : Mg. Hugo Corrales Felipe

J4 : Mg. Joe Sáenz Torres

J5 : Mg. Richard Pérez Apaza

- Jueces que participaron en el primer proceso de validez de contenido.

El índice fue establecido a través del formato de Bondad, Claridad y Gramatical. Este formato evalúa el grado que posee cada ítem con la dimensión a que pertenece.

## Validez de Contenido – Lista de Jueces Expertos

Para diseñar la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP) se sometió a evaluación todos los ítems a través del análisis de criterio de Jueces por parte de los expertos en el área clínico, educativo y social. A continuación se menciona a los Jueces que participaron del proceso de validación de los reactivos de la presente Escala.

- J1 : Dr. Juan José Kaneko Aguilar
- J2 : Mg. Elsa Bontempo Lozano
- J3 : Mg. José Luís Pereyra Quiñones
- J4 : Mg. Milagros Cubas Peti
- J5 : Mg. Juan José Sandoval Cruzatt
- J6 : Mg. Karina Sánchez Llanos
- J7 : Mg. Luís Alberto Barboza Zelada
- J8 : Mg. Antonella Arguelles De la Cruz
- J9 : Mg. Erika Roxana Estrada Alomia
- J10 : Mg. Victor Espino Sedano

- Jueces que participaron en el segundo proceso de validez de contenido.

El índice fue establecido a través del formato de Claridad, Pertinencia y Relevancia. Este formato evalúa el grado que posee cada ítem con la dimensión a que pertenece.

## Validez de Contenido – Lista de Jueces Expertos

Para diseñar la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP) se sometió a evaluación todos los ítems a través del análisis de criterio de Jueces por parte de los expertos en el área clínico, educativo y social. A continuación se menciona a los Jueces que participaron del proceso de validación de los reactivos de la presente Escala.

- J1 : Mg. Livia Altamirano Ortega
- J2 : Mg. Juan José Sandoval Cruzatt
- J3 : Mg. Milagros Cubas Peti
- J4 : Mg. Elsa Bontempo Lozano
- J5 : Mg. Karina Sánchez Llanos

- Jueces que participaron en el proceso final de la validez de contenido.

El índice fue establecido a través del formato de Claridad, Pertinencia y Relevancia. Este formato evalúa el grado que posee cada ítem con la dimensión a que pertenece.

## ANEXO 5: RESULTADOS DEL PILOTO 1

### Prueba Piloto 1

La muestra del estudio piloto estuvo conformada por 50 estudiantes con las mismas características que los de la muestra final, es decir, estudiantes de 3° a 5° de educación secundaria, del sexo masculino del PCN Nuestra Señora de Guadalupe.

El siguiente estudio se llevó a cabo con la finalidad de determinar la claridad del instrumento creado; así mismo de detectar el nivel de comprensión, de dificultad y ambigüedad de los ítems; por último establecer el tiempo de duración.

#### 3.10.1.1. Validez de Contenido: Criterio de Jueces

Tabla 23

*V de Aiken - Pertinencia*

ITEMS	J1	J2	J3	J4	J5	SUMA	V AIKEN
1	1	1	1	1	1	5	1
2	1	1	1	1	1	5	1
3	1	1	1	1	1	5	1
4	1	1	1	1	1	5	1
5	1	1	1	1	0	4	0,8
6	1	1	1	1	1	5	1
7	1	1	1	1	1	5	1
8	1	1	1	0	1	4	0,8
9	1	1	1	1	1	5	1
10	1	1	1	1	1	5	1
11	1	1	1	1	1	5	1
12	1	1	1	1	1	5	1

13	1	1	1	0	0	3	0,6
14	1	1	1	1	1	5	1
15	1	1	1	1	1	5	1
16	1	1	1	1	1	5	1
17	1	1	1	1	1	5	1
18	1	1	1	1	1	5	1
19	1	1	1	1	1	5	1
20	1	1	1	1	1	5	1
21	1	1	1	1	1	5	1
22	1	1	1	1	1	5	1
23	1	1	1	1	1	5	1
24	1	1	1	1	0	4	0,8
25	1	1	1	1	1	5	1
26	1	1	1	0	1	4	0,8
27	1	1	1	1	1	5	1
28	1	1	1	1	1	5	1
29	1	1	1	1	1	5	1
30	1	1	1	1	1	5	1
31	1	1	1	1	1	5	1
32	1	1	1	1	1	5	1

---

Bajo el criterio de la V de Aiken fue eliminado el ítem 13 ya que presentaba un puntaje de 0,6 a nivel de pertinencia, así como nos indica el autor que debe ser eliminado aquel ítem que presente un puntaje menor a 0,8 ( $<0,8$ ). (Aiken, 1980)

Ítem 13: Las Redes Sociales no definen mi estado de ánimo

Tabla 24

Correlación (ítem - test)

<b>Correlaciones</b>		<b>TOTAL</b>
Item1. Hago uso de las redes sociales cuando deseo conversar con personas.	Coefficiente de correlación	.275
	Sig. (bilateral)	.054
Item2. Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	Correlación de Pearson	,319*
	Sig. (bilateral)	.024
Item3. Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	Correlación de Pearson	,514**
	Sig. (bilateral)	.000
Item4. Dedico mucho tiempo al uso de redes sociales.	Correlación de Pearson	,464**
	Sig. (bilateral)	.001
Item5. Hago uso de las redes sociales cuando me encuentro en una reunión.	Correlación de Pearson	,465**
	Sig. (bilateral)	.001
Item6. Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	Correlación de Pearson	,404**
	Sig. (bilateral)	.004
Item7. Me divierto más con mis amigos por medio de las redes sociales que en persona.	Correlación de Pearson	,340*
	Sig. (bilateral)	.016
Item8. Mis amistades se han visto perjudicadas por el uso constante que tengo a las redes sociales.	Correlación de Pearson	,422**
	Sig. (bilateral)	.002
Item9. Veo a las redes sociales como espacio indispensable para tener conversaciones.	Correlación de Pearson	,603**
	Sig. (bilateral)	.000
Item10. Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	Correlación de Pearson	,547**
	Sig. (bilateral)	.000
Item11. No dormo las horas suficientes por pasar más tiempo en las redes sociales.	Correlación de Pearson	,446**
	Sig. (bilateral)	.001
Item12. Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	Correlación de Pearson	,380**
	Sig. (bilateral)	.007
Item14. Me es más fácil expresar lo que siento por medio de las redes sociales.	Correlación de Pearson	.201
	Sig. (bilateral)	.162
Item15. Prefiero estar en casa y no salir para hacer uso de las redes sociales.	Correlación de Pearson	,456**
	Sig. (bilateral)	.001

Item16. Prefiero realizar trabajos grupales por medio de las redes sociales.	Correlación de Pearson	,465**
	Sig. (bilateral)	.001
Item17. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	Correlación de Pearson	,665**
	Sig. (bilateral)	.000
Item18. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente	Correlación de Pearson	,437**
	Sig. (bilateral)	.002
Item19. Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	Correlación de Pearson	,580**
	Sig. (bilateral)	.000
Item20. Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos.	Correlación de Pearson	,590**
	Sig. (bilateral)	.000
Item21. Me siento triste o mal conmigo mismo cuando las publicaciones que realizo no tienen ningún Like o Comentario.	Correlación de Pearson	,601**
	Sig. (bilateral)	.000
Item22. Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	Correlación de Pearson	,600**
	Sig. (bilateral)	.000
Item23. Siento que en casa no me prestan mucha atención por eso hago uso las redes sociales.	Correlación de Pearson	,671**
	Sig. (bilateral)	.000
Item24. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.	Correlación de Pearson	,584**
	Sig. (bilateral)	.000
Item25. Imito conductas de personas populares para ser conocido por otras personas.	Correlación de Pearson	,609**
	Sig. (bilateral)	.000
Item26. Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ello.	Correlación de Pearson	,522**
	Sig. (bilateral)	.000
Item27. Me interesa saber las novedades de las redes sociales, para hacer lo mismo y sentir la aprobación del resto.	Correlación de Pearson	,503**
	Sig. (bilateral)	.000
Item28. Cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones me hace sentir muy mal.	Correlación de Pearson	,411**
	Sig. (bilateral)	.003
Item29. Subo nuevas fotos con la única intención de que	Correlación de Pearson	,476**

comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	Sig. (bilateral)	.000
Item30. Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.	Correlación de Pearson	,610**
	Sig. (bilateral)	.000
Item31. A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales para sentirme superior a ellos.	Correlación de Pearson	,602**
	Sig. (bilateral)	.000
Item32. Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	Correlación de Pearson	,669**
	Sig. (bilateral)	.000
TOTAL	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	

La siguiente tabla nos muestra que todos los ítems muestran correlación, así como nos indica Kline (1986) ya que un puntaje negativo se considera menor a 0,20 (<0,20), sin embargo se decidió eliminar los ítems 1 y 14 por decisión propia por no tener mucha relevancia.

Tabla 25

*Eliminación de ítems*

<b>Ítem Eliminados</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ítem 1: Hago uso de las redes sociales cuando deseo conversar con personas.</li> <li>• Ítem 14: Me es más fácil expresar lo que siento por medio de las redes sociales.</li> </ul>

A través de la correlación ítem – test se presentaron 31 ítems de los cuales se eliminaron 2 ítems.

### 3.10.1.2. Fiabilidad por consistencia interna a través del Alfa de Cronbach

Tabla 26

*Alfa de Cronbach*

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,903	29

Como se puede apreciar el alfa de Cronbach es un puntaje de ,903 lo cual nos indica que la prueba es confiable y mide correctamente el constructo planteado en esta investigación.



26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
27	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	9	0.9
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1

Tabla 28

*V de Aiken – Pertinencia*

PERTINENCIA												
Ítem	Jueces										S	V. AIKEN
	J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	J8	J9	J10		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9

Tabla 29

*V de Aiken - Relevancia*

RELEVANCIA												
Ítem	J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	J8	J9	J10	S	V.AIKEN
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9

Tabla 30

*V de Aiken – General*

---

<b>V.AIKEN GENERAL</b>
1.00
1.00
0.93
0.97
0.93
1.00
1.00
0.93
1.00
0.90
0.93
0.97
1.00
1.00
0.93
1.00
1.00
0.93
1.00
1.00
1.00
1.00
0.93
0.97
1.00
0.90
1.00
0.93

---

Podemos apreciar en el cuadro de claridad, pertinencia, relevancia y general que ningún ítem fue eliminado, ya que con la calificación que los 10 jueces dieron a la prueba arroja un puntaje de 0.8 a más. (Aiken, 1980)

### 3.10.1.4. Normalidad

Tabla 31

*Prueba de Kolmogorov – Smirnov (Total)*

<b>Pruebas de normalidad</b>			
Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			
	Estadístico	gl	Sig.
TOTAL	.076	145	.040
DIM1	.085	145	.013
DIM2	.109	145	.000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En las siguientes tablas se aprecian que tanto el Total de la prueba como las dimensiones de Relaciones Sociales y Autoestima presentan una distribución no normal, por lo que se emplearan estadísticos no paramétricos, lo que indica que se dará una correlación por medio de Spearman.

### 3.10.1.5. Validez de Constructo

### 3.10.1.6. Correlación Ítem – Test e Ítem – Dimensión

Tabla 32

*Correlación Ítem – Test*

<b>Correlaciones</b>			TOTAL
Item1. Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	Coefficiente de correlación		,366**
	Sig. (bilateral)		.000
Item2. Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	Coefficiente de correlación		,495**
	Sig. (bilateral)		.000
Item3. Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	Coefficiente de correlación		,522**
	Sig. (bilateral)		.000
Item4. Cuando estoy en una reunión no hago uso de las	Coefficiente de correlación		.067
	Sig. (bilateral)		

redes sociales.	Sig. (bilateral)	.426
Item5. Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,287** .000
Item6. Prefiero interactuar con mis amigos personalmente que por las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,274** .001
Item7. Mis amistades se han visto perjudicadas porque hago un uso constante de las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,376** .000
Item8. Puedo mantener una conversación sin hacer uso de las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.076 .365
Item9. Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,514** .000
Item10. Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,612** .000
Item11. Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,514** .000
Item12. Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,466** .000
Item13. Prefiero realizar trabajos grupales por medio de las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,387** .000
Item14. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,604** .000
Item15. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,334** .000
Item16. Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,646** .000
Item17. Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptado por ellos.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,492** .000
Item18. Cuando hago publicaciones en mi red social me siento bien aunque nadie le haya dado un Like o hayan comentado.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.056 .501
Item19. Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,517** .000
Item20. Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,339** .000
Item21. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes	Coeficiente de correlación	,352**

sociales para que la gente se fije en mí.	Sig. (bilateral)	.000
Item22. Considero que no es necesario imitar a otras personas para ser popular en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,262** .001
Item23. Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,532** .000
Item24. Considero que tengo mi propia personalidad, sin necesidad de imitar a una persona popular para tener la aprobación de mis contactos.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.126 .131
Item25. Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,363** .000
Item26. Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,581** .000
Item27. Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,449** .000
Item28. A veces suelo hablar mal de las persona dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,478** .000
Item29. Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,444** .000
TOTAL	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1.000

La siguiente tabla nos muestra que el ítem 4, 8, 18 y 24 no tienen correlación con el test por presentar un puntaje menor a 0,20 (<0,20) es por esto que se optó por la eliminación de estos ítems. (Kline, 1986)

Tabla 33

*Eliminación de ítems*

---

<b>Ítem Eliminados</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ítem 4: Cuando estoy en una reunión no hago uso de las redes sociales.</li><li>• Ítem 8: Puedo mantener una conversación sin hacer uso de las redes sociales.</li><li>• Ítem 18: Cuando hago publicaciones en mi red social me siento bien aunque nadie le haya dado un Like o Hayan comentado.</li><li>• Ítem 24: Considero que tengo mi propia personalidad, sin necesidad de imitar a una persona popular para tener la aprobación de mis contactos.</li></ul>

---

Estos fueron los ítems eliminados por no presentar correlación con la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales.

Tabla 34

*Correlación Ítem – Dimensión (Relaciones Sociales)*

<b>Correlaciones</b>		<b>DIM1</b>
Item1. Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,506** .000
Item2. Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,574** .000
Item3. Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,670** .000
Item5. Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,500** .000
Item6. Prefiero interactuar con mis amigos personalmente que por las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,386** .000
Item7. Mis amistades se han visto perjudicadas porque hago un uso constante de las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,363** .000
Item9. Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,612** .000
Item10. Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,707** .000
Item11. Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,583** .000
Item12. Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,547** .000
Item13. Prefiero realizar trabajos grupales por medio de las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,389** .000
DIM1	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1.000

La siguiente tabla nos muestra que existe correlaciones en todos los ítems por presentar un puntaje mayor a 0,20 es por esto que no se eliminó ningún ítem. (Kline, 1986)

Tabla 35

*Correlación Ítem – Dimensión (Autoestima)*

<b>Correlaciones</b>		<b>DIM2</b>
Item14. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,701** .000
Item15. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,405** .000
Item16. Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,669** .000
Item17. Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptado por ellos.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,597** .000
Item19. Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,553** .000
Item20. Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,427** .000
Item21. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,460** .000
Item22. Considero que no es necesario imitar a otras personas para ser popular en las redes sociales.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,262** .001
Item23. Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,618** .000
Item25. Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,460** .000
Item26. Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,642** .000

Item27. Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida.	Coefficiente de correlación	,575**
	Sig. (bilateral)	.000
Item28. A veces suelo hablar mal de las persona dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	Coefficiente de correlación	,543**
	Sig. (bilateral)	.000
Item29. Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	Coefficiente de correlación	,407**
	Sig. (bilateral)	.000
DIM2	Coefficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	

La siguiente tabla nos muestra que existe correlaciones en todos los ítems por presentar un puntaje mayor a 0,20. (Kline, 1986)

#### 3.10.1.7. Confiabilidad por consistencia Interna

En las siguientes tablas veremos la fiabilidad del Instrumento y de las dimensiones, para lo cual se obtuvo a través del método de Consistencia Interna, utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach.

Tabla 36

*Alfa de Cronbach – Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales*

<b>ESCALA: NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.850	25

Como se puede apreciar el alfa de Cronbach de toda la prueba es un puntaje de ,850 lo cual nos indica que la prueba es confiable y mide correctamente el constructo planteado en esta investigación.

Tabla 37

*Alfa de Cronbach – Dimensión 1 (Relaciones Sociales)*

<b>DIMENSIÓN 1: RELACIONES SOCIALES</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.759	11

Como se puede apreciar el alfa de Cronbach de la dimensión Relaciones Sociales se obtuvo un puntaje de ,759 lo cual nos indica que la prueba es confiable y mide correctamente la dimensión planteada en esta investigación.

Tabla 38

*Alfa de Cronbach – Dimensión 2 (Autoestima)*

<b>DIMENSIÓN 2: AUTOESTIMA</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.790	14

Como se puede apreciar el alfa de Cronbach de la dimensión Autoestima es de un puntaje de ,790 lo cual nos indica que la prueba es confiable y mide correctamente la dimensión planteada en esta investigación.

### 3.10.1.8. Análisis Factorial

Tabla 39

*KMO y Prueba de Bartlett*

<b>KMO y prueba de Bartlett</b>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.790
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1067.874
	gl	300
	Sig.	.000

El Kaiser-Meyer-Olkin es un indicador que se construye con los coeficientes de correlación. Si el valor se acerca a 1 hay más grado de correlación. Si es menor de 0.05 la prueba no aplica, Ya que, de 0.5 para arriba nos dice que las variables están tan correlacionadas que pueden reducirse, en este caso obtuvimos una puntuación de .790. La prueba de esfericidad de Barlett, indica que la Sig = 0.00 es menor a 0.05 por lo tanto si hay correlaciones entre las variables lo cual la prueba aplica para estos datos.

### 3.10.1.9. Validez de Constructo

Tabla 40

*Análisis factorial exploratorio – Matriz de componentes rotados*

	<b>Matriz de componentes rotados<sup>a</sup></b>							
	Componente							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Item3.	.766							
Item10.	.699							
Item1.	.693							

Item9.	.524		
Item17.	.812		
Item14.	.658		
Item28.	.617		
Item6.	.428		
Item25.	.742		
Item21.	.709		
Item23.	.486		
Item20.	.461		
Item7.		.755	
Item15.		.587	
Item16.		.401	
Item5.		.845	
Item11.		.675	
Item12.		.480	
Item19.			.760
Item2.			.491
Item26.			.488
Item 29.			.659
Item27.			.545
Item22.			.748
Item13.			.569

---

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 23 iteraciones.

Para la primera dimensión se le llamó Tiempo de Uso la cual está conformada por los ítems 3, 10, 1 y 9; para la segunda dimensión se le llamó Relaciones sociales la cual está conformada por los ítems 17,14, 28 y 6; para la tercera dimensión se le llamó Búsqueda de Aprobación que está conformada por los ítems 25, 21, 23 y 20; para la cuarta dimensión se le llamó Relaciones Amicales la cual está conformada por los ítems 7, 15 y 16; para la quinta dimensión se le puso como nombre Satisfacción al Uso la cual está

conformada por los ítems 5, 11 y 12; por último la sexta dimensión se le llamó Búsqueda de Elogios la cual está conformada por los ítems 19, 2 y 26. Al final se consideró el ítem 22 en la Dimensión 3 Búsqueda de Aprobación; el ítem 29 en la Dimensión 6 Búsqueda de Elogios y el ítem 27 en la Dimensión 5 Satisfacción al Uso; siendo el ítem 13 eliminado por no pertenecer a ninguna dimensión. La técnica de extracción que se usa por omisión en el análisis factorial que posee el paquete estadístico SPSS, es la de componentes principales; mientras que la técnica de rotación es la llamada rotación ortogonal Varimax. Con ella los cálculos se realizan de tal manera que la tendencia de cada variable de pesar alto en un solo factor se maximice lo que se denomina varianza máxima. (Moncada, Llorens, Navarro y Kristenses, 2005)

Tabla 41

*Eliminación de ítems*

El ítem eliminado por no pertenecer a ninguna dimensión de la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales.

<b>Ítem Eliminado</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ítem 13: Prefiero realizar trabajos grupales por medio de las redes sociales</li></ul>

Cuando se terminó de realizar el Estudio Piloto, se hicieron algunas preguntas a la muestra aplicada, con respecto a la claridad del instrumento, si entendían las preguntas que estaban en la escala, si sonaban aburridas, complicadas o no interesantes, y también si daban alguna sugerencia para mejorar el instrumento; como resultado la muestra manifestó una percepción positiva de la escala diseñada. Terminado el Estudio Piloto se construyó la versión final del instrumento.

## ANEXO Nº 07

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TÍTULO:** Diseño de una escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima  
**AUTOR:** Miguel Angel Pereda Pichilingue

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES				
<p><b>Problema principal:</b></p> <p>¿Se puede diseñar y validar la escala de Necesidad de uso de Redes Sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Diseñar y validar la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>1. Determinar la validez de contenido de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p> <p>2. Determinar la validez de constructo de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p> <p>3. Determinar la confiabilidad por separación de mitades de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p> <p>4. Determinar la confiabilidad por consistencia interna de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p> <p>5. Elaborar los baremos de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p> <p>6. Determinar la calificación de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p> <p>7. Elaborar la interpretación de la escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p>	<b>Variable: Necesidad de Uso de Redes Sociales</b>				<b>Medición de la variable Necesidad de Uso de Redes Sociales</b>
		<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Rangos</b>	Rango de puntuación  Bajo [27 – 40]  Medio [41 – 47]  Alto [48 – 71]
		Búsqueda de Elogios	Llamar la Atención	Ítem 1, 2, 3	Bajo [8 – 9] Medio [10 – 12]	
			Autoestima	Ítem 4, 5, 6, 7, 8	Alto [13 – 23]	
		Búsqueda de Aprobación	Relaciones Amicales	Ítem 9, 10, 11, 14	Bajo [6 – 8] Medio [9 – 11]	
			Grupos Sociales	Ítem 12, 13	Alto [12 – 19]	
		Tiempo de Uso	Manejo del Tiempo	Ítem 15, 16	Bajo [4 – 7] Medio [8]	
			Desorden Actividades	Ítem 17, 18	Alto [9 – 15]	
		Satisfacción al Uso	Placer al Uso	Ítem 19, 20	Bajo [4 – 8] Medio [9 – 10]	
			Satisfacción de la Necesidad	Ítem 21	Alto [11 – 15]	

TIEMPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA A UTILIZAR
<p><b>TIPO:</b></p> <p><u>Descriptivo</u>. La investigación descriptiva busca describir los datos y características relevantes de determinada población o grupo de personas que se pretende estudiar o investigación para un fin específico. (Hernández et al. 2014).</p> <p><b>DISEÑO:</b></p> <p>Diseño <u>no experimental</u>. No experimental ya que solo se limitara a la observación de la variable y su desarrollo en su ambiente cotidiano mas no a la manipulación de la misma para después estudiar dicho fenómeno. (Hernández et al. 2014)</p> <p>Diseño <u>instrumental</u>. Instrumental ya que se considera que corresponden a esta categoría de estudio instrumental a aquellas investigaciones que van dirigidas al desarrollo de pruebas y aparatos, incluyendo tanto el diseño (o adaptación) como el estudio de las propiedades psicométricas de los mismos. (Montero &amp; León, 2007).</p> <p><b>MÉTODO:</b> Respecto al Método de investigación es deductivo con enfoque <u>cuantitativo</u>.</p>	<p><b>POBLACIÓN:</b> Fórmula para el cálculo de la muestra</p> <p>la población está constituida por estudiantes de 3° a 5° de secundaria del Distrito del Cercado de Lima, siendo una población total de 13,946 estudiantes según Escala MINEDU. (ESCALE MINEDU, 2016)</p> <p><b>TIPO DE MUESTRA:</b></p> <p>De la población constituida por los estudiantes de 3° a 5° de secundaria, se usó la fórmula para el cálculo de la muestra que se constituye en 992 estudiantes que hacen uso de redes sociales.</p> <p><b>TAMAÑO DE MUESTRA:</b></p> <p>992 estudiantes de 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima.</p>	<p><b>Variable: Necesidad de Uso de Redes Sociales</b></p> <p><b>Técnicas:</b> Directa mediante la aplicación de un cuestionario.</p> <p><b>Instrumento:</b> <u>Cuestionario autoaplicable</u> con 21 ítems, los cuales miden 4 dimensiones que es: Búsqueda de elogios, búsqueda de aprobación, tiempo de uso y satisfacción al uso.</p> <p><b>Autor:</b></p> <p>Miguel Angel Pereda Pichilingue</p> <p><b>Año:</b> 2016</p> <p><b>Ámbito de Aplicación:</b> Educativo o clínico.</p>	<p><b>DESCRIPTIVA:</b></p> <p>Se hará un análisis descriptivo con los resultados obtenidos mediante una prueba estadística que describe la validez, confiabilidad y baremos; los cuales serán presentados a través cuadros estadísticos.</p> <p>Se usara como muestra a 992 estudiantes de 3° a 5° de secundaria del distrito del Cercado de Lima.</p> <p><b>Presentación de datos</b></p> <p>Se presentará las tablas de validez, confiabilidad y baremación para la construcción de la escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP)</p>

**Anexo N°8: MANUAL**

# **ESCALA DE NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES (NURS-MP)**

**Autor: Miguel Angel Pereda Pichilingue**

## **MANUAL**

**Lima, 2017**

**Universidad César Vallejo - Sede Lima Norte**

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
I. DESCRIPCIÓN GENERAL.....	2
1.1. FICHA TÉCNICA.....	2
1.2.MARCO TEÓRICO.....	2
La jerarquía de las necesidades básicas.....	4
Adicciones no convencionales.....	8
Adicción a las redes sociales.....	8
Criterios para la adicción no convencional.....	9
1.3.DEFINICIÓN DEL CONSTRUCTO.....	10
1.3.1.Definición Conceptual.....	10
1.3.2.Definición Operacional.....	10
1.4.ÁREAS O ELEMENTOS DEL CONSTRUCTO.....	10
1.4.1.Elementos del constructo.....	10
1.4.1.1.Búsqueda de elogios.....	10
1.4.1.2.Búsqueda de aprobación.....	10
1.4.1.3.Tiempo de uso.....	11
1.4.1.4.Satisfacción al uso.....	11
1.5.Población Objetivo.....	11
II. NORMAS DE LA PRUEBA.....	12
III. JUSTIFICACIÓN ESTADÍSTICA.....	14
IV. NORMAS INTERPRETATIVAS.....	15
V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	18

Anexo N° 01.....	20
Escala de Necesidad de Uso de.....	21
Redes Sociales (NURS – MP).....	21
TABLA DE VARIABLES.....	23

# INTRODUCCIÓN

---

Las redes sociales hoy en día forman un lugar importante en la vida de las personas, cada vez existe una mayor tecnología como por ejemplo los celulares modernos para estar más comunicados con las personas, es por esto que las redes sociales cada vez muestran una mayor actualización de sus páginas o aplicaciones, con un mayor número de opciones que facilitan la interacción de esta manera para estar más atentos a lo que pasa dentro de su perfil virtual. Es necesario tener en cuenta la necesidad del adolescente hacia el uso de las redes sociales, la necesidad puede desencadenar dependencia ante el navegador, ya que esta será su herramienta para satisfacer su necesidad, cabe resaltar que los que hacen mayor uso de las redes sociales son los jóvenes y son los más vulnerables a asumir las consecuencias que deja el internet.

CEDRO (2016) realizó una investigación del uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes lo cual nos muestra que los adolescentes en el Perú tienen por lo menos una red social, esto siendo considerado como una necesidad de comunicación, de tener la aceptación de las personas y sentido de pertenencia. Este estudio nos muestra que el 54% de los jóvenes hacen uso del Facebook, el 27% mantiene un uso de la red social del YouTube, el 7% hace uso del Gmail, así mismo otro 7% hace uso del Twitter y por último un 5% hace uso del Ask.fm, siendo Facebook la página de red social más usada por los adolescentes; el estudio también nos muestra que los adolescentes hacen uso del Ask.fm por preferir las preguntas anónimas que se pueden hacer en la página, de esta manera ocultando su identidad y tener una mejor socialización con distintas personas. Por último hay una diferencia de páginas de redes sociales usadas por género, siendo Facebook y Ask.fm las páginas de preferencia para las mujeres, y Twitter, Hotmail (Outlook) y Gmail usada por los hombres.

En el Perú existe un gran enganche de los adolescentes con las redes sociales, cada uno con su manera de uso de las redes sociales, sin embargo existen páginas de redes sociales donde la comunicación es de forma anónima y esto podría volverse como una página de uso de violencia o amenaza, es por esto que se debe tener las medidas adecuadas del uso de la red social ya que algunas personas pueden agredir a otras personas a través de preguntas ofensivas o mensajes violentos lo cual puede dañar a la persona.

Partiendo de lo antes mencionado sobre las necesidades al uso de las redes sociales podemos también tener en cuenta alguna teoría a cerca de las necesidades como en este caso de Maslow (1943) en su teoría de la motivación humana plantea una jerarquía de necesidades mejor conocido como la pirámide de Maslow, donde plantea 5 niveles de necesidades que el ser humano quiere satisfacer en su vida, donde conforme se van satisfaciendo las necesidades básicas las personas empiezan a desarrollar necesidades de un mayor nivel. Esta pirámide está formada en una jerarquía que primero se deben satisfacer las necesidades básicas para poder satisfacer las necesidades superiores.

La Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales pretende ser una herramienta de evaluación útil en el ámbito clínico y educativo que permita identificar el desarrollo que se da en el adolescente sobre el uso de las redes sociales para que pueda ser intervenido y prever una adicción, además de poder identificar los diferentes factores que se están dando para el desarrollo de este problema. Esta escala en constante desarrollo tiene como meta perfeccionarse, con el fin de satisfacer las necesidades que se van generando como resultado de los avances científicos y sociales.

## I. DESCRIPCIÓN GENERAL

### 1.1. FICHA TÉCNICA

**Nombre:** Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS-MP)

**Autor:** Miguel Angel Pereda Pichilingue

**Procedencia:** Universidad César Vallejo, Perú.

**Creación:** 2016.

**Significación:** Técnica psicométrica útil para identificar la necesidad de uso de redes sociales que puede estar presentando el adolescente, además de identificar los factores que conllevan al desarrollo de este problema.

**Aspectos que evalúa:** Los 4 estilos de necesidad de uso de redes sociales:

- Búsqueda de elogios
- Búsqueda de aprobación
- Tiempo al uso
- Satisfacción al uso

**Administración:** Individual y colectiva.

**Aplicación:** A adolescentes estudiantes de 3° a 5° de secundaria, los cuales tengan problemas en su vida diaria relacionado referente a la necesidad de uso de redes sociales.

**Duración:** 10 minutos

**Tipo de ítem:** Enunciados con alternativas politómicas tipo escala Likert.

**Ámbitos:** Clínico, Educativo e Investigación.

**Materiales:** Manual de registros y hoja de respuestas.

**Criterios de calidad:** Validez y confiabilidad.

### 1.2. MARCO TEÓRICO

Maslow (1943) en su teoría de la motivación humana planteo una jerarquía de necesidades mejor conocido como la pirámide de Maslow, donde plantea 5 niveles de necesidades que el ser humano quiere satisfacer en su vida, donde conforme se van satisfaciendo las necesidades básicas las personas empiezan a desarrollar necesidades de un mayor nivel. Esta pirámide está formada en una jerarquía que primero se deben satisfacer las necesidades básicas para poder satisfacer las necesidades superiores.

McClelland (1989) manifiesta que toda motivación gira a base de las emociones y que todo se desarrolla a través de la expectativa de cambio en la condición afectiva, es decir el afecto es la base de los motivos ya que el dolor o placer se pueden manipular a través de las motivaciones y porque el afecto tiene mayor explicación a comparación de otras teorías sobre la reducción de las necesidades biológicas o en la estimulación intensa. También este autor nos manifiesta que las necesidades fisiológicas y de supervivencia son socialmente adquiridas y que las necesidades se dividen en necesidad de poder, logro y afiliación.

Según el autor mencionado en el párrafo anterior manifiesta que la necesidad de poder son las personas que le gusta ocupar un cargo importante como responsable como por ejemplo buscar puestos de influencia, disfrutan los trabajos

de autoridad y poder, necesitan autonomía entre otros; la necesidad de logro son los retos o tareas difíciles que una persona se plantea a realizarlas como por ejemplo buscar responsabilidades, correr riesgos calculados, se proponen metas difíciles pero realistas, entre otras; y por último la necesidad de afiliación es aquella donde los individuos buscan buenas relaciones interpersonales con otras personas como por ejemplo el buscar y encontrar relaciones amicales, buscar empleos orientados en la gente, necesitan un alto grado de acción interpersonal, entre otras.

Doyal y Gough (1994) en su teoría de las necesidades manifiestan que las necesidades se construyen socialmente, además clasifican las necesidades como básicas e intermedias, refiriéndose a necesidad básica como la salud física y la autonomía de acción o de urgencia, es decir que buscan la supervivencia física y la autonomía personal, por otro lado están las necesidades intermedias que hacen referencia a las satisfacciones del individuo concibiéndose como cualidades de los bienes, servicios y relaciones que benefician la salud física y la autonomía humanas.

Riechmann (1997) en su teoría de necesidad nos habla que las necesidades básicas del ser humano van vinculadas con la integridad física y psíquica de las personas, evitando daños graves, es decir que son necesarios para la supervivencia y la integridad psicopsíquica de los seres humanos, de la misma manera manifiesta que hay otros tipos de necesidades, como el respeto, la confianza y otros demás que servirán de utilidad para el desarrollo y bienestar del individuo.

Con lo manifestado anteriormente sobre las teorías de investigadores y conocedores del tema de necesidades, llego a la conclusión de que las necesidades es lo que el ser humano carece tener y que le es indispensable para su vida

diaria, estas necesidades se deben satisfacer para su bienestar mental y física, además de que estas necesidades se clasifican por etapas que deben ser cumplidas por orden o que en otros casos se desarrollan por el afecto, así mismo las necesidades serán primarias para la vida del individuo buscando cualquier medio o manera de satisfacerlo.

Maslow (1943) nos plantea las necesidades en 5 niveles que son las necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad, necesidades de afiliación, necesidades de reconocimiento y por último la autorrealización; lo cual las 4 primeras los denomina como las necesidades de déficit y el último como la necesidad del ser, estas se diferencian en que las necesidades de déficit se pueden satisfacer, pero la necesidad del ser es una fuerza impelente continua.

Según el autor citado en el párrafo anterior menciona que las necesidades instintoides y las metanecesidades son un derecho en las personas, es decir las personas deben tener como derecho ser seres humanos y para ser seres humanos deben tener gratificaciones al satisfacer una necesidad. Dentro de lo que respecta a la satisfacción de las necesidades, encontramos que para satisfacer una necesidad se debe luchar por algo que se carece ya que esto hará que la gratificación no solo sea un estado de felicidad sino también un estado de debate que ha desencadenado problemas pero también se han hallado soluciones. Así mismo refiere que una persona para que sea feliz necesita satisfacer todas las necesidades lo cual se puede dividir en felicidad, belleza, fortaleza, realización, etcétera; así mismo cuando no se logra satisfacer las necesidades el individuo desencadenara problemas como por ejemplo los disgustos, la depresión, un cierto grado de cinismo, la invalidez emocional y la alienación. Por otro lado cuando se satisfacen las necesidades estas van quedando

de lado, buscando satisfacer nuevas necesidades para ello trae cambio en los satisfactores, los objetos buscados, los intereses y los valores.

Maslow (1943) manifiesta que hay pre requisitos para satisfacer las necesidades básicas, los cuales son las necesidades cognitivas y las necesidades estéticas. Dentro de la necesidad cognitiva Maslow lo emplea como el saber y el entender, esto se da mediante el organizar, sistematizar, buscar relaciones y significados, analizar y construir un sistema de valores, es decir sirve para adaptarse y al mismo tiempo lograr complacer las necesidades básicas, por otro lado si hay algún peligro en contra de la necesidad cognitiva, ya sea un bloqueo de su libre uso o privación, resultará como una advertencia o amenaza no directa para las mismas necesidades básicas, sin embargo las necesidades cognitivas también son conativas lo cual tiene que ver con los impulsos. En las necesidades estéticas podemos interpretarlo en que a los individuos la fealdad los enferma y la belleza los cura, siendo de esta manera la belleza y el orden como herramienta para satisfacer los anhelos del individuo, como ejemplo tenemos la necesidad por el orden, necesidades por la simetría, la necesidad de aliviar la tensión producida por las situaciones inconclusas, etc.

- Necesidades estéticas: Algunas personas están motivadas por la belleza exterior y por experiencias estéticas gratificantes.
- Necesidades cognitivas: Maslow lo describe como el deseo que tienen las personas para conocer, es decir como el resolver misterios, ser curioso o investigar actividades.

- Necesidades de auto-trascendencia: Es impulsar una causa para experimentar una comunión fuera de los límites del yo, un ejemplo sería la fe religiosa.

## **La jerarquía de las necesidades básicas**

### **a) Las necesidades fisiológicas**

Maslow (1943) refiere que son las necesidades vitales para la supervivencia siendo de orden biológico, las necesidades básicas cumplen un orden jerárquico, si esta primera necesidad no se cumple primero, no se podrá cumplir tampoco las demás necesidades, siendo esta primera necesidad la base de diversas actividades.

Las necesidades fisiológicas son esenciales para la supervivencia del ser humano, en este nivel se encuentra por ejemplo el dormir, el hambre, la sed, la actividad, el sexo, etc. Estas necesidades son importantes para las personas y sin estas necesidades no pueden subir a las demás necesidades, es necesario seguir el orden para poder satisfacer todos los niveles.

Hay personas que desean tener una pareja a quien poder amar, otras personas que creen que la autoestima es más importante que todo, también se hallan personas que desean comprarse un carro de lujo o un tener un buen sustento económico, pero todas estas necesidades por satisfacer pasaran a segundo plano porque la primera necesidad que hay que satisfacer son las fisiológicas, y solo si esta necesidad es satisfecha se podrá satisfacer las siguientes necesidades. Las necesidades fisiológicas serán de mayor importancia para el ser humano ya que sin ella su vida correría peligro, como por ejemplo tomemos el caso de un

sujeto que es privado de beber agua, este sujeto estará desesperado de poder consumir agua, pensara en agua, pedirá agua, soñara con agua, y solo querrá satisfacer su necesidad fisiológica bebiendo agua, porque sin ella este sujeto podría morir, esto lo llevaría a la conducta de buscar o pedir agua y del impulso de la sed, con el principal objetivo de satisfacer su necesidad para sentir alivio.

La obligación de satisfacer una necesidad dentro de su organismo humano hará que el sujeto solo se enfoque en desear poder beber agua que necesita para poder sobrevivir, al tener la necesidad de beber agua dentro de su mente, las otras necesidades no tendrán importancia en él pasando a un segundo plano, será con tanta intensidad el aliviar su sed que no se preocupara en aliviar el amor, el comprarse un carro, ni tampoco irse de viaje, porque ello no podrá aliviar su necesidad, haciendo que su mente primero piense en aliviar su necesidad de sed para poder sentirse tranquilo y poder vivir, llegando a ser totalmente feliz y no necesitar de algo más, sin embargo se sabe que las necesidades fisiológicas son varias, las cuales el individuo buscara satisfacerla.

## **b) Las necesidades de seguridad**

Maslow (1943) refiere que cuando se haya satisfecho las necesidades fisiológicas aparece un nuevo nivel de necesidad que se orienta a la seguridad personal, esta necesidad no se centra en la satisfacción inmediata, si no en la satisfacción a futuro. Dentro de ellas podemos encontrar por ejemplo la protección, la seguridad física, la necesidad de estabilidad en recursos, necesidad de orden, ausencia de temor, ansiedad y caos, la dependencia, entre otras. Las necesidades de seguridad en la mayoría de veces son

expresadas bajo el miedo, se caracterizan por el miedo a perder el uso de su vida, de ser vulnerable o frágil ante las circunstancias actuales, nuevas o por venir.

Así también el autor antes mencionado recalca que las necesidades de seguridad son importantes de satisfacer por el individuo cuando las personas no pueden ir más allá del nivel de funcionamiento de seguridad, de esto dependerá casi todo su desarrollo personal y conductual, poniendo todas las necesidades del organismo a disposición, ya que el individuo buscará seguridad sobre sí mismo. La necesidad de seguridad lo ansiamos durante toda nuestra vida, si no habría seguridad en nosotros mismos, tendríamos conductas muy alteradas o podríamos tener la mentalidad de que nuestra vida corre peligro y si es verdaderamente que podríamos correr peligro, toda esta seguridad debe formarse en medio de nuestro entorno ya sea en nuestro propio hogar o cuando salimos a dar un paseo o de viaje; la persona busca seguridad porque es una necesidad que satisfacer de esta manera se sentirá tranquilo y podrá tener un buen desarrollo.

Esta necesidad está relacionada con la necesidad de orden y seguridad, mayormente cuando hemos crecido nuestro modelo de seguridad ha sido nuestra mamá que siempre nos ha cuidado y nos ha brindado la seguridad necesaria para desarrollarnos, y es bajo su modelo que nosotros aprendemos a cuidarnos solos y a tener seguridad por nosotros mismos.

Bandura (1974) refiere en su teoría del aprendizaje social que nos refiere que los niños adquirimos conductas por medio de la observación de un modelo el cual con la observación y los reforzamientos gratificantes que se dan

será de ayuda para que el niño adopte esa conducta dentro de su personalidad.

Las necesidades de seguridad se caracterizan por el temor a perder el manejo de su vida, de ser vulnerable ante las circunstancias actuales, nuevas o por venir, es por esto que muchas personas dejan de lado muchos deseos como el de la libertad, por sentirse seguros y mantener la estabilidad, sin embargo la necesidad de seguridad se ve afectada cuando no podemos controlarla, como por ejemplo en situaciones de enfermedad, terremotos, catástrofes ambientales, guerras, pérdidas de autoridades o situaciones crónicamente malas. Podemos visualizar personas con problemas psicológicos que presentan un comportamiento de alerta, que buscan satisfacer la necesidad de seguridad en sus vidas, esta necesidad en diversas ocasiones logra ubicar una expresión concreta en la búsqueda de una persona, de un protector o sistema más poderoso del que se pueda depender.

### **c) Las necesidades de amor y el sentido de pertenencia**

Maslow (1943) refiere que cuando las necesidades fisiológicas y de seguridad están medianas satisfechas, va a surgir una nueva necesidad por satisfacer la cual es la necesidad de amor y el sentido de pertenencia. Este tipo de necesidad busca el amor, el afecto y la pertenencia a algún grupo social y están dirigidas a superar los sentimientos de soledad y alienación. Así también se caracterizan cuando un individuo está en busca de una pareja de noviazgo, o deseo de casarse, pertenecer a un grupo social como a una iglesia o un grupo de debates, etc. Cuando estas necesidades no estén satisfechas de una buena manera la persona se sentirá con necesidad de relaciones sociales, necesidad de vínculos amicales, se sentirá aislado, entre otras.

En esta etapa de necesidad el individuo estará en busca de relaciones interpersonales; las necesidades fisiológicas y de seguridad ya no primaran en por satisfacer en el ser humano, ya que se encuentran totalmente o regularmente satisfechas, pasando al siguiente nivel que son las necesidades de amor y el sentido de pertenencia como una necesidad primaria por satisfacer.

Dentro de la jerarquía de necesidades básicas se encuentran un conjunto de necesidades orientadas de manera social; como el tener que ser aceptado por otra persona, o también el tener intimidades con otro sujeto del sexo opuesto, así mismo de contar con un ambiente familiar, pertenecer a un grupo social, para lograr tener un bienestar común con otros individuos.

Dentro de esta necesidad esta la importancia de distinguir entre el amor y el sexo, el sexo puede estar vinculado únicamente con una necesidad fisiológica, mas no con las necesidades de amor y el sentido de pertenencia; dentro del comportamiento sexual involucra distintos comportamientos y uno de ellos también es el entre amor y afecto. Por otro lado este tipo de necesidad se trata de entregar amor y afecto y poder recibirlo de la misma manera.

Es importante saber que todas las necesidades por satisfacer llevará a un desarrollo saludable de las personas, y que esto funciona de manera jerárquica, primero se debe satisfacer el primer nivel para poder pasar al segundo nivel, dentro de este tercer nivel de desarrollará las habilidades sociales, la integración a grupos, la comunicación con demás personas y el poder recibir afecto de otros individuos.

**d) Las necesidades de autoestima**

Maslow (1943) refiere que al satisfacer las 3 primeras necesidades surge una nueva necesidad por satisfacer que son las necesidades de autoestima, lo cual se basa en el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; si estas necesidades no son satisfechas la persona sentirá inseguridad, inferiores, sin valor, que no son valiosos para la sociedad y para las personas. Estas necesidades de autoestima se clasifican en dos partes de mutuo apoyo, una de ellas es la superior que se caracteriza por definir la necesidad de respeto hacia sí mismo, añadiendo sentimientos como la confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad; por otro lado se encuentra la inferior que se caracteriza por el respeto de las personas, el querer tener un estatus, fama, reconocimiento, atención, y dignidad.

Las personas tienen una necesidad por sentirse apreciados y poder apreciar a otras personas, pero sobre todo el sentirse apreciados y queridos es muy importante para ellos, el fortalecimiento de su propia autoestima hará que se desarrolle de una manera saludable formando seguridad sobre sí mismo, lo principal para las personas es el auto-respeto y el aprecio por las demás personas. Es importante recalcar que primero se alcanzan la estimación a los demás que la estimación propia, pues para alcanzar la estimación propia depende de la influencia del miedo.

Rodríguez y Caño (2012) refiere que el autoconcepto, autoestima y la percepción de autovalía están relacionados entre sí; el autoconcepto es un conjunto de creencias que la persona considera verdaderas respecto a sí mismo, la autoestima viene a ser el componente global del autoconcepto, es decir el componente físico, académico,

personal y social, y la autovalía sería la percepción del sujeto de si hay incrementos o decrementos en su autoestima. Los adolescentes en su desarrollo son los más propensos a buscar afecto no solo familiar, sino también de una persona del sexo opuesto de su misma edad, es en esta etapa donde se da la fase del enamoramiento y van desarrollando su autoestima que si bien es fortalecida o debilitada, además cabe resaltar que es importante que las personas pongan mayor importancia en sus propias capacidades, que buscar la opinión del resto, porque si no esto generará un peligro en la adecuación a la actividad y la competencia, así también una autoestima estable será producto del respeto que te ofrecen las personas que te rodean.

**e) La necesidad de autorrealización**

Maslow (1943) refiere que es el nivel más elevado, la cual se encuentra en la cima de la jerarquía de las necesidades básicas, se manifiesta en el desarrollo físico, psicológico y social; esta es la auto-realización, es decir es la realización del potencial personal a través de una actividad específica. Las necesidades de autorrealización son necesidades que pueden ser cambiantes dependiendo del individuo, en este nivel de necesidad lo que se desea satisfacer es la naturaleza individual; para lograr satisfacer esta necesidad el individuo empezará a trabajar en lo que desea cumplir con una actitud deseada a su objetivo.

En este nivel las personas buscan desarrollar su talento y trabajar en esta actividad para satisfacer la nueva necesidad que se crea, por ejemplo el músico debe hacer música, el escritor debe escribir, el deportista debe hacer deporte, el cocinero debe cocinar, de esta manera el individuo podrá satisfacer este nuevo deseo o inquietud, el ser humano debe ser transparente y auténtico con su naturaleza propia.

Entonces en términos más directos, la persona tendrá la necesidad de autosatisfacción donde desarrollará potencialmente el talento que tiene.

Lo que diferencia estas necesidades de las anteriores es que en cada individuo se presentará de forma distinta, es decir una persona querrá ser un músico famoso, otra persona querrá ser el mejor bailarín, otra persona que tiene habilidad para las carreras de carros querrá desarrollar al máximo su talento como corredor de carros, siendo que estas diferencias individuales se muestran muy distantes y varían de cada persona.

### **Adicciones no convencionales**

Cuando se habla de adicción mayormente lo asociamos con el consumo de sustancias químicas y no hacemos referencia a los demás tipos de adicciones que existen, la adicción es mantener un apego a algo determinado volviéndose cada vez más excesivo y perjudicando distintos aspectos de vida del ser humano, existen distintos tipos de adicciones algunas de estas pertenecen a las adicciones químicas y otras a las adicciones conductuales.

Las conductas adictivas se suelen desarrollar al comienzo bajo un estímulo positivo lo cual lleva al individuo a que cada vez se enganche más, para que posteriormente sea un estímulo negativo el que mantenga la adicción lo cual es el alivio emocional, como por ejemplo una persona normal que hace uso de las redes sociales puede interactuar con la página como una función de sí mismo, pero la persona adicta lo hace para aliviar su malestar emocional. (Echeburúa, 1999)

García (2013) considera que la adicción a las redes sociales forma parte de las adicciones conductuales, además afirma que las personas siempre relacionan la adicción con el consumo excesivo de sustancias químicas, más no toman en cuenta a otras conductas del ser humano como la frecuencia de uso, la necesidad o la compulsión, también las complicaciones que se podrían generar en la vida diaria de un individuo llevándolo a no poder cumplir sus obligaciones. Las adicciones conductuales aún no están consideradas como adicciones, pero se sabe que afecta altamente la vida del ser humano, dentro de las adicciones conductuales encontramos las siguientes:

- Adicción a la comida.
- Adicción al juego.
- Adicción a las compras.
- Adicción al sexo.
- Adicción al trabajo.
- Adicción al deporte.
- Adicciones tecnológicas.

Así también el autor mencionado anteriormente nos manifiesta que dentro de las adicciones tecnológicas se encuentran las adicciones al internet y a las redes sociales, además menciona que las adicciones no solo es hacia el uso de sustancia si no por tener una conducta excesiva repercutiendo de esta manera la parte cognitiva, conductual y fisiológica del ser humano afectando su área personal, familiar y profesional.

### **Adicción a las redes sociales**

Boyd y Ellison (2007) mencionan que las redes sociales son comunidades virtuales donde las personas pueden crear un perfil con su información personal y hacer uso de este para

contactarse con otros perfiles y poder tener nuevas amistades. Dentro de las redes sociales encontramos dos líneas que son las redes de contenido profesional y las redes de ocio, dentro de las redes de ocio encontramos intercambio de contenidos e información, redes basadas en perfiles y redes de microblogging.

Ojeda (2010) menciona que las habilidades sociales y la autoestima están implicadas en el uso de las redes sociales, ya que para estas personas es necesario satisfacer estas necesidades y al no poder hacerlo personalmente lo realizan por medio de las redes sociales, generando de esta manera una adicción, es por esto que es necesario conocer la definición y de que trata cada una de ellas.

Echeburúa y Requesens (2012) manifiestan que las redes sociales es un espacio donde las persona pueden conversar, opinar y mostrar sus emociones, es decir son espacios virtuales para las relaciones interpersonales, además nos dice que las redes sociales forma parte importante en vida de un adolescente ya que con esto el adolescente satisface sus necesidades psicológicas más allá del simple uso por actividad de ocio y entretenimiento siendo las necesidades que satisface como el mantener comunicaciones con sus amigos, el pertenecer a grupos y hacerse visibles ante los demás; por otro lado manifiestan que la interacción por medio de las redes sociales es mucho más fácil eliminando la vergüenza o ansiedad al conocer y conversar con una persona, es por esto que las personas que tienen problemas para establecer vínculos amicales hacen uso de las redes sociales.

### **Criterios para la adicción no convencional**

Cía (2013) Nos manifiesta que los primeros síntomas es presentar ansiedad, irritabilidad, desorden emocional y problemas en la interacción social, además algunas personas sienten que se comunican mejor al teclear frente a una pantalla que tener una conversación presencial, los criterios de diagnóstico que nos presenta son los siguientes:

- No dormir por estar más tiempo conectados, mayormente duermen menos de 5 horas.
- Descuidan actividades importantes para estar más tiempo conectados a las redes sociales, esto implica que sus relaciones interpersonales están siendo perjudicadas a tal punto de no mantener contacto con su familia.
- No prestar atención o negar su uso excesivo cuando se le hace frente que pasa mucho tiempo en las redes sociales.
- Pensar mucho en la red social cuando hace uso o no, además de sentir irritabilidad cuando la red está muy lenta o está fallando.
- Perder la noción del tiempo por estar conectado a las redes sociales.
- Mentir sobre el tiempo que le dedica a las redes sociales.
- Alejarse de las personas y perjudicar su rendimiento escolar o laboral.
- Sentir euforia y activación anómalas cuando se encuentra delante de la computadora.

### **1.3. DEFINICIÓN DEL CONSTRUCTO**

#### **1.3.1. Definición Conceptual**

Definición conceptual: La necesidad hacia las redes sociales es el inicio del desencadenamiento a una adicción a esta tecnología. Las necesidades es lo que el ser humano carece tener y que le es indispensable para su vida diaria, estas necesidades se deben satisfacer para su bienestar mental y física, además de que estas necesidades se clasifican por etapas que deben ser cumplidas por orden o que en otros casos se desarrollan por el afecto, así mismo las necesidades serán primarias para la vida del individuo buscando cualquier medio o manera de satisfacerlo. (Pereda, 2016).

#### **1.3.2. Definición Operacional**

Las necesidades del uso de las redes sociales, se definen operacionalmente como necesidades que deben ser satisfechas por el bienestar del ser humano, estas necesidades se satisfacen jerárquicamente o bajo emociones, ya que si la emoción o afecto es grande hará que priorice su necesidad a satisfacer. Medido a través de la escala de Necesidad del uso de Redes Sociales.

### **1.4. ÁREAS O ELEMENTOS DEL CONSTRUCTO**

#### **1.4.1. Elementos del constructo**

Entre los elementos que componen las necesidades de uso de redes sociales se encuentran:

#### **1.4.1.1. Búsqueda de elogios**

En este factor encontramos que el individuo busca llamar la atención de las personas y en muchas ocasiones realiza esto mostrando partes privadas de su cuerpo, o fotos eróticas, o si no subiendo videos donde hace cosas fuera de lo común para captar la atención de las personas, las personas que realizan este tipo de comportamiento es porque sienten que no tienen la atención de sus familiares o personas en casa y buscan satisfacer esta necesidad mediante este comportamiento. Viéndolo de un punto más clínico podemos ver que este problema va de la mano con la autoestima, pues este se divide en dos partes la superior y la inferior, la superior trata del respeto hacia sí mismo, como el tener sentimientos de confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad, así también encontramos la inferior que trata del respeto de las personas, el querer tener un estatus, fama, reconocimiento, atención y dignidad. Cuando las personas no han tenido un buen desarrollo de la autoestima inferior buscan la manera de satisfacerla, de esta manera en ocasiones llegan a subir fotos a las redes sociales donde muestran gran parte de su cuerpo, o algunos videos donde llamen bastante la atención de las personas con la única intención de que sean elogiados y su necesidad sea satisfecha. (Maslow, 1943)

#### **1.4.1.2. Búsqueda de aprobación**

En este factor se encuentran las personas que sienten que no pueden permanecer en un grupo, ya sea por un problema para socializar, o simplemente en una creencia errónea de no poder entablar amistades, cuando el individuo se encuentra en esta situación opta por ser parte de grupos amicales o buscar amistades que satisfagan esta necesidad. De esta manera podemos decir que estas personas tienden a buscar la

aprobación de las demás personas ya que no se sienten parte de algún grupo, por esta razón pasan tiempo en las redes sociales buscando nuevas amistades o grupos donde permanecer. (Cuyún, 2013)

#### **1.4.1.3. Tiempo de uso**

Algunos autores se han centrado en determinar a partir de cuánto tiempo el uso de Internet puede considerarse como problemático. Shapira, Goldsmith, Keck, Khosla & McElroy (2000) encontraron que después de unas 20 a 28 horas semanales, su uso empieza a ocasionar dificultades como por ejemplo tener control disminuido sobre los comportamientos o reportar una sensación de desequilibrio, pérdida, angustia, o ansia cuando el objeto o sustancia no está disponible o los comportamientos son restringidos.

#### **1.4.1.4. Satisfacción al uso**

Este factor aparece cuando se crea un placer en el individuo mientras interactúa con las redes sociales, además se tiene que llevar a cabo su satisfacción a esta necesidad que es el uso, ya que si no es satisfecha el ser humano puede desencadenar distintos problemas de comportamiento. (Maslow, 1943)

### **1.5. Población Objetivo**

El presente test psicológico está dirigido a adolescentes, de ambos sexos, que estén cursando de 3° a 5° de educación secundaria que residan en el Distrito de Lima y cuenten con un nivel cultural promedio para comprender las instrucciones y enunciados de la prueba psicológica.

### **1.6. Campo de aplicación**

La Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP), ha sido diseñada para identificar el uso excesivo que los adolescentes tienen a esta tecnología y que se pueda prevenir una adicción a las redes sociales y demás problemas, por esta razón puede ser aplicada en el ámbito clínico y educativo.

### **1.7. Materiales de la Prueba**

El presente test psicológico consta de los siguientes materiales:

#### **1.7.1. Manual de aplicación**

En el cuál encontraremos toda la información necesaria para la administración, calificación e interpretación, así como también los baremos para los alumnos.

#### **1.7.2. Hoja de respuestas**

En la hoja de respuestas está el contenido tanto el protocolo con las instrucciones para los examinados y los reactivos como los respectivos casilleros para que el evaluado marque con un aspa “X” en las columnas enumeradas del 1 a 4, que representan las alternativas de respuesta desde “Nunca” hasta “Siempre”, las cuales van a permitir identificar la necesidad del uso de redes sociales de los adolescentes.

### **1.8. Reactivos de la Prueba Psicológica**

Esta escala consta de 21 ítems distribuidos en 4 dimensiones que a continuación se detallarán:

**DIMENSIÓN I:** Búsqueda de elogio

Constituido por 8 ítems

**DIMENSIÓN II:** Búsqueda de aprobación

Presenta 6 ítems

**DIMENSIÓN III:** Tiempo de uso

Incluye 4 ítems

**DIMENSIÓN IV:** Satisfacción al uso

Cuenta con 3 ítems

## II. NORMAS DE LA PRUEBA

### 2.1. Instrucciones para su administración

Para la administración de la prueba, el examinador puede leer en voz alta las instrucciones a los examinados y ellos seguir con la vista las instrucciones impresas en su hoja de respuestas, o bien pueden hacerlo ellos mismos. Para llevar a cabo una buena aplicación, es necesario explicar de manera concisa y clara los objetivos de la prueba, la forma cómo ha de responderse a cada uno de los enunciados, enfatizando las alternativas de respuesta con las que cuentan y ejemplificando el modo adecuado de cómo hacerlo. Asimismo, resulta relevante despejar cualquier duda que tenga el examinado y motivarlo a que responda todos los ítems sin excepción y de la manera más verás, puesto que de ello dependerá la interpretación correspondiente.

### 2.2. Instrucciones para los examinados

En la hoja de respuestas, el examinado cuenta con las instrucciones necesarias para responder de manera adecuada a cada uno de los enunciados. En dichas instrucciones, se pide al examinado que lea cada frase y conteste de acuerdo a cómo piensa, siente y cree respecto su uso con las redes sociales. Para lo cual, debe marcar con un aspa (X) en el cuadro del número que considere que es el más conveniente según su caso, siendo las alternativas de respuesta: “Nunca”, “Casi Nunca”, “Casi Siempre” y “Siempre”. De igual modo, se le indica que si se equivoca deberá borrar primero la alternativa que marcó y luego trazar con un aspa la nueva respuesta.

### 2.3. Instrucciones para su calificación

Una vez que el examinado ha concluido la prueba, se verifica que todas los enunciados hayan sido contestados, para proseguir con su calificación. Las respuestas se califican polítómicamente del 1 al 4. Para ello, se realiza la sumatoria de las alternativas de respuesta asignadas a los ítems correspondientes a cada estilo. Al obtener los puntajes respectivos por estilo, se ubica cada uno de ellos en la categoría correspondiente según el Baremo. Identificando así la necesidades de uso de redes sociales.

### 2.4. Instrucciones para su puntuación

Todos los ítems de la escala de estilos parentales son puntuados del 1 al 4; es decir, conductas que realizan con respecto a su uso con las redes sociales que van desde “Nunca” hasta “Siempre” correspondientemente, siendo los puntajes más altos según estilo, los que van a permitir

identificar el estilo parental predominante en el padre y/o la madre. Para ubicar dicho estilo parental se ha utilizado como normas de puntuación, los cuartiles que se dividen en 4 y se derivan de la curva de distribución normal. Al respecto, no se han de computar las pruebas que estén incompletas o que tengan más de dos alternativas de respuesta por ítem. Los puntajes varían de acuerdo a su uso con las redes sociales, siendo los baremos:

**BAREMOS PARA LOS VALORES DE NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES Y LOS FACTORES**

Nivel	Rangos	Necesidad de Uso de Redes Sociales	Búsqueda de Elogios	Búsqueda de Aprobación	Tiempo al Uso	Satisfacción al Uso
		Puntajes directos				
<b>Bajo</b>	<b>[1 – 33]</b>	[27 – 40]	[8 – 9]	[6 – 8]	[4 – 7]	[4 – 8]
<b>Medio</b>	<b>[34 – 66]</b>	[41 – 47]	[10 – 12]	[9 – 11]	[8]	[9 – 10]
<b>Alto</b>	<b>[67 – 99]</b>	[48 – 71]	[13 – 23]	[12 – 19]	[9 – 15]	[11 – 15]
<b>Media</b>		45.043	11.991	10.125	8.145	9.4740
<b>Desviación Estandar</b>		9.09	3.66	3.23	2.52	2.15

ESTILOS DE NECESIDADES DE USO DE REDES SOCIALES	ÍTEMS
Búsqueda de Elogios	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Búsqueda de Aprobación	9, 10, 11, 12, 13, 14
Tiempo al Uso	15, 16, 17, 18
Satisfacción al Uso	19, 20, 21

### III. JUSTIFICACIÓN ESTADÍSTICA

#### 3.1. Análisis de Ítems por Jueces

Para llevar a cabo dicho análisis, se seleccionó 20 jueces expertos en el tema, que ostentaban el Grado de Maestro o Doctor en la especialidad de Psicología Clínica, Educativa y Psicometría, a quienes se les entregó una solicitud pidiéndoles que acepten formar parte del panel de expertos para evaluar la prueba en mención. Asimismo, se les hizo entrega de una Hoja de Datos para cada juez (nombres y apellidos, grado académico, especialidad, correo y teléfonos), del marco teórico del constructo, de una Cartilla de Instrucciones Generales, en donde se brindó información referida a los objetivos del instrumento, y del formato de validación de los reactivos para evaluar la Claridad, Pertinencia y Relevancia de los mismos, como también brindar sugerencias y manifestar el porqué de sus objeciones.

Una vez obtenidos los resultados de validación por criterio de jueces, se procedió a establecer el criterio de aceptación de cada reactivo para cada juez. Finalmente, se estableció el criterio de aceptación de cada reactivo para los jueces en su conjunto, obteniendo como resultado un Índice de Acuerdo promedio de 0.97 respecto al total de ítems.

#### 3.2. Validez

El instrumento fue sometido a Validez de Contenido a través del método de Criterio de Jueces, para lo cual se utilizó la Prueba No Paramétrica Binomial, con el objetivo de conocer el Nivel de Significancia y el Índice de Acuerdo por jueces, empleando para ello, el Programa Estadístico para las Ciencias Sociales SPSS, versión 20. Tal como se mencionó anteriormente, se consultó a 20 psicólogos especialistas en el tema.

El resultado obtenido de este proceso, cuenta con validez de contenido, a un nivel de significancia de 1 en 21 ítems. La prueba se construyó originalmente en base a 32 ítems, siendo algunos de los ítems correspondientes al estilo indulgente, los que no contaban con un Índice de Acuerdo esperado, por lo cual se reestructuraron dichos ítems y se solicitó nuevamente a los mismos jueces realizar la validación respectiva de los ítems de dicha área, dando como resultado la aprobación del total de los ítems por el 80% de los jueces. La versión final de la prueba quedó compuesta por 21 ítems tal como se muestra en el Anexo N° 01.

#### 3.3. Confiabilidad

La confiabilidad se obtuvo a través del método de Consistencia Interna, utilizando para ello, el coeficiente de Alfa de Cronbach, para establecer la relación entre cada ítem con el resultado total de la escala de necesidad de uso de redes sociales. Del análisis realizado, se encontró que existe una confiabilidad buena para la escala que consta de 21 ítems.

Tabla 1  
*Confiabilidad por consistencia interna para la escala de padres*

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,853	21

**Estadísticos total-elemento**

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Item1.	37.72	74.726	.406	.850
Item2.	37.24	73.177	.422	.850
Item3.	37.40	73.631	.451	.849
Item4.	36.81	74.587	.336	.853
Item6.	38.24	75.752	.323	.853
Item7.	37.71	71.736	.459	.848
Item8.	37.97	72.091	.491	.847
Item9.	37.18	74.301	.339	.853
Item10.	37.93	73.673	.384	.851
Item11.	38.04	72.166	.539	.845
Item12.	38.15	74.458	.373	.851
Item13.	37.96	71.230	.615	.842
Item14.	38.20	73.161	.498	.847
Item15.	38.26	74.075	.471	.848
Item16.	38.19	73.886	.428	.849

Item17.	38.49	75.698	.433	.850
Item19.	38.00	73.861	.412	.850
Item20.	38.14	75.439	.324	.853
Item21.	37.93	73.142	.389	.851
Item22.	38.14	72.601	.456	.848
Item23.	38.40	75.165	.401	.850
Item24.	38.33	73.817	.462	.848

**IV. NORMAS INTERPRETATIVAS**

Interpretación de resultados según baremos

**TOTAL NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES**

• Necesidad de Uso Baja

Persona con metas, responsable, preocupada por el cumplimiento de sus deberes, busca ser cada vez mejor en temas de estudio, trabajo y relaciones adecuadas que no dañan su persona.

• Necesidad de Uso Media

Persona en búsqueda de su madurez mental, preocupada por mejorar personalmente, pero en ocasiones puede perder oportunidades por pensar demasiado las cosas.

• Necesidad de Uso Alta

Persona fuertemente propensa a generar una adicción en sí misma y posteriormente desarrollar diversos problemas físicos y psicológicos.

## **DIMENSIÓN 1 BÚSQUEDA DE ELOGIOS**

- **Búsqueda de Elogios Baja**

Persona segura de sí misma, adecuado manejo de conflictos personales, facilidad en la toma de sus decisiones, con confianza en sus propias habilidades, no es vulnerable a las críticas, de buen ánimo, se caracteriza por tener metas a corto y largo plazo.

- **Búsqueda de Elogios Media**

Persona que se encuentra en proceso de desarrollo de su aceptación personal, de su identidad, de su autoconfianza, necesita generalmente de una opinión agregada a la suya para decidirse, en ocasiones puede dejarse llevar por lo que diga el resto.

- **Búsqueda de Elogios Alta**

Persona con poca aceptación personal, rechazo de su identidad, baja autoestima, busca que las demás personas le digan cosas positivas de su físico, busca llamar la atención por medio de su físico, poca confianza en sí mismo, propenso a episodios depresivos, con bajo control de sus emociones, dificultad para la toma de decisiones, mal manejo de conflictos personales.

## **DIMENSIÓN 2 BÚSQUEDA DE APROBACIÓN**

- **Búsqueda de Aprobación Baja**

Persona que no necesita buscar la aprobación de todas las personas de sus pares, es seguro de sí mismo, además confía en sus propias habilidades y talentos, no se deja llevar por las críticas, ni del qué dirán de su persona, tiene buen ánimo y

muestra su propia personalidad sin necesidad de imitar a otras personas.

- **Búsqueda de Aprobación Media**

Persona que no necesita buscar la aprobación de todas las personas de sus pares, es seguro de sí mismo, además confía en sus propias habilidades y talentos, no se deja llevar por las críticas, ni del qué dirán de su persona, tiene buen ánimo y muestra su propia personalidad sin necesidad de imitar a otras personas.

- **Búsqueda de Aprobación Alta**

Persona que busca de manera excesiva pertenecer a grupos y ser aceptado por sus amigos, sería capaz de hacer cosas fuera de lo común para ser aprobado por personas, además es fácil de ser influenciado y no tiene una confianza de su identidad, de su autoconfianza, en ocasiones puede dejarse llevar por lo que diga el resto.

## **DIMENSIÓN 3 TIEMPO AL USO**

- **Tiempo al Uso Baja**

Persona que tienen un orden con su tiempo, saben lo que desean y luchan por llegar a sus objetivos, les importa su salud física y mental, duermen las horas necesarias y adecuadas, además tratan bien a su cuerpo, tienen menos estrés, tienen tiempo para realizar distintas actividades ya que existe un orden en ello, tiene mejores relaciones.

- **Tiempo al Uso Media**

Persona que tienen un nivel medio en el orden con su tiempo, es decir tiene tiempo para realizar sus actividades pero hay ocasiones en que no puede poner un orden en su tiempo y

llegar a estresarse por momentos, tiene buenas relaciones y mayormente estas personas tienen un sueño promedio de 6 a 8 horas ya que le toman importancia a su descanso.

- Tiempo al Uso Alta

Persona que prefiere estar en las redes sociales que estar descansando, puede privar su sueño con tal de permanecer más horas interactuando con las redes sociales, además puede ser una persona que le cueste decir “no” a sus amistades o pareja, por otro lado sus actividades son afectadas por su mal uso de tiempo y no lleva un orden adecuado de ellas.

#### **DIMENSIÓN 4 SATISFACCIÓN AL USO**

- Satisfacción al Uso Baja

Persona que hace un uso adecuado de las redes sociales sin involucrar sus temas privados y hacen un uso de estas por motivos laborales, académicos o facilitación de comunicación, sienten que pueden vivir tranquilos sin poder conectarse un tiempo a las redes sociales, además su placer o satisfacción van enfocados con otros temas que no son las redes sociales ya que este es un medio de ocio y comunicación que sirve para interactuar y facilitar la comunicación entre otros.

- Satisfacción al Uso Media

Personas que hacen un uso medio de las redes sociales, pueden estar un tiempo medio sin estar en las redes sociales, pero luego sienten la necesidad de revisar sus redes sociales para saber qué novedades encuentran, además su satisfacción no solo se encuentran en las redes sociales sino también en diferentes medios pero deben tener cuidado con

su uso ya que con el tiempo podría desarrollar una sola satisfacción que es a las redes sociales.

- Satisfacción al Uso Alta

Persona que siente tranquilidad solo cuando está en las redes sociales, además siente que nadie lo comprende y que en las redes sociales encuentra lo que le satisface, indicadores de baja autoestima y problemas para socializar, tendencia a imitar a otra persona para conseguir lo que desea a través de las redes sociales.

## V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bandura, A y Richard, W (1974). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Alianza Universidad. Recuperado de: [http://www.conductitlan.net/libros\\_y\\_lecturas\\_basicas\\_gratuitos/aprendizaje\\_social\\_desarrollo\\_de\\_la\\_personalidad\\_albert\\_bandura\\_richard\\_h\\_walters.pdf](http://www.conductitlan.net/libros_y_lecturas_basicas_gratuitos/aprendizaje_social_desarrollo_de_la_personalidad_albert_bandura_richard_h_walters.pdf)
- Boyd y Ellison (2007). *Social network sites: Definición, history, and scholarship*. Journal of Computer – Mediated Communication, 13(1). Article 11.
- CEDRO (2016). *Uso y Abuso de las Redes Sociales Digitales en Adolescentes y Jóvenes*. Recuperado de: <http://www.repositorio.cedro.org.pe/bitstream/CEDRO/310/1/CEDRO.5376.Uso%20y%20abuso%20de%20las%20redes%20sociales.2016.pdf>
- Cía (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*. Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado de: <http://www.upch.edu.pe/vrinve/dugic/revistas/index.php/RNP/articulo/view/1169/1201>
- Cuyún, M. (2013). *Adicción a Redes Sociales en Jóvenes Estudio Realizado con Jóvenes de 14-16 Años del Colegio Liceo San Luís de Quetzal Tenango*. Quetzaltenango. Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>
- Doyal, L. y Gough, I. (1994) *Teoría de las Necesidades de Doyal y Gough*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016. Recuperado de <http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20mirada%20PDF/Vol%20I/Cap%C3%ADtulo%206.%20Doyal%20y%20Gough.pdf>
- Echeburúa, E. (1999). *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones*. Bilbao. Desclée de Brouwer.
- Echeburúa, E y Requesens, A (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Madrid, España. Recuperado de: <file:///C:/Users/Pablo%20Pereda/Desktop/tesis%20renovar/ADICION-A-LAS-REDES-SOCIALES.pdf>

García, J. (2013). *Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales*. Universidad Miguel Hernández, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83928046001>

Maslow, A. (1943) *Teoría de la Motivación Humana*. Recuperado el 10 de Octubre del 2016, de: <http://www.julioboltvinik.org/documento/Tesis%20Ampliar%20la%20mirada%20PDF/Vol%20I/Cap%C3%ADtulo%203.%20Maslow>

McClelland. D. C. (1989). *Estudio de la Motivación Humana*. Madrid: Editorial Narcca. Recuperado el 17 de Mayo del 2017. Digitalizado en: <https://psicuaqtab.files.wordpress.com/2012/06/mcclelland-david-estudio-de-la-motivacion-humana.pdf>

Ojeda, A (2010). *Psicología Iberoamericana*. México. Recuperado el 08 de Mayo del 2017. Digitalizado en: <http://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936001.pdf>

Riechmann, J (1997). *Necesitar, Desear, Vivir, Sobre Necesidades, Desarrollo Humano, Crecimiento Económico y Sustentabilidad*. Recuperado de:

[https://books.google.com.pe/books?id=VK1AiEQI89UC&pg=PA39&lpg=PA39&dq=Len+Doyal+e+lan+Gough+1994&source=bl&ots=Rt-l\\_WhDgW&sig=Z33fc5kasdIKLRQ2mPvPQ2R-sAo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY7NCc3PpPAhVCQyYKHYIGDB8Q6AEIMjAE#v=onepage&q=Len%20Doyal%20e%20lan%20Gough%201994&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=VK1AiEQI89UC&pg=PA39&lpg=PA39&dq=Len+Doyal+e+lan+Gough+1994&source=bl&ots=Rt-l_WhDgW&sig=Z33fc5kasdIKLRQ2mPvPQ2R-sAo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY7NCc3PpPAhVCQyYKHYIGDB8Q6AEIMjAE#v=onepage&q=Len%20Doyal%20e%20lan%20Gough%201994&f=false)

Rodríguez, C. y Caño, A. (2012). *Autoestima en la Adolescencia: Análisis y Estrategias de Intervención*. Universidad de Málaga. España. Recuperado de: <http://www.ijpsy.com/volumen12/num3/337/autoestima-en-la-adolescencia-analisis-ES.pdf>

Shapira, N. A., Goldsmith, T.D., Keck, P.E., Khosla, U.M. y Mc Elroy, S. M. (2000). Psychiatric features of individuals with problematic Internet use. *Journal of Affective Disorders*, 57, 267

## **Anexo N° 01**

### **ESCALA DE NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES (NURS – MP)**

#### **INSTRUCCIONES**

- Por favor, lea detenidamente estas instrucciones antes de responder a cada una de las preguntas consiguientes.
- El presente cuestionario contiene una serie de frases, las cuales van a permitir conocer la percepción que tiene usted acerca del uso de las redes sociales. Debido al avance tecnológico y actualizaciones de redes sociales, se ha visto la necesidad de diferenciar su uso normal o excesivo, para lo cual contará con un cuadro de alternativas.
- Lea cada frase y conteste de acuerdo a cómo usted piensa, siente y cree respecto de las actitudes y comportamientos de sus padres frente a su crianza. Marque con un aspa (X) en el cuadro del número que usted considera es el más conveniente según su caso. Las alternativas de respuesta son:
  1. Nunca
  2. Casi Nunca
  3. Casi Siempre
  4. Siempre

Por ejemplo, si la frase fuera “Las redes sociales es parte importante en mi vida y no podría vivir sin su uso” y se marca como alternativa de respuesta “4”, significa que “Siempre las redes sociales han sido importante y no podría vivir sin su uso”.

- Trate de responder exacta, sincera y francamente. Recuerde que no hay respuestas “buenas” ni “malas”, o “correctas” e “incorrectas”.
- Si se equivoca o quiere cambiar alguna respuesta, borre primero la respuesta que desea cambiar y luego trace un aspa (X) en la nueva respuesta.
- No hay límite de tiempo para contestar todas las preguntas, pero lo mejor es hacerlo con rapidez sin meditar mucho sus respuestas.

*POR FAVOR, NO VOLTEE LA PÁGINA HASTA QUE SE LE INDIQUE*

**Escala de Necesidad de Uso de**  
**Redes Sociales (NURS – MP)**

Autor: Miguel Angel Pereda Pichilingue

Colegio : Grado :  
N° de prueba : Edad :  
Sexo : Fecha :

En el siguiente cuadro encontrarás algunas preguntas acerca del uso de las redes sociales, lee atentamente cada pregunta y marca la respuesta que se aproxime más a ti.

1 = Nunca

2 = Casi Nunca

3 = Casi Siempre

4 = Siempre

N°	PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	1	2	3	4
2	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	1	2	3	4
3	Imito cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para captar la atención de las personas en mí.	1	2	3	4
4	Las redes sociales hacen que mi vida sea feliz y divertida.	1	2	3	4
5	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	1	2	3	4
6	Suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	1	2	3	4
7	Hago uso de las redes sociales, porque en casa mis familiares no me prestan atención.	1	2	3	4
8	Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.	1	2	3	4
9	El aspecto físico es muy importante para entablar nuevas amistades.	1	2	3	4
10	Me siento mejor conmigo mismo cuando tengo un mayor número de amistades en las redes sociales.	1	2	3	4
11	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.	1	2	3	4

12	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos.	1	2	3	4
13	Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.	1	2	3	4
14	Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.	1	2	3	4
15	Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
16	Le dedico mucho tiempo a las redes sociales.	1	2	3	4
17	Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
18	Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.	1	2	3	4
19	Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.	1	2	3	4
20	Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.	1	2	3	4
21	Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	1	2	3	4

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**TABLA DE VARIABLES**

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	ÍTEMS
<p align="center"><b>NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES</b></p>	<p>La necesidad hacia las redes sociales es el inicio del desencadenamiento a una adicción a esta tecnología. Las necesidades es lo que el ser humano carece tener y que le es indispensable para su vida diaria, estas necesidades se deben satisfacer para su bienestar mental y física, además de que estas necesidades se clasifican por etapas que deben ser cumplidas por orden o que en otros casos se desarrollan por el afecto, así mismo las necesidades serán primarias para la vida del individuo buscando cualquier medio o manera de satisfacerlo. (Pereda, 2016).</p>	<p align="center"><b>Búsqueda de Elogios</b></p>	1. Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.
			2. Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.
			3. Hago cosas inapropiadas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mí.
			4. Si no usaría las redes sociales, mi vida sería triste y aburrida.
			5. Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.
			6. A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.
			7. Siento que en casa no me prestan mucha atención, por eso hago uso de las redes sociales.
			8. Me siento mal cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones.

		<b>Búsqueda de Aprobación</b>	9. Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente.
			10. Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo.
			11. Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien.
			12. Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos.
			13. Utilizo los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos.
			14. Prefiero estar en las redes sociales que salir de casa.
		<b>Tiempo al Uso</b>	15. Mis familiares y amigos dicen que paso demasiado tiempo en las redes sociales.
			16. Le dedico mucho tiempo a las redes sociales
			17. Dejo de realizar una actividad importante para estar más tiempo en las redes sociales.

			18. Duermo pocas horas por estar más tiempo en las redes sociales.
		<b>Satisfacción al Uso</b>	19. Me siento tranquilo cuando estoy en las redes sociales.
			20. Disfruto el tiempo que le dedico a las redes sociales.
			21. Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.

## ANEXO 9: FIRMAS - JUECES PILOTO 1

**Objetivo General de la Prueba:** Validar la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales

**Área 2 de la Prueba:** Autoestima

**Objetivo del Área 2:** Medir el nivel de autoestima con respecto a la necesidad de uso de redes sociales

Nº	REACTIVOS	S	V	C	OBSERVACIÓN
17	Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo	/	/	/	
18	Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente	/	/	/	
19	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien	/	/	/	
20	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos	/	/	/	
21	Me siento triste o mal conmigo mismo cuando las publicaciones que realizo no tiene ningún Like o Comentario	/	/	/	
22	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades	/	/	/	
23	Siento que en casa no me prestan mucha atención por eso hago uso las redes sociales.	/	/	/	
24	Hago cosas muy locas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mi	/	/	/	
25	Imito características de personas populares dentro de las redes sociales para también ser popular	/	/	/	
26	Utilizó los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ello	/	x	/	<i>Sin acento.</i>
27	Me interesa saber las novedades de las redes sociales, para hacer lo mismo y sentir la aprobación del resto	/	/	/	
28	Cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones me hace sentir muy mal	/	/	/	
29	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien	/	/	/	
30	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales	/	/	/	
31	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos	/	/	/	
32	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo	/	/	/	

APELLIDOS Y NOMBRES: CORRALES FELIPE, Hugo Alfredo  
 DNI: 10530462

  
 FIRMA DEL JUEZ  
 C.P.P.: 4278

**ALFREDO CORRALES FELIPE**  
 LIC. EN PSICOLOGIA  
 C.P.P. 4278

**Objetivo General de la Prueba:** Validar la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales

**Área 2 de la Prueba:** Autoestima

**Objetivo del Área 2:** Medir el nivel de autoestima con respecto a la necesidad de uso de redes sociales

N°	REACTIVOS	S	V	C	OBSERVACIÓN
17	Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo	✓	/	/	
18	Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente	/	/	/	
19	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien	/	/	/	
20	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos	✓	/	/	
21	Me siento triste o mal conmigo mismo cuando las publicaciones que realizo no tiene ningún Like o Comentario	✓	/	/	
22	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades	✓	/	/	
23	Siento que en casa no me prestan mucha atención por eso hago uso las redes sociales.	/	/	/	
24	Hago cosas muy locas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mi	/	/	/	
25	Imito características de personas populares dentro de las redes sociales para también ser popular	/	/	/	
26	Utilizó los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ellos	✓	/	/	
27	Me interesa saber las novedades de las redes sociales, para hacer lo mismo y sentir la aprobación del resto	✓	✓	/	
28	Cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones me hace sentir muy mal	✓	✓	✓	
29	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien	✓	/	/	
30	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales	✓	/	/	
31	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos	✓	/	✓	
32	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo	✓	/	✓	

APELLIDOS Y NOMBRES:

DNI:

Perez Pizaro Ricardo  
08079840

FIRMA DEL JUEZ

C.P.P. 3265

PAGE

**Objetivo General de la Prueba:** Validar la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales

**Área 2 de la Prueba:** Autoestima

**Objetivo del Área 2:** Medir el nivel de autoestima con respecto a la necesidad de uso de redes sociales

N°	REACTIVOS	S	V	C	OBSERVACIÓN
17	Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo	/	/		Complementar
18	Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente	/	/	/	
19	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien	/	/	/	
20	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos	/	/	/	
21	Me siento triste o mal conmigo mismo cuando las publicaciones que realizo no tiene ningún Like o Comentario	/	/	/	
22	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades	/	/		Revisar
23	Siento que en casa no me prestan mucha atención por eso hago uso las redes sociales.	/	/	/	
24	Hago cosas muy locas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mi	/	/	/	
25	Imito características de personas populares dentro de las redes sociales para también ser popular	/	/	/	
26	Utilizó los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ello	/	/	/	
27	Me interesa saber las novedades de las redes sociales, para hacer lo mismo y sentir la aprobación del resto	/	/	/	
28	Cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones me hace sentir muy mal	/	/	/	
29	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien	/	/	/	
30	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales	/	/	/	
31	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos	/	/	/	
32	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo	/	/	/	

APELLIDOS Y NOMBRES:

CNE: 4357071

Saenz Torres, Joe

  
FIRMA DEL JUEZ  
C.P.P.: 22210

**Objetivo General de la Prueba:** Validar la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales

**Área 2 de la Prueba:** Autoestima

**Objetivo del Área 2:** Medir el nivel de autoestima con respecto a la necesidad de uso de redes sociales

Nº	REACTIVOS	S	V	C	OBSERVACIÓN
17	Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo	✓	✓	✓	
18	Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente	✓	✓	✓	
19	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien	✓	✓	✓	
20	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos	✓	✓	✓	
21	Me siento triste o mal conmigo mismo cuando las publicaciones que realizo no tiene ningún Like o Comentario	✓	✓	✓	
22	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades	✓	✓	✓	
23	Siento que en casa no me prestan mucha atención por eso hago uso las redes sociales.	✓	✓	✓	
24	Hago cosas muy <u>locas</u> dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mi		✓	✓	Cambia, el término locas por inapropiada
25	Imito características de <u>personas populares</u> dentro de las redes sociales para también ser <u>popular</u>	✓	✓		Revisar lo subrayado, e cambia el término popular por conocido
26	Utilizó los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ello				Item incorrecto
27	Me interesa saber las novedades de las redes sociales, para hacer lo mismo y sentir la aprobación del resto	✓	✓	✓	
28	Cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones me hace sentir muy mal	✓	✓	✓	
29	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien	✓	✓	✓	
30	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales	✓	✓	✓	
31	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos	✓	✓	✓	
32	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizó	✓	✓		Agregar redes sociales

APELLIDOS Y NOMBRES: Antonio Sepa Barrios  
 DNI: 41225216

FIRMA DEL JUEZ  
 C.P.P.: 15526

**Objetivo General de la Prueba:** Validar la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales

**Área 2 de la Prueba:** Autoestima

**Objetivo del Área 2:** Medir el nivel de autoestima con respecto a la necesidad de uso de redes sociales

Nº	REACTIVOS	S	V	C	OBSERVACIÓN
17	Quiero tener más amistades dentro de las redes sociales para sentirme bien conmigo mismo	/	/	/	
18	Me es difícil entablar nuevas amistades personalmente por temor a lo que dirán de mi persona físicamente	/	/	/	
19	Cuando tengo nuevos amigos dentro de las redes sociales, tengo la necesidad de conectarme con más frecuencia para sentirme bien	/	/	/	
20	Necesito pertenecer a grupos de redes sociales donde pueda conocer nuevos amigos para sentirme aceptados por ellos	/	/	/	
21	Me siento triste o mal conmigo mismo cuando las publicaciones que realizo no tiene ningún Like o Comentario	/	/	/	
22	Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades	/	/	/	
23	Siento que en casa no me prestan mucha atención por eso hago uso las redes sociales.	/	/	/	
24	Hago cosas muy locas dentro de las redes sociales para que la gente se fije en mi	/	/	/	
25	Imito características de personas populares dentro de las redes sociales para también ser popular	/	/	/	
26	Utilizó los términos que mis amigos usan al hablar, para sentirme parte de ello	/	/	/	
27	Me interesa saber las novedades de las redes sociales, para hacer lo mismo y sentir la aprobación del resto	/	/	/	
28	Cuando alguna persona comenta algo negativo en mis publicaciones me hace sentir muy mal	/	/	/	
29	Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien	/	/	/	
30	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales	/	/	/	
31	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos	/	/	/	
32	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo	/	/	/	

APELLIDOS Y NOMBRES: CARLOS VENTURA DAVID D  
 DNI: 02410029

  
 CARLOS VENTURA DAVID D  
 PSICÓLOGO  
 C.P.S.P. 5563

FIRMA DEL JUEZ  
 C.P.P.: \_\_\_\_\_

## ANEXO 10: FIRMAS - JUECES PILOTO 2



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

	sentir bien.							
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.							
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.							
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.							

Observaciones:

---

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable []      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg / Lic: Mg. Antonella Arguelles De la Cruz

DNI: 42846113

Especialidad del validador: Especialista en Problemas de Aprendizaje y En. Psicología Clínica de la Salud.

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los

FIRMA

C.B.P. 14366

16 de Mayo del 2017



	sentir bien.							
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.							
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.							
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.							

Observaciones:

\_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ]    Aplicable después de corregir [X]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. /Mg/ Lic: Barboza Zalada Luis Alberto

DNI: 07068974

Especialidad del validador: Asesor de Pedagogía

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los

  
 Luis Alberto Barboza Zalada  
 Magister en Psicología  
 C. Ps. P. 3516



	sentir bien.						
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.	✓		✓		✓	
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	✓		✓		✓	
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	✓		✓		✓	

Observaciones: Cambiar los ítems que inician con negatividad para tener mayor claridad.

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ]    Aplicable después de corregir [X]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mg/Lic: Elsa Bortamp Lozano

DNI: 45847614

Especialidad del validador: Medio especialista en problemas de aprendizaje.

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los



	sentir bien.	✓		✓		✓	
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.	✓		✓		x	Si no entro a las redes sociales me siento
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	✓		✓		✓	
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	✓		✓		✓	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ]    Aplicable después de corregir [x]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg / Lic: Cubas Peti Milagros

DNI: 46075487

Especialidad del validador: Psicología Clínica y de la Salud

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los

  
**FIRMA**  
 Lic. Milagros Cubas Peti  
 PSICÓLOGA  
 C.P.S.

16 de Mayo del 2017



	sentir bien.						
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.	✓		✓		✓	
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	✓		✓		✓	
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	✓		✓		✓	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg / Lic: Victor Espino Sedano. (C.P.S. 4914)

DNI: 07998999

Especialidad del validador: Psicología Social

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los



	sentir bien.			✓	✓	
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.	✓		✓	✓	
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	✓		✓	✓	
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	✓		✓	✓	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ✓ ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg / Lic: *Esthela Almira Enke Roxane*

DNI: *09904133*

Especialidad del validador: *Química - Educadora*

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los



	sentir bien.						
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.		X		X	X	
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	X		X		X	
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.		X		X	X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ]    Aplicable después de corregir [X]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg / Lic: Psic. Juan José Keneko Aguilar

DNI: 10624919

Especialidad del validador: Psic. Org.

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los

  
FIRMA

C.P.s. P. 17040

16 de Mayo del 2017



	sentir bien.							
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.							
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.							
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.							

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ]    Aplicable después de corregir [X]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg / Lic: ..... José Luis Páez de Quirós

DNI: ..... 08002265

Especialidad del validador: ..... psicólogo organizacional y educativo

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los



	sentir bien.							
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.				✓			
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.				✓			
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.				✓			

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [  ]    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg / Lic: Karina Sánchez Llanos

DNI: 40639063

Especialidad del validador:.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los



**PSICOLOGA**  
C.R. 12345

FIRMA

16 de Mayo del 2017



	sentir bien.						
27	Mi vida sería aburrida y triste si no usaría las redes sociales.	8		8		8	
28	A veces suelo hablar mal de las personas dentro de las redes sociales, para sentirme superior a ellos.	8		8		8	
29	Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales.	8		8		8	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg / Lic: ..... *Juan José Sandoval Cruzati* .....

DNI: ..... *73028957* .....

Especialidad del validador: ..... *Psicología Clínica* .....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los

## ANEXO 11: FIRMAS - JUECES FINAL



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSIÓN 6: BUSQUEDA DE ELOGIOS</b>							
21	Ítem 15: Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.							
22	Ítem 2: Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.							
23	Ítem 21: Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.							
24	Ítem 24: Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales							

Observaciones:

---

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: ALTAMIRANO ORTEGA LIVIA .....

DNI: 07121852 .....

Especialidad del validador:

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSIÓN 6: BÚSQUEDA DE ELOGIOS</b>							
21	Ítem 15: Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	✓		✓		✓		
22	Ítem 2: Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	✓		✓		✓		
23	Ítem 21: Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	✓		✓		✓		
24	Ítem 24: Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales	✓		✓		✓		

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Elsa Bontempo Lozano

DNI: 45847614

Especialidad del validador: Clínica - Educativa.

Mg. Elsa Maria Bontempo Lozano  
PSICÓLOGA  
C.Ps.P. 26110

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

20 de Junio de Mayo del 2017



DIMENSIÓN 6: BÚSQUEDA DE ELOGIOS		Sí	N	Sí	N	Sí	No
			o		o		
21	Ítem 15: Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	✓		✓		✓	
22	Ítem 2: Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	✓		✓		✓	
23	Ítem 21: Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	✓		✓		✓	
24	Ítem 24: Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales	✓		✓		✓	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Cubas Peti Milagros

DNI: 46075487

Especialidad del validador: Psicología Clínica y de la Salud

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 Lic. Milagros Cubas Peti  
 PSICÓLOGA  
 C.Ps.P. 2 114



N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSIÓN 6: BÚSQUEDA DE ELOGIOS</b>							
21	Ítem 15: Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.							
22	Ítem 2: Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.							
23	Ítem 21: Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.							
24	Ítem 24: Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales							

Observaciones:

---

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: ..... *Karina Sánchez Llanos* .....

DNI: *40639063* .....

Especialidad del validador:

.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
**Ψ Karina Sánchez Llanos**  
 PSICOLOGA  
 CPSP. 117249



N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSIÓN 6: BÚSQUEDA DE ELOGIOS</b>							
21	Ítem 15: Subo videos y fotos a las redes sociales para llamar la atención de mis amistades.	X		X		X		
22	Ítem 2: Uso las redes sociales como herramienta para conocer más personas y entablar amistades.	X		X		X		
23	Ítem 21: Subo nuevas fotos con la única intención de que comenten cosas buenas y me hagan sentir bien.	X		X		X		
24	Ítem 24: Tengo la necesidad de publicar en cada momento lo que realizo en las redes sociales	X		X		X		

**Observaciones:**

---

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [X]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Juan José Sandoval Cruzati

DNI: 43028957

Especialidad del validador: Psicología Clínica

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

Los Olivos, 18 de Mayo de 2017

**CARTA N° 163-2017/EP/PSI. UCV LIMA-LN**

Señor  
**Oscar Walter Tello Rodriguez**  
Director  
P.C.N. Nuestra Señora de Guadalupe  
Av. Alfonso Ugarte N° 1227 Santa Beatriz – Cercado de Lima



Presente.-

De nuestra consideración:

*Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para el Sr. **PEREDA PICHILINGUE MIGUEL ANGEL**, estudiante de la Carrera de Psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación sobre: "**DISEÑO DE UNA ESCALA DE NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DEL 3° A 5° DE SECUNDARIA DEL CERCADO DE LIMA**", agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su Dirección.*

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



**Taniht L. Cubas Romero**  
Directora de Escuela  
Profesional de Psicología  
Filial Lima – Campus Lima Norte

TCR/CCB



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

EXHIB: 107  
FECHA: 25 MAY 2017 fb/ucv.peru  
FOLIO: 935 2.º @ucv\_peru  
FIRMA: [Firma] #saliradelante  
UCV-EDU-PE

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

Los Olivos, 18 de Mayo de 2017

**CARTA N° 162-2017/EP/PSI. UCV LIMA-LN**

Señor  
Julio César Aguilar Taipe  
Director  
I.E. N° 0040 Hipolito Unanue  
Av. Elvira García y García S/N U.V Mirones – Cercado de Lima

Presente.-

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para el Sr. **PEREDA PICHILINGUE MIGUEL ANGEL**, estudiante de la Carrera de Psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación sobre: **"DISEÑO DE UNA ESCALA DE NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DEL 3° A 5° DE SECUNDARIA DEL CERCADO DE LIMA"**, agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su Dirección.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



[Firma manuscrita]

Dra. Taniht L. Cubas Romero  
Directora de Escuela  
Profesional de Psicología  
Filial Lima – Campus Lima Norte

TCR/CCB

JIMA NORTE Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel.:(+511) 202 4342 Fax.:(+511) 202 4343  
JIMA ESTE Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.:(+511) 200 9030 Anx.:2510.  
ATE Carretera Central Km. 8.2 Tel.: (+511) 200 9030 Anx.: 8184  
CALLAO Av. Argentina 1795 Tel.:(+511) 202 4342 Anx.: 2650.



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

Los Olivos, 30 de Mayo de 2017

**CARTA N° 214-2017/EP/PSI. UCV LIMA-LN**

Señora  
**María Lozano Guerra**  
Directora  
I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán  
Av. Nicolas Dueñas N° 555 Mirones Altos – Cercado de Lima

INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
JUAN PABLO VIZCARGO Y GUZMÁN  
M.  
105 JUN 2017  
N° DE EXPEDIENTE ..... 2501  
FIRMA.....

**Presente.-**

De nuestra consideración:

*Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para el Sr. **PEREDA PICHILINGUE MIGUEL ANGEL**, estudiante de la Carrera de Psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación sobre: **"DISEÑO DE UNA ESCALA DE NECESIDAD DE USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DEL 3° A 5° DE SECUNDARIA DEL CERCADO DE LIMA"**, agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su Dirección.*

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



**Dra. Aníbal L. Cubas Romero**  
Directora de Escuela  
Profesional de Psicología  
Filial Lima – Campus Lima Norte

TCR/CCB



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Director... LIC. JULIO CÉSAR AGUILAR TAIPE.....  
con el debido respeto me presento a usted, mi nombre es **Miguel Angel Pereda Pichilingue**, interno de psicología de la Universidad César Vallejo – Lima Norte. En la actualidad me encuentro realizando una investigación sobre **Diseño de una escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima**, y para ello quisiera contar con su valiosa colaboración. El proceso consiste en la aplicación de una prueba Psicológica: **Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS – MP)**. De aceptar participar en la investigación, afirmo haber sido informado de todos los procedimientos de la investigación. En caso tenga alguna duda con respecto a algunas preguntas se le explicará cada una de ellas.

Gracias por su colaboración.

Atte. Miguel Angel Pereda Pichilingue

ESTUDIANTE DE LA EAP DE PSICOLOGÍA  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Yo

..... JULIO CÉSAR AGUILAR TAIPE .....  
con número de DNI: ..08241103..... acepto participar en la investigación sobre **Diseño de una escala de necesidad de uso de redes sociales en estudiantes del 3° a 5° de secundaria del Cercado de Lima** del señor Miguel Angel Pereda Pichilingue.

Día: ..26-05-2017.....

