



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Adicción a Facebook, Habilidades sociales e Impulsividad en
Escolares de Lima

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Psicología

AUTORES:

Cabrera Vasquez, Geraldine (ORCID: 0000-0001-6184-6411)

Muñoz Reyes, Mayra Lucero (ORCID: 0000-0003-2445-2565)

ASESORA:

Mgt. Rodas Vera, Nikolai Martin (ORCID: 0000-0001-6740-3099)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Violencia

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedicamos esta investigación a nuestros padres, quienes nos apoyaron en todo momento, a nuestros hermanos por brindarnos su ayuda, y a nuestros asesores por guiarnos. Todo esto es posible gracias a ustedes.

Agradecimiento

En primera instancia agradecer a nuestros formadores, por todas las enseñanzas brindadas, a nuestra casa de estudio por darnos la oportunidad de hoy poder cumplir nuestro sueño tan anhelado y a todas las personas que apoyaron nuestra investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| Carátula | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento..... | iii |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | iv |
| ÍNDICE DE TABLAS | v |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | vi |
| RESUMEN..... | vii |
| ABSTRACT | viii |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 6 |
| III. METODOLOGÍA | 11 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 11 |
| 3.2. Variables y operacionalización..... | 11 |
| 3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis . | 12 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 13 |
| 3.5. Procedimientos | 15 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 16 |
| 3.7. Aspectos éticos..... | 16 |
| IV. RESULTADOS | 18 |
| V. DISCUSIÓN..... | 28 |
| VI. CONCLUSIONES | 37 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 39 |
| REFERENCIAS | 40 |
| ANEXOS..... | 46 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Características sociodemográficas de la muestra</i> | 16 |
| Tabla 2 <i>Consistencia interna de las tres Escalas utilizadas durante el desarrollo de la investigación.</i> | 18 |
| Tabla 3 <i>Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para las variables de estudio</i> | 22 |
| Tabla 4 <i>Correlación entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales</i> | 23 |
| Tabla 5 <i>Correlación entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales.</i> | 24 |
| Tabla 6 <i>Correlación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales.</i> | 25 |
| Tabla 7 <i>Correlación entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad.</i> | 26 |
| Tabla 8 <i>Correlación entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad.</i> | 27 |
| Tabla 9 <i>Correlación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad.</i> | 28 |
| Tabla 10 <i>Correlación entre la dimensión cognitiva de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.</i> | 29 |
| Tabla 11 <i>Correlación entre la dimensión motora de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.</i> | 30 |
| Tabla 12 <i>Correlación entre la dimensión no planificada de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.</i> | 31 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre Adicción a Facebook y Habilidades sociales..... | 66 |
| Figura 2. Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre Adicción a Facebook e Impulsividad. | 66 |
| Figura 3. Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre Habilidades sociales e Impulsividad. | 67 |
| Figura 4. Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre la dimensión Cognitivo de la variable Adicción a Facebook y la dimensión Impulsividad cognitiva. | 67 |
| Figura 5. Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre la dimensión Cognitivo de la variable Adicción a Facebook y la dimensión Impulsividad Motora. | 68 |
| Figura 6. Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre la dimensión Cognitivo de la variable Adicción a Facebook y la dimensión Impulsividad No Planificada. | 68 |

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo principal, analizar la relación que existe entre Adicción a Facebook, Habilidades sociales e Impulsividad en escolares de Lima. Basada en teorías referentes a las variables anteriormente mencionadas, es una investigación básica, de tipo descriptiva correlacional, de diseño no experimental, con un corte transversal, y enfoque cuantitativo. La muestra inicialmente estuvo comprendida por 500 escolares, pero solo 233 participantes cumplían con los criterios de inclusión y exclusión para el análisis, según sus características de nivel secundaria, de ambos sexos, de 2 instituciones educativas (nacional y privada) del distrito de San Juan de Lurigancho de Lima Metropolitana. Asimismo, los instrumentos utilizados en esta investigación fueron: la Escala de Adicción a Facebook (RF27), la Escala de Habilidades sociales (EHS) y la Escala de Impulsividad (BIS-11). Finalmente, los resultados revelaron que efectivamente existe correlación estadísticamente significativa entre las tres variables: (a) Adicción a Facebook y Habilidades sociales ($r = -.571^{**}$, $p < .05$), (b) Adicción a Facebook e Impulsividad ($r = -.537^{**}$, $p < .05$) y (c) Habilidades sociales e Impulsividad ($r = -.625^{**}$, $p < .05$).

Palabras clave: Adicción a Facebook, Habilidades sociales, Impulsividad.

ABSTRACT

The main objective of this research was to analyze the relationship between Facebook Addiction, Social Skills and Impulsivity in schoolchildren in Lima. Based on theories referring to the previously mentioned variables, it is a basic research, of a correlational descriptive type, of non-experimental design, with a cross section, and a quantitative approach. The sample included was comprised of 500 schoolchildren, but only 233 participants met the inclusion and exclusion criteria for the analysis, according to their characteristics at the secondary level, of both sexes, from 2 educational institutions (national and private) of the San Juan district from Lurigancho of Metropolitan Lima. Likewise, the instruments used in this research were: the Facebook Addiction Scale (RF27), the Social Skills Scale (EHS) and the Impulsiveness Scale (BIS-11). Finally, the results revealed that there is indeed a statistically significant correlation between the three variables: (a) Facebook addiction and social skills ($r = -.571^{**}$, $p < .05$), (b) Facebook addiction and impulsivity ($r = -.537^{**}$, $p < .05$) and (c) Social Skills and Impulsivity ($r = -.625^{**}$, $p < .05$).

Keywords: Facebook addiction, social skills, impulsiveness.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente en diversas sociedades la tecnología se convierte en uso atractivo para las personas, dentro de ello la diversidad de aplicativos se hace habitual, siendo así la más popular la red social Facebook (Arias, Gallego, Rodríguez & Del Pozo, 2012), tal es el caso que mientras más frecuente sea el acceso a la red social, mayor será la sensación de placer, produciendo cambios de comportamiento y manifestaciones emocionales fluctuantes, evidenciando un problema de adicción (Echeburúa & Requenses, 2012).

Al respecto de las ideas anteriores, se puede argumentar que el uso excesivo de Facebook genera múltiples alteraciones negativas. De igual forma lo afirman los especialistas de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2008) donde reportaron que 1 de cada 4 personas padece de trastornos de conducta y dificultades en sus relaciones interpersonales, debido a su vínculo con las nuevas adicciones tecnológicas. De similar forma también como consecuencia se evidenciará un bajo rendimiento académico y mayor irritabilidad (Matalí & Alda, 2008). En ese mismo sentido los adolescentes manifiestan diversos síntomas ante la desconexión; como la ansiedad e impulsividad (Escurra & Salas, 2014).

Esta problemática, no es ajena a la realidad, ya que según los analistas del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015) informaron que, en el Perú una de las redes sociales de mayor frecuencia es Facebook con 15 millones de beneficiarios de los cuales el 61.2% son adolescentes que comprenden edades entre los 12 a 17 años. De modo similar Vílchez (2013) en su estudio registró que el 99% de los adolescentes tiene una cuenta en Facebook.

En relación a lo mencionado, una de las mayores consecuencias del uso frecuente de Facebook, es la carencia de buenas habilidades sociales, debido a que la interacción física es cambiada por una interacción virtual (Zywica & Danowski, 2008). Por otra parte, según Schaffer (1990) las relaciones sociales comprenden un avance progresivo importante para el adolescente, porque le brinda capacidad de adaptación y desenvolvimiento a diversos entornos. De similar forma Gismero (2010) mencionó que la interacción grupal es un soporte valioso debido a que contribuye a un adecuado desarrollo integral, ya que permite adecuarse a ritmos acelerados y exigentes. Estableciendo así que la interacción con los demás es parte

esencial para la actividad humana, sumando de manera positiva en la personalidad del adolescente (Caballo, 2005).

Por ello es necesario, que los jóvenes desarrollen adecuadas habilidades sociales debido a que su inapropiado desarrollo puede dificultar distintos aspectos, como su desempeño escolar y la comprensión correcta de las normas sociales (Michelson, 1987). Por lo cual se comprueba una relevancia e influencia de áreas fundamentales como la familia y la convivencia escolar, lo cual reafirma que los adolescentes que evidencien dificultades para relacionarse no tendrán una buena aceptación por sus compañeros de aula, también presentarán conflictos en su personalidad en un futuro, asociados al abandono en sus actividades académicas, conductas violentas y alteraciones psicológicas (Ison, 1997).

Dentro de ese marco, las cifras nacionales según los técnicos de la oficina de Tutoría y Prevención Integral del Ministerio de Educación (2003) registraron que un 31,3% de escolares que manifiestan escaso desarrollo de sus habilidades interpersonales, para ser más precisos 31 de cada 100 denota una carencia en el desarrollo de esta capacidad.

Aunado a las consideraciones anteriores, se va comprobando que la adicción a Facebook genera distintas dificultades, siendo una de ellas las relaciones interpersonales, cambios emocionales y de conducta (Echeburúa & De Corral, 2010). Este último constantemente se expresa con una reacción impulsiva siendo más predominante en los jóvenes, por su edad y etapa de cambios, donde la inestabilidad los caracteriza (Alonso & Romero, 2017). En ese mismo sentido, Eysenck (1977) manifestó que el ser humano tiende a reaccionar por impulsos lo cual consiste en actuar de forma rápida y no reflexiva. Asimismo, Zuckerman (2005) mencionó que los impulsos son estados emocionales. De similar manera, Barratt, Moeller, Dougherty, Schmitz y Swann (2001), afirmaron que, la impulsividad consiste en una reacción rápida, no planificada hacia estímulos internos o externos, sin medir las consecuencias.

Vinculado a los conceptos, Osorio (2013) manifestó que como consecuencia la impulsividad genera una carencia en la toma de decisiones. Por ello se confirma un reforzamiento negativo en la conducta del adolescente, manifestando así un escaso autocontrol del comportamiento (Celma, 2015). Otro efecto que genera la

impulsividad es presentar dificultades en la concentración de sus actividades, limitado análisis e inestabilidad emocional (Letzring, Block & Funder, 2005).

En relación con las implicancias mencionadas, el presente estudio se basa en la población adolescente escolar, ya que se considera un fragmento importante, acorde al Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016) los jóvenes con edades entre los 13 a 19 años, es de 10 millones 477 mil, lo cual demuestra que son el 29% de la población total, por tal motivo se debe valorar la investigación en los adolescentes porque su apropiado desarrollo y formación definirá el progreso y la evolución de nuestra sociedad.

En síntesis, para el presente estudio se busca profundizar en las variables planteadas por la investigación para un mayor análisis cuantitativo, que pueda contribuir de manera sólida y efectiva a la reducción de la problemática establecida.

Por consiguiente, se plantea como problema general de esta investigación: ¿Existe relación significativa entre adicción a Facebook, habilidades sociales e impulsividad en escolares de Lima?, En lo que respecta a los problemas específicos, se plantearon los siguientes: (1) ¿Existe relación entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima?, (2) ¿Existe relación entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima?, (3) ¿Existe relación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima?, (4) ¿Existe relación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima?, (5) ¿Existe relación entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima?, (6) ¿Existe relación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima?, (7) ¿Existe relación entre la dimensión cognitiva de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima?, (8) ¿Existe relación entre la dimensión motora de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima?, y por último (9) ¿Existe relación entre la dimensión no planificada de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima?

Atendiendo consideraciones de la justificación del presente estudio, los aportes que se obtendrán en los resultados, permitirán una visión más holística en los diversos factores, siendo así la relevancia social un indicador fundamental, ya que proporciona conocimiento sobre la realidad de las tres variables utilizadas, el cual brindará un soporte a los distintos profesionales multidisciplinarios. Por otro lado, a nivel teórico la investigación ofrecerá información importante que va contribuir para garantizar o rechazar principios teóricos, conceptos y definiciones para posteriores estudios con las variables relacionadas (adicción a Facebook, habilidades sociales e impulsividad), infiriendo así un análisis más sólido y elaborado. De similar forma, a nivel práctico lo obtenido en el trabajo beneficiará a la población de adolescentes escolares a través de la creación de programas preventivos, talleres y una adecuada intervención temprana reduciendo así la problemática establecida. Finalmente, a nivel metodológico se pretende analizar las diferentes propiedades psicométricas, y establecer el tamaño del efecto en los resultados obtenidos, lo cual posteriormente brindará información relevante a estudios correlacionales y psicométricos.

Por otro lado, como objetivo general se planteó: Analizar la relación que existe entre adicción a Facebook, habilidades sociales e impulsividad en escolares de Lima. En lo que respecta a los objetivos específicos, se plantearon los siguientes: (1) Analizar la relación que existe entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, (2) Analizar la relación que existe entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, (3) Analizar la relación que existe entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, (4) Analizar la relación que existe entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima, (5) Analizar la relación que existe entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima, (6) Analizar la relación que existe entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima, (7) Analizar la relación que existe entre la dimensión cognitiva de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable

habilidades sociales en escolares de Lima, (8) Analizar la relación que existe entre la dimensión motora de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, y por último (9) Analizar la relación que existe entre la dimensión no planificada de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima.

Finalmente, sobre la base de las ideas expuestas se planteó como hipótesis general de esta investigación: Existe relación entre adicción a Facebook, habilidades sociales e impulsividad en escolares de Lima. En lo que respecta a las hipótesis específicas, se plantearon las siguientes: (H_{01}) Existe relación entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, (H_{02}) Existe relación entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, (H_{03}) Existe relación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, (H_{04}) Existe relación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima, (H_{05}) Existe relación entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima, (H_{06}) Existe relación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad en escolares de Lima, (H_{07}) Existe relación entre la dimensión cognitiva de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, (H_{08}) Existe relación entre la dimensión motora de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima, y por último (H_{09}) Existe relación entre la dimensión no planificada de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales en escolares de Lima.

II. MARCO TEÓRICO

Respecto a las investigaciones a nivel nacional, Chambi y Sucari (2017) buscaron identificar la relación entre adicción a Facebook, dependencia al móvil, impulsividad y habilidades sociales, con una muestra de 180 estudiantes de Juliaca, obteniendo como resultado que efectivamente existe correlaciones estadísticamente significativas entre las variables de estudio, al igual que Mejía, Paz y Quinteros (2014) buscaron identificar la relación entre dependencia a Facebook y habilidades sociales en estudiantes, en una muestra de 300 adolescentes de Lima, obteniendo que existe una correlación inversa y estadísticamente significativa confirmando que la dependencia a Facebook guarda relación con las habilidades sociales. Asimismo, Domínguez-Vergara y Ybañez-Carranza (2016) buscaron identificar la relación entre adicción a Facebook y habilidades sociales, usando una muestra de 205 escolares de Trujillo, obteniendo como resultado una correlación inversa y estadísticamente significativa, interpretando que, a mayor adicción a las redes sociales menor será el nivel de habilidades sociales en los estudiantes. Delgado, et al (2016) buscaron identificar la relación entre habilidades sociales y adicción a Facebook, con una muestra de 1405 escolares de Lima, obteniendo como resultado que existe correlación negativa y estadísticamente significativa entre habilidades sociales y adicción a las redes sociales. También Campos y Vílchez (2019) buscaron identificar la adicción a la red social facebook e impulsividad en estudiantes 4° y 5° de secundaria, con una muestra de 253 estudiantes de Lima este, encontrando la existencia de una correlación directa y estadísticamente significativa entre las variables de estudio.

Otra forma de aportar, es la variedad de muchas investigaciones internacionales que obtienen diferentes resultados. En México, Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2015) buscaron determinar la relación entre adicción a Facebook, e impulsividad, usando una muestra de 63 estudiantes, obteniendo como conclusión, que los adictos a Facebook son más propensos a la depresión, a tener menos habilidades sociales y a mostrar una autoestima más baja. En Colombia, Barbosa, Beltran y Fraile (2015) buscaron determinar la relación entre impulsividad, adicción a Facebook y telefonía móvil, usando una muestra de 425 estudiantes con edades entre 12 y 16 años, obteniendo como resultado que existe relación baja entre impulsividad, la dependencia al internet y teléfono móvil.

Respecto a las teorías de la variable Adicción a Facebook, Ellis (1994) fundamenta en su teoría de la terapia racional emotiva conductual (TREC) que los pensamientos, sentimientos y conductas forman parte esencial del individuo llegando a moldear la personalidad acorde al desarrollo de las estructuras mencionadas, sin embargo, también precisó que si se aprende a controlar los pensamientos propios, se puede mejorar la vida, ya que interpretaremos de una forma más realista los eventos perturbadores mal interpretados. De similar forma, la teoría de la adicción al internet de Young (1998) resalta las consecuencias del abuso al usar la internet, encontrando en distintos casos que las personas que presentaban diagnósticos para juego patológico y trastornos impulsivos, tenían déficit de control, generando un desorden y hábito incontrolable.

De acuerdo con las definiciones de la variable Adicción a Facebook, se procede a definir qué es el pensamiento adictivo; es todo tipo de actividad exagerada, donde no necesariamente este es de por medio un producto químico (Echeburúa & Requesens, 2012), también es aquello que es repetitivo en cuanto a las actividades (dominando el raciocinio, el afecto y el hábito), hasta tal punto de generar un daño social o a sí mismo.

Asimismo, a la definición de las redes sociales como una plataforma, que permite a los individuos poder interactuar, emitir juicios, experiencias u emociones, a su vez el uso excesivo o abusivo de esta red social, genera consecuencias negativas en el comportamiento de la persona al no tener acceso con frecuencia se evidencian características como, irritación, mal humor, ansiedad e impulsividad. (Echeburúa & Requesens, 2012). De igual manera Morduchowicz et al. (2010) refirieron, que la tecnología genera aplicaciones, donde se agrupan a jóvenes y se les permite relacionarse entre sí, compartiendo no solo información sino también intereses comunes (Citado en García, 2017). Y como definición del uso excesivo de Facebook, según Ríos (2018) es toda conducta reiterativa que brinda entretenimiento o placer prolongado mediante una interacción digital empleando la plataforma de Facebook.

Por otra parte, según lo mencionado por Block (2008) autor de la editorial de la revista *Journal of Psychiatry*, una de las tantas propuestas recientes para incluir el uso desadaptativo de internet como trastorno mental en el *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – V*, es la “adicción a internet”, la cual debería incluirse

en el espectro de los trastornos obsesivo-compulsivos y estaría compartiendo tres categorías para su diagnóstico: (a) Uso excesivo; pérdida de la noción del tiempo y abandono de actividades básicas, (b) Abstinencia; sentimientos de tensión, rabia, etc. Ante la imposibilidad de no conectarse a la red de internet, (c) Tolerancia; resistentes a gratificaciones que se obtienen por medio del uso de internet y (d) Repercusiones negativas; discusiones constantes, mentiras, aislamiento social y fatiga en la vida de la persona.

En relación a las implicancias mencionadas, Cugota (2008) definió la conducta adictiva como un trastorno que genera dependencia de una actividad, volviéndose esta una actividad muy habitual, donde el sujeto al inicio siente placer, pero posteriormente se transformará en una obstinación. Refiriendo como comportamientos adictivos.

En relación a las teorías de la variable Habilidades sociales, Gismero (2010) refirió, como aquel conjunto de respuestas tanto verbal como no verbal a las habilidades sociales y que particularmente son manifestadas por personas en un entorno interpersonal, y está compuesto por tres factores: factor conductual, factor cognitivo y factor situacional. Aunado a ello, Bandura (1977) en su teoría del aprendizaje social, explica que todos los sujetos aprenden y se desarrollan, gracias al aprendizaje por observación, teniendo un ciclo de atención retención, reproducción y motivación, teniendo en cuenta un modelo a copiar y nuestro entorno. Al igual que Trower (1986) y Mcfall (1982) en su modelo interactivo, donde refirieron que el ser humano tiene la capacidad para adaptar su pensamiento, que también va en función de la retroalimentación que recibe, gracias a su medio en el que interactúa y las situaciones que se le presentan (Citado en Caballo & Verdugo, 2005). En un sentido distinto Vigotsky (1978) con su teoría Socio-Histórica, el autor refirió que, en conjunto todas las habilidades de un individuo, tienen un origen en el entorno social. Por lo cual, presenta una idea, para mayor entendimiento de los modos mediante el cual el niño y adolescente aprende, por medio de la conexión de los procesos cognitivos a los que se alude también los contextos sociales, históricos y culturales.

A continuación, se procede a definir la variable Habilidades sociales, para Gismero (2010) es todo comportamiento aceptado en la sociedad, y expresado mediante conductas, por medio del cual se transmiten: opiniones, ideas y

sentimiento, sin preocupación (Citado en Palacios, 2017). Otra definición sostenida por Muñoz, Crespí y Angrehs (2011) es que, es la agrupación de distintas conductas específicas, que son necesarias y permiten que la persona pueda interactuar y relacionar con otros de una forma objetiva. En un sentido muy parecido, Roca (2014) refirió a la interacción entre pares, como una serie de comportamientos que son observables, así como también ideas u emociones, que permiten una relación interpersonal objetiva y satisfactoria.

Respecto a las teorías de la variable Impulsividad, Eysenck (1952) con su teoría del temperamento, mencionó que es un aspecto de la personalidad, que está basado en la genética y es la fusión de tres dimensiones básicas: psicoticismo, extroversión y neuroticismo. Considerando la extraversión como un constructo que está formado tanto por la sociabilidad como por la impulsividad. Por otra parte, Dickman (1990) con su teoría personológica, mencionó que el actuar sin tener consideración, ni reflexión de las consecuencias tiene una explicación, la cual se presenta en dos maneras: (a) La impulsividad funcional; que brinda beneficios, tiene efectos positivos porque permite procesar la información y responder de manera rápida pero eficaz; (b) La impulsividad disfuncional; que genera dificultades, también efectos negativos, ya que hay una incapacidad para el procesamiento de un análisis adecuado (Citado en Squillace, Picón & Schmidt, 2011). Desde una perspectiva distinta, Hull (1943) en su teoría de reducción del impulso, revela que es una tendencia a la actividad, la cual tiene como origen una necesidad. Dicha necesidad, es el estado de inestabilidad u desequilibrio interior, que a la vez es desencadenado por la ausencia de algo en el organismo vivo, que no termina hasta ser sustituido.

Al igual que Barratt, Patton y Stanford (1995) en su teoría de la impulsividad que tuvo inicio en 1959, mencionaron a la impulsividad como un constructo multidimensional que está compuesto por tres dimensiones: impulsividad cognitiva, motora y no planificada; que son quienes dan predisposición para que el individuo actúe de manera rápida sin medir o pensar en las consecuencias, ante estímulos ya sean interno o externos.

Por otra parte, referente a las definiciones de la variable Impulsividad, según Salvo y Castro (2013) es aquel comportamiento que no ha sido planeado, y tiene una aparición fulminante, que puede ir en conjunto de distintas conductas imprevistas, sin la aparición de sucesos asertivos estos hechos pueden se

motivados por situaciones externas del entorno. (Citado en Barbosa, Beltran & Fraile, 2015). Otra definición de impulsividad sostenida por Osorio (2013) es que, es un pobre juicio realizado de forma inesperada y desmedida, en una decisión ejercida, que puede o no haber sido reforzada por drogas u otros recursos actuales como la tecnología. En un sentido similar, Celma (2015) definió a la impulsividad, como el pobre autocontrol de nuestras emociones y que se caracteriza por tomar una decisión acelerada sin medir las consecuencias.

Además, las dimensiones planteadas por Barratt (1995) son las siguientes: (a) Impulsividad Cognitiva; aquel compromiso de una persona que permite controlar la intromisión de pensamientos singulares; (b) Impulsividad Motora; distinguido por la predisposición a actuar impulsado por las emociones generadas en el momento; y por finalmente, (c) Impulsividad no planificada; aquel proceso acelerado que tiene la persona para tomar una decisión de manera abrupta, sin planificar y sin proyectarla al futuro, lo cual condiciona a su vez la reacción a de las personas que están en su entorno debido a las consecuencias negativas que genera este acto.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Esta investigación es de tipo básica, debido a que se enfoca mediante una visión holística en la comprensión de elementos esenciales, en los hechos medibles, observables o de asociaciones que se constituyen entre los fenómenos estudiados (Concytec, 2018). De tipo descriptiva correlacional, puesto que está orientada en determinar el grado de relación que existe, entre dos o más constructos (Sánchez & Reyes, 2015). Con un diseño no experimental, puesto que no se manipularon las variables trabajadas (Ato & Vallejo, 2015). Asimismo, de un corte transversal, porque la información es recogida en un solo momento (Ato & Vallejo, 2015). De enfoque cuantitativo, puesto que utiliza información del levantamiento de los datos, para comprobar las preguntas e hipótesis de investigación, con base en la medición u evaluación numérica (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

3.2. Variables y operacionalización

La variable Adicción a Facebook, es definida como toda conducta reiterativa que genera entretenimiento o placer prolongado mediante una interacción digital empleando la plataforma de Facebook (Ríos, 2018). Asimismo, será medida por la escala Adicción a Facebook (Ríos, 2018). Compuesto por tres dimensiones: Cognitivo, Afectiva y Conductual. Contiene 20 reactivos, de escala tipo Likert con opciones del 1 al 4.

La variable Habilidades sociales, es definido como el comportamiento adecuado o aceptado en la sociedad, son los orales y los expresados por conductas, en el cual pueda transmitir sus necesidades, opiniones, ideas, sentimientos sin preocupación (Gismero, 2008). La variable Habilidades sociales será medida por la Escala de Habilidades Sociales (Gismero, 2008). Asimismo, la versión que se utilizará en esta investigación es la adaptada en Perú por Palacios (2017).

La variable Impulsividad, es definida como el pensamiento, emoción o comportamiento que conduce a consecuencias contraproducentes y autodestructivas, interfiriendo de forma importante en la supervivencia y estabilidad del organismo (Barratt et al., 1995). Asimismo, será medida por la Escala de Impulsividad (Barratt et al., 1995). La versión que se utilizará en esta investigación

es la adaptada en Perú por Flores (2018). Compuesto por tres dimensiones: Cognitiva, Motora y No planificada. Compuesta por 30 reactivos, de escala tipo Likert del 1 al 4.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

La población es el grupo de individuos, que reúnen características esenciales (Fontes et al., 2015). Según los especialistas del Ministerio de educación del Perú (2019) la población de este estudio estuvo comprendida por 673 133 escolares de nivel secundaria de Lima Metropolitana.

Los criterios de inclusión establecidos en esta investigación fueron: Escolares matriculados en el año académico 2019, en las I.E. nacionales y privadas de Lima, de nivel secundario, que participen de manera voluntaria, lo que permitirá que marcar de manera correcta los cuestionarios.

Los criterios de exclusión establecidos en esta investigación: Escolares que no se encuentren matriculados en el año académico 2019, en las I.E. nacionales y privadas de Lima, que no se encuentren estudiando en el nivel secundario, que no deseen participar de forma voluntaria, lo que les permitirá marcar de manera incorrecta los cuestionarios.

Respecto, a los criterios de eliminación establecidos en esta investigación: Escolares que no rellenen las encuestas de forma correcta, que rellenen de forma consistente una misma opción y dejen casillas sin marcar.

La muestra es el subconjunto representativo de una población, puesto que reúnen particularidades que componen la población de estudio (Fontes et al., 2015). La muestra de esta investigación, quedó con 233 escolares, de ambos sexos y con edades comprendidas entre 11 a 17 años.

En cuanto al muestreo, es aquel procedimiento que le permite al investigador seleccionar la muestra (Fontes et al., 2015). Se siguió un muestreo no probabilístico intencional, puesto que no todos los elementos de la población tuvieron la probabilidad de ser participantes de la investigación, y se tomaron en consideración los criterios planteado en la investigación (criterios de inclusión y exclusión).

La unidad de análisis está conformada por escolares de los distintos colegios tanto nacionales como privados de Lima.

Tabla 1.

Características sociodemográficas de la muestra

| Variables sociodemográficas | Total (N = 233) | |
|---------------------------------|-----------------|------|
| | <i>f</i> | % |
| <i>Sexo</i> | | |
| Mujer | 108 | 46 |
| Varón | 125 | 54 |
| <i>Edades</i> | | |
| 11 | 2 | 0,9 |
| 12 | 19 | 8,2 |
| 13 | 67 | 28,8 |
| 14 | 79 | 33,9 |
| 15 | 51 | 21,9 |
| 16 | 14 | 6,0 |
| 17 | 1 | 0,4 |
| <i>Instituciones educativas</i> | | |
| I.E. Privada | 35 | 15 |
| I.E. Pública | 198 | 85 |

Nota: N = Tamaño de la muestra, *f* = frecuencia, % = porcentaje

En la tabla N°1, se puede observar que se registraron 233 participantes. Pertenecientes al sexo masculino 125 (54%) y el sexo femenino 108 (46%), siendo la edad más frecuente 14 años con 79 (33,9%) y la menos frecuente la edad de 17 años con 1 participante (0,4%). También se obtuvo la cantidad de participantes por institución educativa. La primera registro 35 escolares (15%) para la segunda institución educativa se registraron 198 participantes (85%).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada para recolectar los datos en esta investigación fue la encuesta (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Y la herramienta es el cuestionario, definido como el conglomerado de preguntas estructuradas, las cuales serán contestadas por los participantes de la investigación (Consuegra, 2010).

Por otra parte, el segundo instrumento utilizado con procedencia española, adaptado en Perú por Palacios (2017). La administración con duración promedio de 10 a 15 minutos, además tiene la finalidad de identificar las habilidades sociales

tanto jóvenes como en adultos de ambos sexos. La escala posee seis dimensiones: En cuanto a las evidencias de validez del instrumento Habilidades sociales, fue sometido por validez convergente como divergente y validez de contenido por medio de criterio de jueces (10 psicólogos especialistas), Con respecto a la confiabilidad, el instrumento fue sometido bajo el método de consistencia interna de Alfa de Cronbach, obteniendo un coeficiente de .88, con un 88% de varianza de los totales.

Finalmente, el tercer instrumento utilizado fue la Escala de Impulsividad (BIS-11) de Patton, Stanford y Barratt (1995) con procedencia de Inglaterra, adaptado en Perú por Flores (2018). La administración puede ser de forma individual o colectiva, con duración promedio de 10 a 15 minutos, con la finalidad de identificar los niveles y tipos de impulsividad en adolescentes y adultos. La escala posee tres factores: impulsividad motora (2, 3, 4, 17, 19, 22, 25, 16, 21, 23, 30*), impulsividad cognitiva (5, 9*, 11, 20*, 28, 6, 24, 26) e impulsividad no planificada (1*, 7*, 8*, 12*, 13*, 14, 10*, 15*, 18, 27, 29*). En cuanto a las evidencias de validez del instrumento de Impulsividad, fue sometido por validez de contenido a través de criterio de jueces y mediante el análisis factorial confirmatorio obteniendo un (CFI) igual a .53, (RSMR) igual a .1035, (RMSEA) de .07 y un criterio de información Akaike de 1058.29. Con respecto a la confiabilidad, el instrumento fue sometido bajo el método de consistencia interna de Alfa de Cronbach, obteniendo un coeficiente de .69. y un Omega de McDonald's de .70.

Tabla 2.

Consistencia interna de las tres Escalas utilizadas durante el desarrollo de la investigación.

| Dimensiones | Ítems | α | ω |
|--|-------|----------|----------|
| <i>Variable 1: Adicción a Facebook</i> | 20 | 0,86 | 0,92 |
| Cognitivo | 10 | 0,84 | 0,89 |
| Afectiva | 5 | 0,76 | 0,87 |
| Conductual | 5 | 0,77 | 0,84 |
| <i>Variable 2: Habilidades sociales</i> | 33 | 0,87 | 0,91 |
| Autoexpresión de situaciones sociales | 8 | 0,78 | 0,87 |
| Defensa de los propios derechos como consumidor | 5 | 0,76 | 0,85 |
| Expresión de enfado o disconformidad | 6 | 0,79 | 0,82 |
| Decir no y cortar interacciones | 5 | 0,81 | 0,82 |
| Hacer peticiones | 5 | 0,78 | 0,83 |
| Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto | 4 | 0,86 | 0,91 |
| <i>Variable 3: Impulsividad</i> | 30 | 0,82 | 0,84 |
| Cognitiva | 8 | 0,84 | 0,89 |
| Motora | 11 | 0,78 | 0,81 |
| No planificada | 11 | 0,77 | 0,80 |

Nota: α = alfa de Cronbach; ω = omega de McDonald

3.5. Procedimientos

Para poder dar inicio con esta investigación, se propuso indagar si guardan relación tres variables: Adicción a Facebook, habilidades sociales e impulsividad. Posteriormente se realizó la búsqueda minuciosa de información en repositorios universitarios, artículos de revistas electrónicas y libros, tanto en español como en inglés (versiones físicas y digitales), para poder tener información de las definiciones y bases teóricas referentes a las variables de estudio. Así como también, la búsqueda de información de los instrumentos y de sus propiedades psicométricas, como los instrumentos no eran ajenos a la población de estudio (escolar), no fueron sometidos a través de la validez de contenido, ya que los instrumentos eran aplicables en el contexto escolar, a continuación, se procedió solicitar los pertinentes permisos a cada uno de los autores e investigadores que adaptaron los instrumentos (véase Anexo 1).

Respecto a los pasos administrativos, se dio inicio con la entrega de la solicitud a la escuela de psicología, con los datos de los colegios y directores, luego se solicitó el permiso correspondiente a las autoridades de cada institución educativa (véase Anexo 3). Una vez aceptado el permiso y entregado el cargo, se procedió a entregar y comunicar a los padres de familia los asentimientos y consentimientos respectivos (véase Anexo 2). Las evaluaciones iniciaron el 12 de noviembre y finalizó el 22 de noviembre del 2019, se realizaron en un tiempo aproximado de 35 a 50 minutos, en el respectivo horario de tutoría y hora libre.

3.6. Método de análisis de datos

Luego de la obtención de los datos, por medio de la aplicación de los tres cuestionarios (véase Anexo 4), y de la meticulosa depuración de los cuestionarios con respuestas alteradas, respetando los criterios tanto de exclusión como de inclusión, se procedió con la elaboración de la base de datos en Excel, verificando la correcta digitación de las respuestas marcadas, seguidamente se importó la data, al paquete estadístico SPSS versión 26 (International Business Machines, 2019). También se determinó la normalidad de los datos por medio de la prueba de Kolmogórov-Smirnov, ya que la muestra era mayor a 50 evaluados, y la significancia era menor a .05, indicando de ese modo que los datos eran no paramétricos (véase Tabla 3), por lo que se utilizó el coeficiente de correlación por rangos de Spearman. Otro aspecto, es que se determinó el tamaño del efecto que, dependiendo del valor resultante de las correlaciones, serán valorados por medio del siguiente intervalo: efecto pequeño ($r^2 = .01$); efecto medio ($r^2 = .09$); y efecto grande ($r^2 = .25$) (Cohen, 1988).

3.7. Aspectos éticos

En la presente investigación se respetó cada una de las normas que establecieron los especialistas de la American Psychological Association (formato del documento, correcta referencia de los autores, abreviaturas, tipo de letra, etc.) (APA, 2019).

De acuerdo con los artículos del código de ética y deontología del Colegio de Psicólogos del Perú (2017) se respetó y protegió la identidad de los escolares que participaron en esta investigación.

Se obtuvo autorización del personal directivo de las instituciones educativas nacionales y privadas, para la aplicación las tres escalas utilizadas en esta investigación, además se respetó el reglamento interno de cada institución.

Se facilitaron las indicaciones pertinentes a todos los estudiantes que aceptaron participar de forma voluntaria, también se entregaron los asentimientos y consentimientos informados.

IV. RESULTADOS

En la tabla N°3, se describe el análisis de la prueba de normalidad de los tres escalas utilizadas en esta investigación (Adicción a Facebook, Habilidades sociales e impulsividad), obteniendo niveles de significancia en su mayoría por debajo de lo establecido ($p < 0.05$) indicando que dichas variables y dimensiones no se ajustan a la distribución normal (no paramétricas) por lo que se utilizó el coeficiente de correlación por rangos de Spearman, para conocer las correlaciones entre las variables y dimensiones propuestas a través de los objetivos de la investigación.

Tabla 3.

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para las variables de estudio (N=233)

| | Estadístico | gl | p |
|--|-------------|-----|------|
| <i>Variable 1: Adicción a Facebook</i> | 0,09 | 233 | 0,00 |
| Cognitivo | 0,09 | 233 | 0,00 |
| Afectiva | 0,11 | 233 | 0,00 |
| Conductual | 0,11 | 233 | 0,00 |
| <i>Variable 2: Habilidades sociales</i> | 0,04 | 233 | 0,20 |
| Autoexpresión de situaciones sociales | 0,10 | 233 | 0,00 |
| Defensa de los propios derechos como consumidor | 0,13 | 233 | 0,00 |
| Expresión de enfado o disconformidad | 0,10 | 233 | 0,00 |
| Decir no y cortar interacciones | 0,14 | 233 | 0,00 |
| Hacer peticiones | 0,08 | 233 | 0,00 |
| Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto | 0,15 | 233 | 0,00 |
| <i>Variable 3: Impulsividad</i> | 0,05 | 233 | 0,05 |
| Cognitiva | 0,10 | 233 | 0,00 |
| Motora | 0,06 | 233 | 0,00 |
| No planificada | 0,09 | 233 | 0,00 |

Nota: N = tamaño de la muestra, gl = grados de libertad, p = significancia estadística

En la tabla N°4, se expresó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Detallando que con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se manifestó un valor de -.28 y un tamaño del efecto pequeño de .08; con la dimensión decir no y cortar interacciones se encontró un valor de -.35 y un tamaño del efecto medio de .12; con la dimensión hacer peticiones se halló un valor de -.38 y un tamaño del efecto medio de .14; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se detalló un valor de -.41 y un tamaño del efecto medio de .17; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se manifestó un valor de -.50 y un tamaño del efecto grande de .25 y con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se explicó un valor de -.63 y un tamaño del efecto grande de .39 (Cohen, 1988).

Tabla 4.

Correlación entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales

| | Autoexpresión de situaciones sociales | Defensa de los propios derechos como consumidor | Expresión de enfado o disconformidad | Decir no y cortar interacciones | Hacer peticiones | Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto |
|---------------|---------------------------------------|---|--------------------------------------|---------------------------------|------------------|--|
| r_s | -.63** | -.28** | -.50** | -.35** | -.38** | -.41** |
| Cognitivo p | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 |
| r^2 | .39 | .08 | .25 | .12 | .14 | .17 |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

En la tabla N°5, se presentó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Explicando que con la dimensión hacer peticiones se encontró un valor de $-.18$ y un tamaño del efecto pequeño de $.03$; con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se halló un valor de $-.23$ y un tamaño del efecto pequeño de $.05$; con la dimensión decir no y cortar interacciones se observó un valor de $-.23$ y un tamaño del efecto pequeño de $.05$; con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se encontró un valor de $-.34$ y un tamaño del efecto medio de $.11$; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se manifestó un valor de $-.34$ y un tamaño del efecto medio de $.12$ y con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se expresó un valor de $-.35$ y un tamaño del efecto medio de $.13$ (Cohen, 1988).

Tabla 5.

Correlación entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales.

| | Autoexpresión de situaciones sociales | Defensa de los propios derechos como consumidor | Expresión de enfado o disconformidad | Decir no y cortar interacciones | Hacer peticiones | Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto |
|--------------|---------------------------------------|---|--------------------------------------|---------------------------------|------------------|--|
| r_s | $-.34^{**}$ | $-.23^{**}$ | $-.35^{**}$ | $-.23^{**}$ | $-.18^{**}$ | $-.34^{**}$ |
| Afectiva p | $.001$ | $.001$ | $.001$ | $.001$ | $.001$ | $.001$ |
| r^2 | $.12$ | $.05$ | $.13$ | $.05$ | $.03$ | $.12$ |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel $.01$ (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

En la tabla N°6, se observó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Expresando que con la dimensión hacer peticiones se encontró un valor de $-.28$ y un tamaño del efecto pequeño de $.08$; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se manifestó un valor de $-.30$ y un tamaño del efecto medio de $.09$; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se expresó un valor de $-.31$ y un tamaño del efecto medio de $.10$; con la dimensión decir no y cortar interacciones se observó un valor de $-.31$ y un tamaño del efecto medio de $.10$; con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se halló un valor de $-.31$ y un tamaño del efecto medio de $.10$ y con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se encontró un valor de $-.43$ y un tamaño del efecto medio de $.19$ (Cohen, 1988).

Tabla 6.

Correlación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales.

| | Autoexpresión de situaciones sociales | Defensa de los propios derechos como consumidor | Expresión de enfado o disconformidad | Decir no y cortar interacciones | Hacer peticiones | Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto |
|----------------|---------------------------------------|---|--------------------------------------|---------------------------------|------------------|--|
| r_s | $-.43^{**}$ | $-.31^{**}$ | $-.31^{**}$ | $-.31^{**}$ | $-.28^{**}$ | $-.30^{**}$ |
| Conductual p | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 |
| r^2 | .19 | .10 | .10 | .10 | .08 | .09 |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel $.01$ (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

En la tabla N°7, se expresó una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad. Detallando que con la dimensión no planificada se manifestó un valor de .19 y un tamaño del efecto pequeño de .04; con la dimensión cognitiva se precisó un valor de .49 y un tamaño del efecto medio de .24 y con la dimensión motora se explicó un valor de .54 y un tamaño del efecto grande de .29 (Cohen, 1988).

Tabla 7.

Correlación entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad.

| | | Cognitiva | Motora | No planificada |
|-----------|-------|-----------|--------|----------------|
| Cognitivo | r_s | .49** | .54** | .19** |
| | p | .001 | .001 | .001 |
| | r^2 | .24 | .29 | .04 |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

En la tabla N°8, se revelo una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad. Manifestando que con la dimensión cognitiva se halló un valor de .32 y un tamaño del efecto medio de .10 y con la dimensión motora se expresó un valor de .33 y un tamaño del efecto medio de .11 (Cohen, 1988). Distinto fue con la dimensión no planificada, debido a que la significancia fue mayor a .05, por lo cual no se establece una correlación entre ambas dimensiones.

Tabla 8.

Correlación entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad.

| | | Cognitiva | Motora | No planificada |
|----------|-------|-----------|--------|----------------|
| Afectiva | r_s | .32** | .33** | .10 |
| | p | .001 | .001 | .15 |
| | r^2 | .10 | .11 | .01 |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

En la tabla N°9, se presentó una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad. Explicando que con la dimensión no planificada se manifestó un valor de .16 y un tamaño del efecto pequeño de .03; con la dimensión cognitiva se precisó un valor de .40 y un tamaño del efecto medio de .16 y con la dimensión motora se determinó un valor de .42 y un tamaño del efecto medio de .18 (Cohen, 1988).

Tabla 9.

Correlación entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad.

| | | Cognitiva | Motora | No planificada |
|------------|-------|-----------|--------|----------------|
| Conductual | r_s | .40** | .42** | .16** |
| | p | .001 | .001 | .001 |
| | r^2 | .16 | .18 | .03 |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

En la tabla N°10, se expresó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitiva de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Detallando que con la dimensión decir no y cortar interacciones se encontró un valor de $-.29$ y un tamaño del efecto medio de $.09$; con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se manifestó un valor de $-.32$ y un tamaño del efecto medio de $.10$; con la dimensión hacer peticiones se halló un valor de $-.39$ y un tamaño del efecto medio de $.15$; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se detalló un valor de $-.43$ y un tamaño del efecto medio de $.18$; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se manifestó un valor de $-.47$ y un tamaño del efecto medio de $.22$ y con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se explicó un valor de $-.55$ y un tamaño del efecto grande de $.31$ (Cohen, 1988).

Tabla 10.

Correlación entre la dimensión cognitiva de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.

| | Autoexpresión de situaciones sociales | Defensa de los propios derechos como consumidor | Expresión de enfado o disconformidad | Decir no y cortar interacciones | Hacer peticiones | Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto |
|---------------|---------------------------------------|---|--------------------------------------|---------------------------------|------------------|--|
| r_s | $-.55^{**}$ | $-.32^{**}$ | $-.47^{**}$ | $-.29^{**}$ | $-.39^{**}$ | $-.43^{**}$ |
| Cognitiva p | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 |
| r^2 | .31 | .10 | .22 | .09 | .15 | .18 |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel $.01$ (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

En la tabla N°11, se observó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión motora de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Precizando que con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se manifestó un valor de $-.33$ y un tamaño del efecto medio de $.11$; con la dimensión decir no y cortar interacciones se encontró un valor de $-.38$ y un tamaño del efecto medio de $.14$; con la dimensión hacer peticiones se halló un valor de $-.41$ y un tamaño del efecto medio de $.17$; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se manifestó un valor de $-.47$ y un tamaño del efecto medio de $.22$; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se detalló un valor de $-.48$ y un tamaño del efecto medio de $.23$ y con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se explicó un valor de $-.58$ y un tamaño del efecto grande de $.34$ (Cohen, 1988).

Tabla 11.

Correlación entre la dimensión motora de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.

| | Autoexpresión de situaciones sociales | Defensa de los propios derechos como consumidor | Expresión de enfado o disconformidad | Decir no y cortar interacciones | Hacer peticiones | Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto |
|------------|---------------------------------------|---|--------------------------------------|---------------------------------|------------------|--|
| r_s | $-.58^{**}$ | $-.33^{**}$ | $-.47^{**}$ | $-.38^{**}$ | $-.41^{**}$ | $-.48^{**}$ |
| Motora p | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 |
| r^2 | .34 | .11 | .22 | .14 | .17 | .23 |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel $.01$ (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

En la tabla N°12, se presentó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión no planificada de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Detallando que con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se revelo un valor de $-.14$ y un tamaño del efecto pequeño de $.02$; con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se manifestó un valor de $-.18$ y un tamaño del efecto pequeño de $.03$; con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se encontró un valor de $-.20$ y un tamaño del efecto pequeño de $.04$, con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se alcanzó un valor de $-.25$ y un tamaño del efecto pequeño de $.06$; con la dimensión hacer peticiones se obtuvo un valor de $-.27$ y un tamaño del efecto pequeño de $.07$ y con la dimensión decir no y cortar interacciones se precisó un valor de $-.36$ y un tamaño del efecto medio de $.13$ (Cohen, 1988).

Tabla 12.

Correlación entre la dimensión no planificada de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.

| | | Autoexpresión de situaciones sociales | Defensa de los propios derechos como consumidor | Expresión de enfado o disconformidad | Decir no y cortar interacciones | Hacer peticiones | Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto |
|----------------|-------|---------------------------------------|---|--------------------------------------|---------------------------------|------------------|--|
| No planificada | r_s | $-.18^{**}$ | $-.20^{**}$ | $-.25^{**}$ | $-.36^{**}$ | $-.27^{**}$ | $-.14^*$ |
| | p | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 | .001 |
| | r^2 | .03 | .04 | .06 | .13 | .07 | .02 |

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas), r_s = Test de Rango de Spearman de Correlación de Orden, r^2 =coeficiente de determinación.

V. DISCUSIÓN

Acorde a los resultados obtenidos se precisaron las correlaciones entre las hipótesis planteadas en el estudio.

En base al primer objetivo específico, se expresó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Detallando que con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se manifestó un valor de $-.28$ y un tamaño del efecto pequeño de $.08$; expresando así un 8% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión decir no y cortar interacciones se encontró un valor de $-.35$ y un tamaño del efecto medio de $.12$; manifestando un 12% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión hacer peticiones se halló un valor de $-.38$ y un tamaño del efecto medio de $.14$; estableciendo un 14% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se detalló un valor de $-.41$ y un tamaño del efecto medio de $.17$; estimando así un 17% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se manifestó un valor de $-.50$ y un tamaño del efecto grande de $.25$; describiendo un 25% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se explicó un valor de $-.63$ y un tamaño del efecto grande de $.39$; estableciendo un 39% de la presencia del fenómeno en la población de estudio (Cohen, 1988). De esta forma, se interpreta que mientras mayor sean los pensamientos e ideas adictivas a la red social Facebook, menor serán las habilidades sociales que presenten los adolescentes.

Estos hallazgos coinciden con lo encontrado por Mejía, Paz y Quinteros (2014) quienes investigaron la relación entre dependencia a Facebook y habilidades sociales en estudiantes, obteniendo como resultados que existe una correlación inversa y estadísticamente significativa entre las variables de estudio. En tal sentido, Ellis (1994) fundamento en su teoría de la terapia racional emotiva conductual (TREC) que los pensamientos, sentimientos y conductas forman parte esencial del individuo llegando a moldear la personalidad acorde al desarrollo de las estructuras mencionadas, sin embargo, también preciso que, si se aprende a controlar los

pensamientos propios, se puede mejorar la vida, ya que interpretaremos de una forma más realista los eventos perturbadores mal interpretados. De similar forma, la teoría de la adicción al internet de Young (1998) resalta las consecuencias del abuso al usar la internet, encontrando en distintos casos que las personas que presentaban diagnósticos para juego patológico y trastornos impulsivos, tenían déficit de control, generando un desorden y hábito incontrolable. Así también, Echeburúa y Requesens (2012) definen que los pensamientos de tipo adictivo, es toda actividad exagerada que no necesariamente se da por medio un producto químico, también es aquello que es repetitivo en cuanto a las actividades (dominando el raciocinio, el afecto y el hábito), hasta tal punto de generar un daño social o a sí mismo.

Para el segundo objetivo específico, se presentó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Explicando que con la dimensión hacer peticiones se encontró un valor de $-.18$ y un tamaño del efecto pequeño de $.03$; manifestando un 3% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se halló un valor de $-.23$ y un tamaño del efecto pequeño de $.05$; precisando en un 5% la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión decir no y cortar interacciones se observó un valor de $-.23$ y un tamaño del efecto pequeño de $.05$; detallando que hay un 5% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se encontró un valor de $-.34$ y un tamaño del efecto medio de $.11$; explicando que hay un 11% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se manifestó un valor de $-.34$ y un tamaño del efecto medio de $.12$; describiendo que hay un 12% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se expresó un valor de $-.35$ y un tamaño del efecto medio de $.13$; estableciendo que hay un 13% de la presencia del fenómeno en la población de estudio (Cohen, 1988). Así se interpreta que mientras mayor sea el estado afectivo durante el periodo de adicción a la red social Facebook, menor serán las habilidades sociales en los adolescentes.

Estos hallazgos son similares al estudio de Domínguez-Vergara y Ybañez-Carranza (2016) quienes estudiaron la relación entre adicción a Facebook y habilidades sociales, obteniendo como resultado que efectivamente existe una correlación inversa y estadísticamente significativa entre las variables de estudio. En tal sentido, Ríos (2018) refiere que la adicción a Facebook es toda conducta reiterativa que brinda entretenimiento o placer prolongado mediante una interacción digital. Asimismo, Morduchowicz et al. (2010) menciona que la adicción a la tecnología, específicamente a las redes sociales, repercute de forma gradual en el estado emocional de la persona, generando consecuencias como el aislamiento social y la falta de interacción grupal de forma presencial.

Para el tercer objetivo específico, se observó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Expresando que con la dimensión hacer peticiones se encontró un valor de $-.28$ y un tamaño del efecto pequeño de $.08$; demostrando un 8% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se manifestó un valor de $-.30$ y un tamaño del efecto medio de $.09$; estableciendo un 9% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se expresó un valor de $-.31$ y un tamaño del efecto medio de $.10$; manifestando un 10% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión decir no y cortar interacciones se observó un valor de $-.31$ y un tamaño del efecto medio de $.10$; evidenciando un 10% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se halló un valor de $-.31$ y un tamaño del efecto medio de $.10$ demostrando un 10% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se encontró un valor de $-.43$ y un tamaño del efecto medio de $.19$; describiendo un 10% de la presencia del fenómeno en la población de estudio (Cohen, 1988). Explicando así que, a mayor comportamiento adictivo a la red social Facebook, menor son las habilidades sociales que presenta el adolescente.

Los resultados obtenidos, son similares a los hallazgos de Delgado et al. (2016) en su estudio entre las habilidades sociales y adicción a Facebook,

manifestando una correlación inversa y estadísticamente significativa entre las variables. Así también, lo argumenta Cugota (2008) quien definió la conducta adictiva como un trastorno de dependencia de una acción habitual del individuo que en un primer momento le genera placer y es socialmente aceptada, pero que en cierto momento se convierte en una obsesión. De forma similar, Block (2008) menciona que el uso excesivo de Facebook, genera reacciones y cambios comportamentales en la persona que lo usa con frecuencia, por lo general se muestran características negativas como; sentimiento de tensión, poca tolerancia, mentiras, aislamiento social, fatiga, etc.

En la base al cuarto objetivo específico, se expresó una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad. Detallando que con la dimensión no planificada se manifestó un valor de .19 y un tamaño del efecto pequeño de .04; identificando un 4% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión cognitiva se precisó un valor de .49 y un tamaño del efecto medio de .24; describiendo un 24% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión motora se explicó un valor de .54 y un tamaño del efecto grande de .29; mostrando un 29% de la presencia del fenómeno en la población de estudio (Cohen, 1988). Explicando que a mayor pensamiento adictivo a la red social Facebook, mayor es la impulsividad que presenta el adolescente.

Acorde a los resultados, se entablan hallazgos similares como el de Campos y Vílchez (2019) que investigaron sobre adicción a la red social Facebook e impulsividad en estudiantes escolares, encontrando la existencia de una correlación directa y estadísticamente significativa entre las variables de estudio. Lo cual, es fundamentado por Barratt, Patton y Stanford (1995) quienes mencionaron a la impulsividad como un constructo multidimensional que está compuesto por tres dimensiones: impulsividad cognitiva, motora y no planificada; que son quienes dan predisposición para que el individuo actúe de manera rápida sin medir o pensar en las consecuencias, ante estímulos ya sean interno o externos. Asimismo, Salvo y Castro (2013) definen a la impulsividad como un comportamiento que no ha sido planeado, y tiene una aparición fulminante, que puede ir en conjunto de distintas conductas imprevistas, sin la aparición de sucesos asertivos, estos hechos pueden

se motivados por situaciones externas del entorno. En tal sentido, Osorio (2013) declara que es un pobre juicio realizado de forma inesperada y desmedida, en una decisión ejercida, que puede o no haber sido reforzada por drogas u otros recursos actuales como la tecnología.

Acorde al quinto objetivo específico, se reveló una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad. Manifestando que con la dimensión cognitiva se halló un valor de .32 y un tamaño del efecto medio de .10; describiendo un 10% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión motora se expresó un valor de .33 y un tamaño del efecto medio de .11; estableciendo un 11% de la presencia del fenómeno en la población de estudio (Cohen, 1988). Distinto fue con la dimensión no planificada, debido a que la significancia fue mayor a .05, por lo cual no se establece una correlación entre ambas dimensiones.

Estos hallazgos son fundamentados de forma similar por Barbosa, Beltrán y Fraile (2015) quienes determinaron la relación entre impulsividad, adicción a Facebook y telefonía móvil, encontrando la existencia de una correlación directa entre las variables. En tal sentido, Celma (2015) describe que la impulsividad es causada por un pobre autocontrol de nuestras emociones y que se caracteriza por tomar una decisión acelerada sin medir las consecuencias. Así también lo afirma, Dickman (1990) con su teoría personológica, donde mencionó que el actuar sin tener consideración, ni reflexión de las consecuencias tiene una explicación, la cual se presenta en dos maneras: La impulsividad funcional; que brinda beneficios, tiene efectos positivos porque permite procesar la información y responder de manera rápida pero eficaz; La impulsividad disfuncional; que genera dificultades, también efectos negativos, ya que hay una incapacidad para el procesamiento de un análisis adecuado.

Respecto al sexto objetivo específico, se presentó una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad. Explicando que con la dimensión no planificada se manifestó un valor de .16 y un tamaño del efecto pequeño de .03; describiendo un 3% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión cognitiva se precisó un

valor de .40 y un tamaño del efecto medio de .16; mostrando un 16% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión motora se determinó un valor de .42 y un tamaño del efecto medio de .18; estableciendo un 18% de la presencia del fenómeno en la población de estudio (Cohen, 1988). Explicando así, que a mayor conducta adictiva a la red social Facebook, mayor es la impulsividad en los adolescentes.

En tal sentido, estos hallazgos son similares a los de Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2015) quienes buscaron determinar la relación entre adicción a Facebook e impulsividad, encontrando una correlación directa y estadísticamente significativa entre las variables estudiadas. Lo cual, es fundamentado por Echeburúa y Requesens (2012) quien definió a la red social Facebook como una plataforma que permite a los individuos poder interactuar, emitir juicios, experiencias u emociones, a su vez el uso excesivo o abusivo de esta red social, genera consecuencias negativas en el comportamiento de la persona al no tener acceso con frecuencia se evidencian características como, irritación, mal humor, ansiedad e impulsividad.

En base al séptimo objetivo específico, se expresó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitiva de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Detallando que con la dimensión decir no y cortar interacciones se encontró un valor de -.29 y un tamaño del efecto medio de .09; precisando un 9% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se manifestó un valor de -.32 y un tamaño del efecto medio de .10; explicando un 10% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión hacer peticiones se halló un valor de -.39 y un tamaño del efecto medio de .15; describiendo un 15% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se detalló un valor de -.43 y un tamaño del efecto medio de .18; manifestando un 18% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se manifestó un valor de -.47 y un tamaño del efecto medio de .22; explicando un 22% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se explicó un valor de -.55 y un tamaño del efecto grande de

.31; detallando un 31% de la presencia del fenómeno en la población de estudio (Cohen, 1988). Explicando así que, a mayor pensamiento impulsivo, menor son las habilidades sociales que expresan los adolescentes.

Para los resultados encontrados, no se hallaron antecedentes, lo cual confirma la innovación y el aporte cuantitativo de las variables estudiadas. En tal sentido se fundamenta mediante teorías, es así que Trower (1986) y Mcfall (1982) en su modelo interactivo, donde refirieron que el ser humano tiene la capacidad para adaptar su pensamiento, que también va en función de la retroalimentación que recibe, donde busca, procesa información y controla sus acciones, gracias a su medio en el que interactúa y las situaciones que se le presentan. En un sentido similar, Vigotsky (1978) con su teoría Socio-Histórica, concibe que todas las habilidades de un sujeto se originan en el contexto social. Por lo cual ofrece un marco para la comprensión de los modos en que un niño y adolescente aprende, mediante la conexión de los procesos cognitivos a los que se alude también los contextos, sociales, históricos y culturales.

Para el octavo objetivo específico, se observó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión motora de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Precizando que con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se manifestó un valor de $-.33$ y un tamaño del efecto medio de $.11$; explicando un 11% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión decir no y cortar interacciones se encontró un valor de $-.38$ y un tamaño del efecto medio de $.14$; describiendo un 14% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión hacer peticiones se halló un valor de $-.41$ y un tamaño del efecto medio de $.17$; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se manifestó un valor de $-.47$ y un tamaño del efecto medio de $.22$; describiendo un 22% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se detalló un valor de $-.48$ y un tamaño del efecto medio de $.23$; estableciendo un 23% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se explicó un valor de $-.58$ y un tamaño del efecto grande de $.34$; detallando un 34% de la presencia del fenómeno en la población de estudio

(Cohen, 1988). Explicando así que, a mayor comportamiento impulsivo, menor son las habilidades sociales que se manifiestan en los adolescentes.

Acorde a los resultados encontrados, no se hallaron antecedentes, lo cual confirma la innovación y el aporte cuantitativo de las variables estudiadas. En tal sentido se fundamenta mediante teorías, es así que Gismero (2010) mencionó, que las habilidades sociales, es todo comportamiento aceptado en la sociedad, y expresado mediante actitudes y conductas, por medio del cual se transmiten: opiniones, ideas y sentimiento, sin preocupación. Otra definición sostenida por Muñoz, Crespí y Angrehs (2011) es que, es la agrupación de distintas conductas específicas, que son necesarias y permiten que la persona pueda interactuar y relacionar con otros de una forma objetiva. En un sentido muy parecido, Roca (2014) refirió a la interacción entre pares, como una serie de comportamientos que son observables, así como también ideas u emociones, que permiten una relación interpersonal objetiva y satisfactoria.

Finalmente, para el noveno objetivo específico, se presentó una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión no planificada de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales. Detallando que con la dimensión iniciar interacción positiva con el sexo opuesto se reveló un valor de $-.14$ y un tamaño del efecto pequeño de $.02$; describiendo un 2% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión autoexpresión de situaciones sociales se manifestó un valor de $-.18$ y un tamaño del efecto pequeño de $.03$; explicando un 3% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión defensa de los propios derechos como consumidor se encontró un valor de $-.20$ y un tamaño del efecto pequeño de $.04$; estableciendo un 4% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión expresión de enfado o disconformidad se alcanzó un valor de $-.25$ y un tamaño del efecto pequeño de $.06$; detallando un 6% de la presencia del fenómeno en la población de estudio; con la dimensión hacer peticiones se obtuvo un valor de $-.27$ y un tamaño del efecto pequeño de $.07$; precisando un 7% de la presencia del fenómeno en la población de estudio y con la dimensión decir no y cortar interacciones se precisó un valor de $-.36$ y un tamaño del efecto medio de $.13$; declarando un 13% de la presencia del fenómeno en la

población de estudio (Cohen, 1988). Explicando así que, a mayor reacción no planificada, menor son las habilidades sociales que se denota en los adolescentes.

En base a los resultados encontrados no se hallaron antecedentes, lo cual confirma la innovación y el aporte cuantitativo de las variables estudiadas. En tal sentido se fundamenta mediante teorías, es así que Eysenck (1952) con su teoría del temperamento, mencionó que el temperamento es un aspecto de la personalidad que está basado en la genética y es la fusión de tres dimensiones básicas: psicoticismo, extroversión y neuroticismo. Considerando la extraversión como un constructo formado por la sociabilidad y la impulsividad. Desde una perspectiva distinta, Hull (1943) en su teoría de reducción del impulso, revela que es una tendencia a la actividad generada por una necesidad. Esa necesidad es el estado de desequilibrio o malestar interno, es a su vez, provocada por una carencia, por una falta de algo, en el organismo vivo. Asimismo, Barrat (1965) menciona que la impulsividad no planificada es aquel proceso acelerado que tiene la persona para tomar decisión de manera abrupta, sin previa planificación y sin proyección al acto futuro, lo cual condiciona a su vez la reacción a de las personas que están en su entorno debido a las consecuencias negativas que genera este acto.

En síntesis, se explicó que se halló correlación estadísticamente significativa entre las dimensiones de las tres variables siendo asociadas todas en su totalidad para una mayor precisión. Asimismo, se estableció el tamaño del efecto para todos los resultados obtenidos. En tal sentido se confirma que se aceptan las hipótesis propuestas por la investigación y se rechaza las hipótesis nulas. Aseverando que existe relación entre adicción a Facebook, habilidades sociales e impulsividad.

VI. CONCLUSIONES

En base a los resultados, se precisan las siguientes conclusiones:

- 1.- Se afirma que existe una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales.
- 2.- Se afirma que existe una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales.
- 3.- Se afirma que existe una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable habilidades sociales.
- 4.- Se afirma que existe una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitivo de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad.
- 5.- Se afirma que existe una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión afectiva de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad. No obstante, se observó que, con la dimensión no planificada, la significancia fue mayor a .05 por lo cual se estableció que no existe una relación entre ambas dimensiones.
- 6.- Se afirma que existe una correlación positiva y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión conductual de la variable adicción a Facebook y las dimensiones de la variable impulsividad.
- 7.- Se afirma que existe una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión cognitiva de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.
- 8.- Se afirma que existe una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión motora de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.

9.- Se afirma que existe una correlación negativa y estadísticamente significativa para todas las asociaciones entre la dimensión no planificada de la variable impulsividad y las dimensiones de la variable habilidades sociales.

VII. RECOMENDACIONES

Acorde a las conclusiones presentadas se brindan las siguientes sugerencias:

- 1.- Se sugiere que para investigaciones posteriores se precise en dirigir el estudio a una población distinta, para diversificar los resultados y tener un mayor alcance de las variables.
- 2.- Se sugiere para futuros estudios, utilizar otras variables que guarden relación con la problemática planteada, para mayores aportes en diversos contextos que involucren a los adolescentes escolares.
- 3.- Se sugiere para futuras investigaciones trabajar con otras variables sociodemográficas que puedan explicar la relación con la problemática, como el nivel socioeconómico, lugar de procedencia e instituciones educativas.
- 4.- Se sugiere para investigaciones futuras, realizar un análisis de ecuaciones estructurales y análisis factorial confirmatorio para brindar mayor rigurosidad en los datos cuantitativos.
- 5.- Se sugiere promover en los escolares de las instituciones educativas, talleres que estén dirigidos al uso excesivo de las redes sociales y las consecuencias que estas abarcan. Para una mayor concientización.
- 6.- Se sugiere que los docentes puedan fomentar charlas en los horarios de tutoría sobre la importancia de expresar adecuadamente las habilidades sociales y los beneficios que conlleva.
- 7.- Se sugiere impulsar programas preventivos en las instituciones educativas para motivar una convivencia saludable entre los estudiantes y reducir los niveles de conductas desadaptativas. Con el objetivo de sensibilizar sobre las consecuencias negativas de estos comportamientos.
- 8.- Se sugiere que las organizaciones y entidades pertinentes, como el Ministerio de Educación y la Ugel brinden mayor capacitación a los docentes y auxiliares sobre cómo lidiar de forma eficiente con comportamientos disruptivos en el aula.
- 9.- Se sugiere que para las futuras investigaciones se aborde la problemática con diversas metodologías, con el propósito de obtener datos nuevos que contribuyan o contrastar con lo obtenido.

REFERENCIAS

- Alonso, C y Romero, E. (2017). El uso problemático de nuevas tecnologías en una muestra clínica de niños y adolescentes. Personalidad y problemas de conducta asociados. *Actas Esp Psiquiatr*, 45(2), 62-70. [https://doi: 10.1017/sjp.2017.73](https://doi.org/10.1017/sjp.2017.73).
- Arias, O., Gallego, V., Rodriguez, M. J., y Del Pozo, M. A. (2012). Adicción a las nuevas tecnologías. *Revista Psicología de las adicciones*, 1(2), 2-6. Recuperado de: <https://www.unioviado.es/gca/uploads/pdf/Psicologia%20de%20las%20Adicciones,%20vol.1,%202012.pdf>
- Ato, M., y Vallejo, G. (2015). *Diseños de investigación en Psicología*. España: Ediciones Pirámide.
- Bandura, A. y Walters, R. (1974). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. España: Alianza Editorial.
- Barbosa, Y., Beltrán, L. y Fraile, S. (2015). *Impulsividad, dependencia a internet y telefonía móvil en una muestra de adolescentes de la ciudad de Bogotá*. (Tesis de Licenciatura). Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/151/YERALDIN BARBOSAMORENO.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Barratt, E. (1959). Anxiety and impulsiveness related to psychomotor efficiency. *Perceptual and Motor Skills*; 9: 191-8. Recuperado de: <http://www.amsciepub.com/doi/abs/10.2466/pms.1959.9.3.191>
- Barratt, E. Moller, G. Dougherty, D. Schmitz, J. & Swann, A. (2001). Psychiatric aspects of impulsivity. *American Journal of Psychiatry*, 158, 783-793. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.158.11.1783>
- Block, J. J. (2008). Issues for DSM-V: internet addiction. *American Journal of Psychiatry*, 165; 306-307. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.2007.07101556>

- Caballo, C., y Verdugo, M. A. (2005). *Habilidades sociales. Programa para mejorar las relaciones sociales entre niños y jóvenes con deficiencia visual y sus iguales sin discapacidad*. Madrid: ONCE.
- Caballo, V. (2005). *Manual de Evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. (6° Edición). Madrid: Siglo XXI España Editores.
- Campos, L. C., y Vílchez, W. E. (2019). *Adicción a las redes sociales e impulsividad en estudiantes de 4° y 5° grado de secundaria de dos instituciones educativas públicas de Lima Este*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. Recuperado de: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1660/Laura_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Celma, J. (Coord.). (2015). *Bases teóricas y clínica del comportamiento impulsivo*. Barcelona: Ediciones San Juan de Dios.
- Chambi, S. y Sucari, B. A. (2017). *Adicción a internet, dependencia al móvil, impulsividad y habilidades sociales en pre-universitarios de la Institución Educativa Privada Claudio Galeno, Juliaca 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. Recuperado de: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/664/Santiago_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2a ed.). Hillsdale, NY: Lawrence Earlbaum Associates.
- Colegio de Psicólogos del Perú (2017). *Código de ética profesional del psicólogo peruano*. Lima: C.PS.P. Recuperado de: https://www.cpsp.pe/documentos/marco_legal/codigo_de_etica_y_deontologia.pdf
- Consuegra, A. (2010). *Diccionario de Psicología*. Colombia: Ecoe ediciones.
- Cugota, M. G. (2008). *Adicciones ¿hablamos?*. España: Parramón.
- Delgado, A. E., Ecurra, L., Atalaya, M. C., Constantino, J., Cuzcano, A., Rodríguez R. E. y Álvarez, D. (2016). *Las habilidades sociales y el uso de redes sociales virtuales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana*. (Tesis de

Licenciatura). Universidad de Lima, Lima, Perú. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1471/147149810004.pdf>

- Domínguez, J. A. y Ybañez, J. (2016). Adicción a las redes sociales y habilidades sociales en estudiantes de una institución educativa privada. *Revista de Psicología Educativa*. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2016.v4n2.122>
- Echeburúa, E y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96. <https://doi.org/10.20882/adicciones.196>
- Echeburúa, E. y Requesens A. (2012). *Adicción a las redes sociales y las nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Madrid. Editorial: Ediciones Pirámide.
- Ellis, A (1990). *Manual de terapia Racional Emotiva*. España: Desclée de Brouwer.
- Escurra, M, Salas, E. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios Limeños. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo social*, 3(1), 75 – 90. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/272681790_Uso_de_redes_sociales_entre_estudiantes_universitarios_limenos
- Eysenck, H. J. (1967). *The biological basis of personality*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Eysenck, H. J. (1977). The place of impulsiveness in a dimensional system of personality description. *British Journal of Social Clinical Psychology*, 16 (1), 57-68. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8260.1977.tb01003.x>
- Eysenck, H. J. (1997). *Dimensions of Personality*. USA: Transaction Publishers
- Flores, G. G. (2018). *Adaptación de la Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11) en adolescentes de instituciones educativas de San Juan de Lurigancho, 2018*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30222/FLORES_QG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, J. L. (2017). *Adicción al Facebook y comunicación padres-adolescentes en estudiantes de secundaria de una institución educativa*. (Tesis de

Licenciatura). Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, Perú.
Recuperado de:
<http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2262/Garc%C3%ADa%20Rojas%20Jos%C3%A9%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gismero, E. (2010). *Escala de Habilidades Sociales*. (3a ed.). Madrid: TEA Ediciones, S.A.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a ed.). México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Herrera, M. F., Pacheco, M. P., Palomar, J. y Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18 (1), 6-18. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936002.pdf>

Hull, C. (1943). *Principles of Behavior*. Nueva York: Appleton-Century-Crofts.

INEI. (2015). *Población que utiliza internet incrementó frecuencia de uso. 2015, de Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Recuperado de <http://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/poblacion-que-utiliza-internetincrementofrecuencia-de-uso-8275/>.

Instituto nacional de estadística e informática. (2016). *El Perú tiene una población de 10 millones*. Recuperado de: <http://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/142/>

Ison, M (1997). Déficit en habilidades sociales en niños con conductas problema. *Revista Interamericana de Psicología*, 3, (2), 243-255.

James, D. (2019). *SPSS Data Analysis for Univariate, Bivariate, and Multivariate Statistics*. United States of America: John Wiley and Sons Ltd.

Letzring, T. D., Block, J., & Funder, D. C. (2005). Ego-control and ego-resiliency: generalization on self-report scales based on personality descriptions from acquaintances, clinicians, and the self. *Journal of Research in Personality*, 39(4), 395-422. <https://doi:10.1016/j.jrp.2004.06.003>

Matali, J. L., & Alda, J. (2008). *Adolescentes y nuevas tecnologías. Innovación o adicción*. Barcelona: Edebe.

- Mejía, G., Paz, J. y Quinteros, D. (2014). Adicción a Facebook y habilidades sociales en estudiantes de una universidad privada de Lima. *Revista Científica de Ciencia de la Salud*. <https://doi: 10.17162/rccs.v7i1.985>.
- Michelson, L., Sugai, D. P., Wood, R. P. y Kazdin, A. E. (1987). *Las habilidades sociales en la infancia: Evaluación y tratamiento*. Barcelona: Martínez Roca.
- Minedu (2017). *Resultados del DER y UGEL*. Censo educativo. Recuperado de: http://escale.minedu.gob.pe/c/document_library/get_file?uuid=c588786d-31ad-4b67-bba4-63a0ec9cf926&groupId=10156
- Minedu (2003). *Ley general de educación 28044*. Recuperado de: http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf
- Muñoz, C., Crespí, P., y Angrehs, R. (2011). *Habilidades sociales*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Organización Mundial de la Salud (2008). *Descripciones clínicas y pautas para el diagnóstico*. Madrid: Meditor.
- Osorio, R. (2013). *Impulsividad y agresividad en adolescentes*. Madrid. Editorial: Diaz Santos.
- Palacios, H. A. (2017). *Propiedades psicométricas de la escala de habilidades sociales (EHS) en estudiantes de secundaria de instituciones educativas públicas de Comas, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11331/Palacios_SHA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Patton, J., Stanford, M., & Barratt, E. (1995). Factor structure of the Barratt impulsiveness scale. *Journal of Clinical Psychology*, 51(6), 768. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/236936081?accountid=37408>
- Ríos, C. F. (2018). *Diseño de una escala de adicción a la red social Facebook en estudiantes de secundaria de tres instituciones públicas de Comas, 2018*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/30368>
- Roca, E. (2014). *Cómo mejorar tus habilidades sociales*. Valencia: Ediciones ACDE.

- Ruiz, Cesar. (2009) Escala de Habilidades Sociales. *Curso de Actualización en Pruebas psicológicas*, Colegio de Psicólogos del Perú Consejo Directivo Nacional.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Metodología y diseños en la investigación científica* (5a ed.). Perú: Business Support Aneth SRL.
- Schaffer, R. (1990). El desarrollo de la competencia interactiva en la infancia. En A. Palmonari y P. Ricci. (Dir.). *Aspectos cognitivos de la socialización en la edad evolutiva* (pp. 37-48). Buenos Aires: Nueva Visión. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2070930>
- Squillace, M. R., Picón, J., y Schmidt, V. (2011). El concepto de impulsividad y su ubicación en las teorías psicológicas de la personalidad. *Revista Neuropsicología Latinoamericana*, 8-18. <https://doi.org/10.55779/m1.2011.0057>
- Vílchez, A. (2013). *Las redes sociales en Trujillo*. Recuperado de: <http://marketinnorte.com/wp/?p=244>
- Vygotsky, L. S. (1978). *La mente en la sociedad: El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Young, K. S. (1996). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology y Behavior*, 1 (1), 237 - 244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Zuckerman, M. (2005). *Psychobiology of Personality*. N.Y: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511813733>
- Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 1-34. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01429.x>
- Fontes, S., García, C., Quintanilla, L., Rodríguez, R., Rubio, P., y Sarriá, E. (2015). *Fundamentos de la Investigación en Psicología*. España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

ANEXOS

Anexo 1. Autorizaciones del Uso de los Instrumentos

AUTORIZACIÓN PARA USO DE LA ESCALA DE ADICCIÓN A LA RED SOCIAL FACEBOOK (RF27) Recibidos x



Mayra Muñoz Reyes <mayra.mreyes97@gmail.com>
para cristelmotta1

14:00 (hace 2 horas) ☆ ↶ ⋮

Para: Cristel Fiorella, Rios Motta

De: Muñoz Reyes, Mayra - Cabrera Vásquez, Geraldine

Buenas tarde, mediante el presente correo electrónico solicito su autorización y permiso, para hacer uso de instrumento psicológico el cual lleva por nombre. Escala de adicción a la red social facebook(RF27).

El objetivo y principal motivo del uso del instrumento mencionado es para la realización de la Tesis a presentar en la Universidad César Vallejo Lima - Este, la cual lleva por título.

Adicción a Facebook, Habilidades Sociales e Impulsividad en escolares de Lima - 2019.

Por todo lo expuesto, agradecemos su tiempo por atender nuestra solicitud y petición de Autorización, esperando su pronta y positiva respuesta.

Saludos cordiales.



Cristel Motta
para mí

16:32 (hace 23 minutos) ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes doy la autorización para que puedan utilizar el instrumento

MUCHAS GRACIAS.

OK.

GRACIAS!

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE SU ADAPTACIÓN DE LA ESCALA DE IMPULSIVIDAD DE BARRAT (S-11) Recibidos x



Mayra Muñoz Reyes <mayra.mreyes97@gmail.com>
para ginaflores1910

Jue., 17 oct. 17:26 ☆ ↶ ⋮

Para: Flores Quintana, Gina

De: Muñoz Reyes, Mayra - Cabrera Vásquez, Geraldine

Buenas tarde, mediante el presente correo electrónico solicito su autorización y permiso, para hacer uso de instrumento psicológico el cual lleva por nombre. Escala de impulsividad de Barratt (S-11)

El objetivo y principal motivo del uso del instrumento mencionado es para la realización de la Tesis a presentar en la Universidad César Vallejo Lima - Este, la cual lleva por título.

Adicción a Facebook, Habilidades Sociales e Impulsividad en escolares de Lima - 2019.

Por todo lo expuesto, agradecemos su tiempo por atender nuestra solicitud y petición de Autorización, esperando su pronta y positiva respuesta.

Saludos cordiales.



Gina Flores Q. <ginaflores1910@gmail.com>
para mí

lun., 21 oct. 23:39 ☆ ↶ ⋮

Buenas noches, Mayra y Geraldine:

Lamento la demora en respuesta. Pueden hacer uso de la Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11) que adapté, espero que pronto puedan terminar exitosamente su investigación.

Muchas gracias.

Saludos cordiales.

Responder

Reenviar

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE LA ESCALA ADAPTADA DE HABILIDADES SOCIALES ▶ Recibidos x



Mayra Muñoz Reyes

mar., 22 oct. 12:52 ☆

Para: Palacios Sánchez, Harumi Alejandra De: Muñoz Reyes, Mayra - Cabrera Vásquez, Geraldine Buenas tarde, mediante el presente correo electrónico solicito su au



Harumi PalaciosSan <haru24pala@gmail.com>

mar., 22 oct. 13:13 ☆ ↶ ⋮

para mi ▾

Buenas tardes, gracias por escribirme y que te hayas interesado en un tema tan importante para nuestra sociedad actual. Yo AUTORIZO EL PERMISO PARA UTILIZAR LA ESCALA ADAPTADA con fines académico de investigación, reconocer a su creador y a mi persona en referencias y su ficha técnica. Buena suerte en su trabajo.

...

El mar., 22 oct. 2019 a las 12:53, Mayra Muñoz Reyes (<mayra.mreyes97@gmail.com>) escribió:

Para: Palacios Sánchez, Harumi Alejandra

De: Muñoz Reyes, Mayra - Cabrera Vásquez, Geraldine

Buenas tarde, mediante el presente correo electrónico solicito su autorización y permiso, para hacer uso de instrumento psicológico el cual lleva por nombre.

Escala de Habilidades Sociales(EHS)

El objetivo y principal motivo del uso del instrumento mencionado es para la realización de la Tesis a presentar en la Universidad César Vallejo Lima - Este, la cual lleva por título.

Adicción a Facebook, Habilidades Sociales e Impulsividad en escolares de Lima - 2019.

Por todo lo expuesto, agradecemos su tiempo por atender nuestra solicitud y petición de Autorización, esperando su pronta y positiva respuesta.

Lic. Harumi Alejandra Palacios Sánchez
Psicóloga
C. Ps. P. 33733

↶ Responder

➡ Reenviar

Anexo 2. Asentimiento y Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PADRES

Título del estudio : Adicción a Facebook, Habilidades sociales e Impulsividad en escolares de Lima

Investigadoras : Muñoz Reyes Mayra y Cabrera Vásquez, Geraldine

Institución : Escuela de Psicología de la Universidad César Vallejo Lima-Este

Sr. padre de familia : _____

Sra. madre de familia : _____

Nombre de hijo(a) : _____

Propósito del estudio:

Estamos invitando a su hijo(a) a participar en un estudio donde se busca conocer la relación entre las variables presentadas, para lo cual se le brindará una encuesta que consta de tres hojas, donde su hijo responderá preguntas u oraciones. Este estudio es desarrollado por investigadores de la Universidad César Vallejo sede Lima-Este.

Adicción a Facebook: Es la dependencia de manera excesiva a esta red social, llegando a afectar parte de las actividades diarias de la persona.

Habilidades sociales: Son todas aquellas conductas aprendidas a lo largo de nuestra vida, que aportan a una relación con otros de manera saludable.

Impulsividad: Se caracteriza por reaccionar de manera no planeada ante cualquier estímulo interno o externo.

Riesgos:

La evaluación será administrada en 60 minutos. Dicha aplicación fue coordinada con el director de la Institución Educativa y los tutores del aula correspondiente de esa forma se garantiza que su hijo(a) no pierda clases.

Costo:

No deberá pagar nada. Igualmente, no recibirá ninguna compensación económica de parte de las investigadoras.

Confidencialidad:

El nombre de su hijo será escrito sólo para verificar que el procedimiento de la investigación es acorde a los parámetros establecidos por la Universidad Cesar Vallejo, por ello su nombre no será difundido bajo ninguna circunstancia y todo dato brindado será administrado de manera confidencial.

Derechos del participante:

Su hijo podrá retirarse de la evaluación en cualquier momento, podrá despejar sus dudas por medio de las evaluadoras. En el caso de tener otra consulta sobre la investigación, podrá llamar a las

responsables de la investigación, Muñoz Reyes, Mayra Lucero y Cabrera Vásquez, Geraldine (Celular: 928368813) En caso de una queja, podrá llamar al asesor de la investigación Mg. Nikolai Rodas Vera (Celular: 959 137 153).

Declaración y/o Consentimiento

Acepto voluntariamente que mi hijo(a) participe en este estudio, comprendo de las actividades en las que participará si ingresa al estudio, también entiendo que mi hijo(a) puede decidir no participar y que puede retirarse del estudio en cualquier momento.

Firma:

Nombres del padre o madre:
.....
.....

Fecha y hora

Firma:

Nombres del Testigo, si el padre o madre
tiene un impedimento físico o es
analfabeto:
.....
.....

Fecha y hora

Firma:

Nombres y apellidos del responsable
inmediato:
.....
.....

Fecha y hora

ASENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

Título del estudio : Adicción a Facebook, Habilidades sociales e Impulsividad en escolares de Lima

Investigador : Muñoz Reyes Mayra y Cabrera Vásquez, Geraldine

Institución : Escuela de Psicología de la Universidad César Vallejo Lima-Este

Alumno : _____

Propósito del estudio:

Te estamos invitando a participar en un estudio donde se busca conocer la relación entre las variables presentadas, para lo cual se le brindará una encuesta que consta de tres hojas, donde usted responderá preguntas u oraciones. Este estudio es desarrollado por investigadores de la Universidad César Vallejo sede Lima-Este.

Adicción a Facebook: Es la dependencia de manera excesiva a esta red social, llegando a afectar parte de las actividades diarias de la persona.

Habilidades sociales: Son todas aquellas conductas aprendidas a lo largo de nuestra vida, que aportan a una relación con otros de manera saludable.

Impulsividad: Se caracteriza por reaccionar de manera no planeada ante cualquier estímulo interno o externo.

Procedimientos:

La evaluación servirá para determinar si existe o no una relación entre las variables planteadas, por tal motivo se necesita de su participación voluntaria.

Riesgos:

La evaluación demora 60 minutos. Dicha aplicación será coordinada con el director de la Institución Educativa y los tutores del aula correspondiente de esa forma se garantiza que usted no pierda clases.

Beneficios:

No tendrás ningún tipo de beneficio.

Costo:

No deberás pagar nada. Igualmente, no recibirás ninguna compensación económica ni académica de parte de los investigadores.

Confidencialidad:

Tu nombre sólo será escrito para verificar que el procedimiento de la investigación es acorde a los parámetros establecidos por la Universidad Cesar Vallejo, por ello tu nombre no será difundido bajo ninguna circunstancia. Lo que garantiza la confidencialidad de los datos brindados.

Derechos del participante:

Podrás retirarte de la evaluación en cualquier momento y podrás despejar tus dudas por medio de los evaluadores. En el caso de tener otra consulta sobre la investigación, podrás llamar al responsable de la investigación, Muñoz Reyes, Mayra Lucero y Cabrera Vásquez, Geraldine (Celular: 928368813). En caso de una queja, podrá llamar al asesor de la investigación Mg. Nikolai Rodas Vera (Celular: 959 137 153).

Declaración y/o Consentimiento

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo de las actividades en las que participaré si ingreso al estudio, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

Firma:

Nombres y Apellidos:
.....
.....

Fecha y hora

Firma:

Nombres del Testigo, si el participante tiene
un impedimento físico
.....
.....

Fecha y hora

Firma:

Nombres y apellidos del responsable
inmediato:
.....
.....

Fecha y hora

DATOS SOCIODEMOGRAFICOS

Institución Educativa:

.....

Edad: Sexo: Masculino () Femenino ()

Grado: Sección: Fecha:

Distrito donde Reside:

Lugar de Residencia:

.....

¿Con cuanta frecuencia usted utiliza la red social Facebook?

- Nunca ()
- Casi nunca ()
- Algunas veces ()
- Casi siempre ()
- Siempre ()

¿Cuántas horas pasa en la red social Facebook?

- 1 hora ()
- 2 horas ()
- 3 horas ()
- 4 horas a más ()

¿Usted ha tratado de reducir el uso de la red social Facebook?

- Si ()
- No ()
- Algunas veces ()

¿Usted se siente inquieto(a) si le prohíben el uso de la red social Facebook?

- Si ()
- No ()
- Algunas veces ()

Anexo 3. Carta de Autorización



San Juan de Lurigancho, 27 de noviembre de 2019

CARTA N° 173-2019/CP PSI./UCV SJL

Sr. Pedro Patricio Sudario
Director
I.E N° 100 SANTA ELIZABETH
Presente.-

De mi especial consideración:

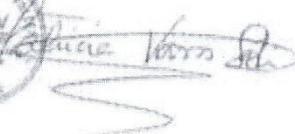
Es grato saludarlo(a) cordialmente en nombre de la Universidad César Vallejo – Campus Lima Este y, a la vez, presentar a el/la estudiante MUÑOZ REYES MAYRA LUCERO, identificado(a) con DNI N° 70923473, código universitario N° 6500087116 y CABRERA VASQUEZ GERALDINE, identificado(a) con DNI N° 70538043, código universitario N° 6500034684, de la Carrera Profesional de Psicología del X Ciclo; con el fin de solicitarle a usted la autorización para que los/las estudiantes ingresen a su representada y apliquen cuestionarios a los alumnos de 1ero, 2do, 3ero, 4to y 5to grado de secundaria a su cargo, con la finalidad de obtener datos para la realización de su trabajo de investigación titulada: “*Adicción a Facebook, Habilidades Sociales e Impulsividad en los Escolares de Lima*”.

Consideramos que este estudio impactará positivamente en su institución y en la sociedad; y, permitirá que los/las estudiantes realicen su trabajo de investigación dada la importancia del tema a tratar.

Agradeciéndole por la atención a la presente, aprovechamos la oportunidad para reiterarle nuestra más alta consideración y estima, y nuestro apoyo al Departamento de Investigación de esta casa de estudios.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,



Mgtr. Roxana Patricia Varas Loli
Coordinadora de la C.P. de Psicología
UCV – Campus San Juan de Lurigancho

Yuli Karina Flores
SUB DIRECTORA
FORMACION GENERAL

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

San Juan de Lurigancho, 27 de noviembre de 2019

CARTA N° 174-2019/CP PSI/UCV SJL

Sr. Luis Alberto Sánchez Torres
Director
I.E.P. "APÓSTOL SAN PEDRO"
Presente -

De mi especial consideración:

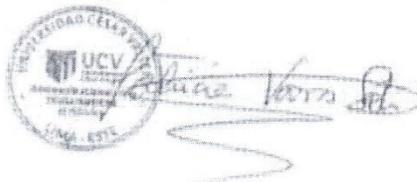
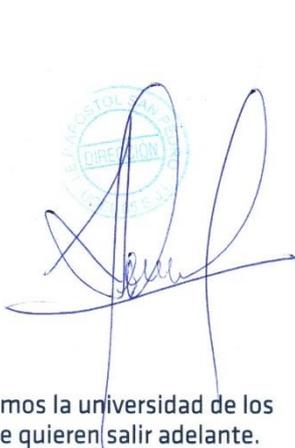
Es grato saludarlo(a) cordialmente en nombre de la Universidad César Vallejo – Campus Lima Este y, a la vez, presentar a el/la estudiante MUÑOZ REYES MAYRA LUCERO, identificado(a) con DNI N° 70923473, código universitario N° 6500087116 y CABRERA VASQUEZ GERALDINE, identificado(a) con DNI N° 70538043, código universitario N° 6500034684, de la Carrera Profesional de Psicología del X Ciclo; con el fin de solicitarle a usted la autorización para que los/las estudiantes ingresen a su representada y apliquen cuestionarios a los alumnos de 1ero, 2do, 3ero, 4to y 5to grado de secundaria a su cargo, con la finalidad de obtener datos para la realización de su trabajo de investigación titulada: "Adicción a Facebook, Habilidades Sociales e Impulsividad en los Escolares de Lima".

Consideramos que este estudio impactará positivamente en su institución y en la sociedad; y, permitirá que los/las estudiantes realicen su trabajo de investigación dada la importancia del tema a tratar.

Agradeciéndole por la atención a la presente, aprovechamos la oportunidad para reiterarle nuestra más alta consideración y estima, y vuestro apoyo al Departamento de Investigación de esta casa de estudios.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,



Mgtr. Roxana Patricia Varas Loli
Coordinadora de la C.P. de Psicología
UCV – Campus San Juan de Lurigancho

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

Anexo 4. Instrumentos

ESCALA DE ADICCIÓN A FACEBOOK

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una lista de enunciados sobre el uso de la Red Social Facebook. Lee cada una y decide sinceramente la respuesta que se aproxime más a ti con una (x). Recuerda, que no hay respuestas correctas o incorrectas. Sólo escoge la respuesta que más se identifique contigo.

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|-------|------------|--------------|---------|
| Nunca | Casi Nunca | Casi Siempre | Siempre |

| ÍTEMS | NUNCA | CASI NUNCA | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
|--|-------|------------|--------------|---------|
| 1.- Si no estoy en Facebook durante día me preocupo | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2.- Desde que me levanto solo pienso en conectarme a Facebook | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 3.- Pienso que si no me conecto a Facebook me siento mal | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4.- oculto la cantidad de horas que eh estado conectado a Facebook | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5.- Cuando estoy en clases pienso en conectarme a Facebook | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6.- Cuando entro a Facebook estoy pensando en todos los memes, fotos y videos que compartiré | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7.- Cuando estoy haciendo mis tareas me desconcentro por pensar en conectarme a Facebook | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8.- Cada día que paso pienso necesito estar más tiempo conectado a mi Facebook | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 9.- Cuando no entro a Facebook, pienso que me pierdo todas las novedades de mis amigos | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 10.- Cada vez que publico una foto solo pienso en los likes que obtendré | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 11.- Sientes que Facebook te permite conectarte con personas de manera virtual sin ser juzgado | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 12.- Te sientes a gusto publicando fotos, vídeos y música en Facebook para que tus amigos te den like o comenten | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 13.- Te agrada estar conectado a Facebook porque te puedes comunicar con todos tus amigos y familiares | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 14.- Cuando cuelgas una foto en Facebook quieres obtener muchos likes | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 15.- Sientes que a tus contactos de Facebook les importas más que a tu familia | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 16.- Cuando entras a Facebook tiendes a publicar y compartir más de 2 a 4 memes por horas | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 17.- He estado más de 3 horas conectado a mi Facebook | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 18.- Reviso mi Facebook 3 a más veces para ver las novedades que publican mis amigos | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.- Utilizo mis horas de sueño por estar conectado a Facebook | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.- Pasas más tiempo conectado a Facebook que estar haciendo tus tareas | 1 | 2 | 3 | 4 |

¡Gracias por tu Colaboración!

ESCALA DE HABILIDADES SOCIALES

INSTRUCCIONES: A continuación, aparecen frases que describen diversas situaciones, se trata de que las lea muy atentamente y responda en qué medida se identifica con cada una de ellas. No hay respuestas correctas ni incorrectas, lo importante es que responda con la máxima sinceridad posible. Cuando escoja su respuesta marque con una **X** el número seleccionado.

Para responder utilice la siguiente clave:

- **1** = No me identifico, en la mayoría de las veces no me ocurre o no lo haría.
- **2** = No tiene que ver conmigo, aunque alguna vez me ocurra
- **3** = Me describe aproximadamente, aunque no siempre actúe así o me sienta así
- **4** = Muy de acuerdo, me sentiría así o actuaría así en la mayoría de los casos

| N | ENUNCIADOS | | | | |
|----|---|---|---|---|---|
| 1 | A veces evito hacer preguntas por miedo a ser tonto | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2 | Me cuesta telefonar a tiendas, oficinas, etc. para preguntar algo | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 3 | Si al llegar a mi casa encuentro un defecto en algo que he comprado, voy a la tienda a devolverlo. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4 | Cuando en una tienda atienden antes a alguien que entro después que yo, me quedo callado. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | Si un vendedor insiste en enseñarme un producto que no deseo en absoluto, paso un mal rato para decirle que "NO" | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6 | A veces me resulta difícil pedir que me devuelvan algo que deje prestado. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7 | Si en un restaurant no me traen la comida como le había pedido, llamo al mozo y pido que me traigan uno nuevo. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8 | A veces no sé qué decir a personas atractivas al sexo opuesto. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 9 | Muchas veces cuando tengo que hacer un halago no sé qué decir. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 10 | Tiendo a guardar mis opiniones a mí mismo | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 11 | A veces evito ciertas reuniones sociales por miedo a decir o hacer algo tonto. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 12 | Si estoy en el cine y alguien me molesta con su conversación, le pido al instante que guarden silencio. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 13 | Cuando algún amigo expresa una opinión con la que estoy muy en desacuerdo prefiero callarme a manifestar abiertamente lo que yo pienso. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 14 | Cuando tengo mucha prisa y me llama una amiga por teléfono, me cuesta mucho cortarla. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 15 | Hay determinadas cosas que me disgusta prestar, pero si me las piden, no sé cómo negarme. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 16 | Si salgo de una tienda y me doy cuenta de que me han dado mal vuelto, regreso allí a pedir el cambio correcto. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 17 | No me resulta fácil hacer un cumplido a alguien que me gusta. | 1 | 2 | 3 | 4 |

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|
| 18 | Si veo en una fiesta a una persona atractiva del sexo opuesto, tomo la iniciativa y me acerco a entablar conversación con ella. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19 | Me cuesta expresar mis sentimientos a los demás. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20 | Si tuviera que buscar trabajo, preferiría escribir cartas de presentación a tener que pasar por entrevistas personales. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21 | Soy incapaz de regatear o pedir descuento al comprar algo. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22 | Cuando un familiar cercano me molesta, prefiero ocultar mis sentimientos antes que expresar mi enfado. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 23 | Nunca se cómo "cortarle" a un amigo que habla mucho. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24 | cuando decido que no me apetece volver a salir con una persona, me cuesta mucho comunicarle mi decisión. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 25 | Si un amigo al que he prestado cierta cantidad de dinero parece haberlo olvidado, se lo recuerdo amablemente. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 26 | Me suele costar mucho pedir a un amigo que me haga un favor. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 27 | Soy incapaz de pedir a alguien una cita. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28 | Me siento turbado o violento cuando alguien del sexo opuesto me dice que le gusta algo de mi físico. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 29 | Me cuesta expresar mi opinión cuando estoy en un grupo desconocido. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 30 | Cuando alguien se me "cuela" en una fila hago como si no me diera cuenta. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 31 | Me cuesta mucho expresar mi ira, cólera, o enfado hacia el otro sexo, aunque tenga motivos justificados. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 32 | Muchas veces prefiero callarme o "quitarme de en medio" para evitar problemas con otras personas. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 33 | Hay veces que no se negarme con alguien que no me apetece pero que me llama varias veces. | 1 | 2 | 3 | 4 |

Para responder utilice la siguiente clave:

- **1** = No me identifico, en la mayoría de las veces no me ocurre o no lo haría.
- **2** = No tiene que ver conmigo, aunque alguna vez me ocurra
- **3** = Me describe aproximadamente, aunque no siempre actúe así o me sienta así
- **4** = Muy de acuerdo, me sentiría así o actuaría así en la mayoría de los casos

¡Gracias por tu Colaboración!

ESCALA DE IMPULSIVIDAD

INSTRUCCIONES: Las personas difieren en la manera en la que actúan y piensan en diferentes situaciones. El presente documento es una prueba para medir algunas de las formas en que usted actúa y piensa. Lea cada enunciado y coloque una **X** sobre el número que usted seleccione. No pase demasiado tiempo en ningún enunciado. Responda de manera rápida y honesta.

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|------------------|------------------|----------|------------------------|
| Rara vez / Nunca | De vez en cuando | A menudo | Casi Siempre / Siempre |

| | ENUNCIADOS | Rara vez / Nunca | De vez en cuando | A menudo | Casi siempre / Siempre |
|----|--|------------------|------------------|----------|------------------------|
| 1 | Planifico lo que tengo que hacer. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2 | Hago las cosas sin pensarlas. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 3 | Tomo decisiones rápidamente. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4 | Soy una persona despreocupada. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | No presto atención a las cosas. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6 | Mis pensamientos van demasiado rápido. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7 | Planifico mi tiempo libre. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8 | Soy una persona que se controla bien. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 9 | Me concentro fácilmente. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 10 | Soy ahorrador. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 11 | No puedo estar quieto en el cine o en la escuela. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 12 | Me gusta pensar y darle vuelta a las cosas. (una y otra vez) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 13 | Planifico mi vida futura. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 14 | Tiendo a decir cosas sin pensarlas. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 15 | Me gusta pensar en problemas complicados. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 16 | Cambio de parecer sobre lo que quiero hacer. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 17 | Tiendo a actuar impulsivamente. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 18 | Me aburro fácilmente cuando trato de resolver problemas mentalmente. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19 | Actúo según el momento (de improviso). | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20 | Pienso bastante bien las cosas antes de hacerlas. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21 | Cambio de amigos rápidamente. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22 | Tiendo a comprar cosas por impulso. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 23 | Puedo pensar en un solo problema a la vez. (Puedo enfocarme) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24 | Cambio de aficiones y deportes. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 25 | Gasto más de lo que debería. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 26 | Cuando pienso en algo, otros pensamientos llegan a mi mente también. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 27 | Estoy más interesado en el presente que en el futuro. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28 | Estoy inquieto en los cines y en las clases. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 29 | Me gustan los juegos de mesa como el ajedrez, las damas u otros. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 30 | Pienso en el futuro. (Me proyecto) | 1 | 2 | 3 | 4 |

¡Gracias por tu colaboración!

Anexo 5. Diagrama de puntos

Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre Adicción a Facebook y Habilidades sociales

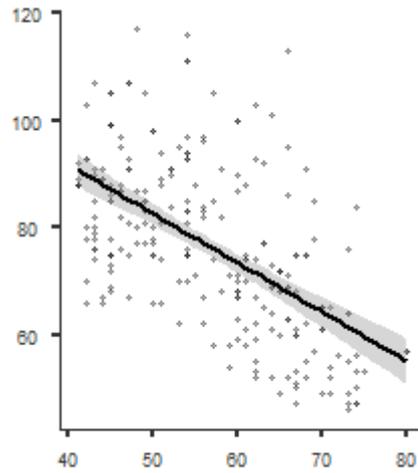


Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre Adicción a Facebook e Impulsividad

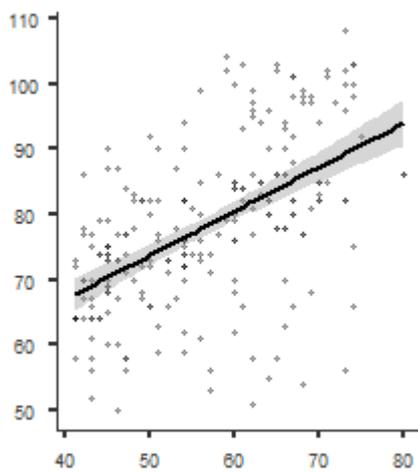


Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre Habilidades sociales e Impulsividad

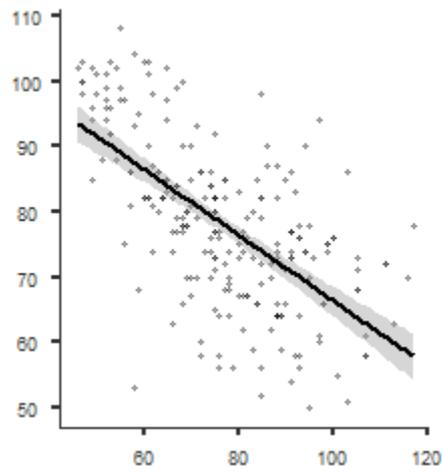


Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre la dimensión Cognitivo de la variable Adicción a Facebook y la dimensión Impulsividad cognitiva

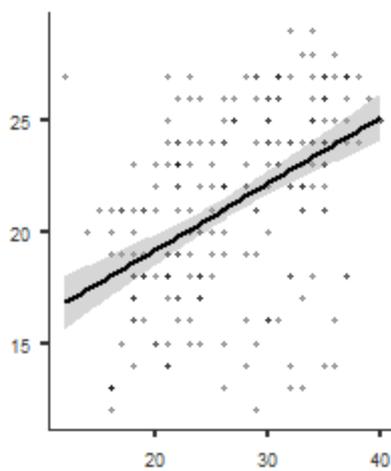


Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre la dimensión Cognitivo de la variable Adicción a Facebook y la dimensión Impulsividad Motora

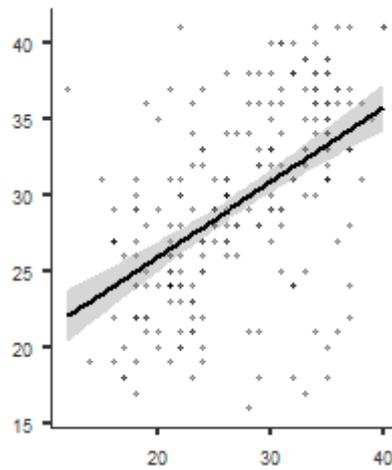
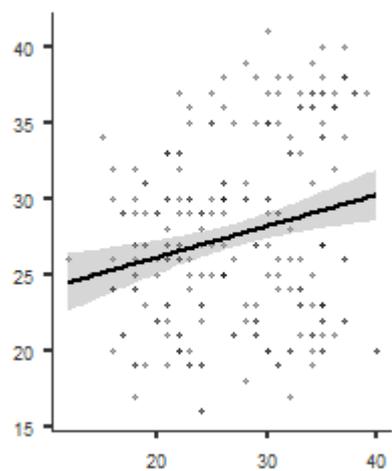


Diagrama de puntos en Jamovi para correlación entre la dimensión Cognitivo de la variable Adicción a Facebook y la dimensión Impulsividad No Planificada



Anexo 6. Variables y Operacionalización

Tabla 13

Matriz de operacionalización de la variable Adicción a Facebook.

| Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Opciones de respuesta y nivel de medición de ítems y dimensiones |
|---|--|-------------|----------------------------------|-----------------------|--|
| La adicción a la red social de Facebook, es toda conducta reiterativa que genera entretenimiento o placer prolongado mediante una interacción digital empleando la plataforma de Facebook (Ríos, 2018). | La variable de Adicción a Facebook será medida por la escala Adicción a Facebook (Ríos, 2018). | Cognitivo | No indica en la prueba original. | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10. | Escala compuesta por 20 reactivos, de respuesta tipo Likert del 1 al 4 |
| | | Afectiva | | 11,12,13,14,15. | (1) Nunca (2) Casi nunca (3) Casi siempre (4) Siempre |
| | | Conductual | | 16,17,18,19,20. | Nivel de medición de ítems tipo "Ordinal" |
| | | | | | Nivel de medición de dimensiones tipo "Intervalo" |

Nota: Los ítems no presentan puntuación invertida.

Tabla 14

Matriz de operacionalización de la variable Habilidades Sociales.

| Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Opciones de respuesta y nivel de medición de ítems y dimensiones |
|---|---|---|----------------------------------|--------------------------------------|---|
| El comportamiento adecuado o aceptado en la sociedad son los orales y los expresados por conductas, en el cual pueda transmitir sus necesidades, opiniones, ideas, sentimientos sin preocupación (Gismero, 2008). | La variable de Habilidades sociales será medida por la Escala de Habilidades Sociales (Gismero, 2008). La versión que se utilizará en esta investigación es la adaptada en Perú por Palacios (2017). | Autoexpresión de situaciones sociales | No indica en la prueba original. | 1*, 2*, 10*, 11*, 19*, 20*, 28*, 29* | Escala compuesta por 33 reactivos, de respuesta tipo Likert del 1 al 4 |
| | | Defensa de los propios derechos como consumidor | | 3, 4*, 12*, 21*, 30* | (1) No me identifico, en la mayoría de las veces no me ocurre o no lo haría |
| | | Expresión de enfado o disconformidad | | 5*, 14*, 15*, 23*, 24*, 33* | (2) No tiene que ver conmigo, aunque alguna vez me ocurra |
| | | Decir no y cortar interacciones | | 6*, 7, 16, 25, 26* | (3) Me describe aproximadamente, aunque no siempre actúe así o me sienta así |
| | | Hacer peticiones | | 8*, 9*, 17*, 18, 27* | (4) Muy de acuerdo, me sentiría así o actuaría así en la mayoría de los casos |
| | | Iniciar interacción positiva con el sexo opuesto. | | 13*, 22*, 31*, 32* | Nivel de medición de ítems tipo "Ordinal" |
| | | | | | Nivel de medición de dimensiones tipo "Intervalo" |

Nota: (*) Ítems con puntuación invertida.

Tabla 15

Matriz de operacionalización de la variable Impulsividad.

| Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Opciones de respuesta y nivel de medición de ítems y dimensiones |
|---|---|----------------|----------------------------------|---|---|
| Pensamiento, emoción o comportamiento que conduce a consecuencias contraproducentes y autodestructivas, interfiriendo de forma importante en la supervivencia y estabilidad del organismo (Barratt et al., 1995). | La variable Impulsividad será medida por la Escala de Impulsividad (Barratt et al., 1995). La versión que se utilizará en esta investigación es la adaptada en Perú por Flores (2018). | Cognitiva | No indica en la prueba original. | 5, 9*, 11, 20*, 28, 6, 24, 26 | Escala compuesta por 30 reactivos, de respuesta tipo Likert del 1 al 4 (1) Nunca (2) De vez en cuando (3) A menudo (4) Casi siempre Nivel de medición de Ítems tipo "Ordinal" Nivel de medición de dimensiones tipo "Intervalo" |
| | | Motora | | 2, 3, 4, 17, 19, 22, 25, 16, 21, 23, 30* | |
| | | No planificada | | 1*, 7*, 8*, 12*, 13*, 14, 10*, 15*, 18, 27, 29* | |

Nota: (*) Ítems con puntuación invertida.